

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	III
Tabellenverzeichnis	IV
Abkürzungsverzeichnis	V
Abstract	VI
1 Thematische Einführung	1
1.1 Einleitung	1
1.2 Problemstellung und Zielsetzung	3
1.3 Methodik und Aufbau der Studie.....	4
2 Definition und Begriffsabgrenzung	6
2.1 Kundenzufriedenheit.....	6
2.2 Online-Werbung.....	6
2.3 Begriffsbestimmung und Merkmale der Online-Werbevermarktung	7
2.3.1 Grafische Werbung auf Internetseiten	8
2.3.2 Unterscheidung von grafischer Werbung und Suchwortwerbung	8
2.4 Begriffsbestimmung und Merkmale von Online-Werbebörsen	10
2.4.1 Beteiligte Parteien und deren Beziehungszusammenhänge	10
2.4.2 Abgrenzung Werbebörsen gegenüber Werbenetzwerk	12
2.4.3 Wichtige Merkmale einer Online-Werbebörsen	12
3 Charakteristika transparenter Online-Werbebörsen	14
3.1 Allgemeine Betrachtung.....	14
3.2 Betreibermodell	16
3.3 Senkung der Transaktionskosten durch Automatisierung	16
3.4 Preissteigerung durch Behavioral-Targeting	17
3.5 Preisbestimmung durch Auktionierung	19
3.6 Markttransparenz	19
4 Theoretischer Bezugsrahmen	21
4.1 Kundenzufriedenheitsforschung	21
4.1.1 Das Confirmation/Disconfirmation-Paradigma.....	22
4.1.2 Die Motivator-Hygiene Theorie	24
4.1.3 Das Kano-Modell der Kundenzufriedenheit.....	25
4.1.4 Methodik von Kundenzufriedenheitsmessungen	30
4.1.5 Vergleich ausgewählter Kundenzufriedenheitsstudien.....	32
4.1.6 Auswirkungen von Kunden(un)zufriedenheit auf die Wechselbereit- schaft von Bestandskunden	34

4.2 Exkurs: Erfolgsfaktorenforschung	35
4.3 Literaturanalyse	37
5 Entwicklung eines Kundenzufriedenheitsmodells für Online-Werbebörsen	39
5.1 Methodik und Konzeption.....	39
5.2 Herleitung der Leistungsparameter	40
5.3 Ermittlung der Kundenzufriedenheitskriterien	43
5.4 Entwicklung des Fragebogens	46
5.5 Ableitung des Kundenzufriedenheitsmodells	47
6 Empirische Untersuchung	49
6.1 Datenerhebung.....	49
6.2 Charakterisierung der Stichprobe	49
6.3 Auswertung der Untersuchung	51
6.4 Interpretation der Ergebnisse.....	54
7 Schlussbetrachtung	58
7.1 Schlussfolgerung	58
7.2 Ausblick und Handlungsempfehlungen	59
7.3 Weiterführende Fragen.....	59
A Anhang: Interviewleitfaden	60
B Anhang: Fragebogen	61
C Anhang: Transkription	70
D Literatur	79