

# Inhaltsverzeichnis

<b>Tabellenverzeichnis.....</b>	<b>iv</b>
<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>vii</b>
<b>I. Einleitung: Problemstellung und Zielsetzung .....</b>	<b>1</b>
<b>II. Theoretischer Teil.....</b>	<b>3</b>
<b>1. Die Wichtigkeit von Kundenzufriedenheit und gutem Image aus         Unternehmenssicht.....</b>	<b>3</b>
<b>2. Kundenzufriedenheit.....</b>	<b>4</b>
2.1 Definition und Modellierung der Kundenzufriedenheit.....	4
2.1.1 Der Begriff der Kundenzufriedenheit.....	4
2.1.2 Das Confirmation/Disconfirmation-Paradigma .....	5
2.1.3 Das Mehr-Faktoren-Modell der Kundenzufriedenheit.....	6
2.1.4 Bedeutung der gewichteten Kundenzufriedenheit.....	8
2.2 Messung der Kundenzufriedenheit.....	9
2.2.1 Objektive Verfahren .....	9
2.2.2 Subjektive Verfahren.....	9
<b>3. Image .....</b>	<b>10</b>
3.1 Definition und Charakteristik des Images .....	10
3.1.1 Der Imagebegriff.....	10
3.1.2 Komponenten des Images.....	10
3.1.3 Dimensionen des Images .....	11
3.2 Das Unternehmensimage.....	12
3.2.1 Corporate Identity .....	12
3.2.2 Determinanten des Unternehmensimages.....	13
3.2.3 Funktion des Unternehmensimages aus Konsumentensicht.....	15
3.2.4 Der Nutzen von Öffentlichkeitsarbeit und Mediawerbung für das Unternehmensimage .....	16

### **III. Empirischer Teil.....17**

<b>1. Methodik.....</b>	<b>17</b>
1.1 Operationalisierung der Gesamtzufriedenheitsskala.....	17
1.2 Operationalisierung der Imageskala.....	17
1.3 Alte Formel zur Messung der gewichteten Dimensions- und Gesamtzufriedenheit.....	20
1.4. Neue Formel zur Messung der gewichteten Dimensions- und Gesamtzufriedenheit.....	21
1.5 Messinstrument.....	24
1.6 Analysemethoden.....	25
1.6.1 Itemanalyse.....	25
1.6.2. Varianzanalyse.....	25
1.6.3 Regressionsanalyse.....	26
<b>2. Ergebnisse.....</b>	<b>27</b>
2.1 Stichprobe.....	27
2.2 Gesamtzufriedenheitsskala.....	28
2.2.1 Itemselektion.....	28
2.2.2 Regressionsanalyse.....	28
2.3 Imageskala.....	30
2.3.1 Itemselektion.....	30
2.3.2 Unterschiede bezüglich Zufriedenheiten und Wichtigkeit in Abhängigkeit vom Geschlecht und Alter.....	32
2.3.3 Gewichtete Facettenzufriedenheiten.....	33
2.3.4 Regressionsanalyse.....	34

### **IV. Diskussion und Conclusio .....35**

<b>1. Gesamtzufriedenheitsskala.....</b>	<b>35</b>
<b>2. Imageskala.....</b>	<b>36</b>
<b>3. Zusammenfassende Bewertung der durchgeführten Untersuchung.....</b>	<b>38</b>

### **V. Literaturverzeichnis .....40**