

Vorwort

Die Steigerung der Kundenloyalität ist ein maßgebliches Ziel des Beziehungsmarketing. Ein effektives Instrument zur Loyalitätssteigerung stellt der bevorzugte Kundenstatus in hierarchischen Loyalitätsprogrammen dar. Die Marketingforschung analysiert ausschließlich den erreichten bevorzugten Kundenstatus, während das in der Marketingpraxis zu beobachtende Phänomen des geschenkten bevorzugten Kundenstatus und dessen Loyalitätswirkung bisher nicht untersucht wurden. Diese Forschungslücke möchte ich mit meiner Arbeit schließen. Die Ergebnisse zeigen, dass sich der geschenkte bevorzugte Kundenstatus nicht per se, sondern nur bei richtiger Gestaltung positiv auf die Kundenloyalität auswirkt. Hieraus ergeben sich wichtige Handlungsempfehlungen für den erfolgreichen Einsatz des geschenkten bevorzugten Kundenstatus in hierarchischen Loyalitätsprogrammen.

Die Arbeit ist während meiner Zeit als wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Marketing, an der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften der Universität Paderborn entstanden. Den damit erlangten „Doktorstatus“ habe ich keinesfalls geschenkt bekommen, sondern durfte und musste ich aus eigener Kraft erreichen. Die notwendige Kraft musste ich jedoch nicht alleine aufbringen, vielmehr konnte ich immer auf die – nicht nur im Beziehungsmarketing so wichtige – Loyalität zahlreicher Wegbegleiter in meinem universitären und privaten Umfeld zählen. Ihnen möchte ich an dieser Stelle danken.

Zunächst möchte ich mich bei meinem Doktorvater, Prof. Dr. Andreas Eggert, bedanken. Er hat mir alle erdenkliche Unterstützung zukommen lassen, um die von ihm prognostizierten Herausforderungen und Durststrecken einer Promotion zu meistern. Von ihm habe ich fachlich enorm viel gelernt und mich gut auf die Forschungswelt vorbereitet gefühlt. Seine Begeisterung für die Forschung ist ansteckend. Die große Freiheit, die er mir jederzeit in Forschung und Lehre eingeräumt hat, weiß ich sehr zu schätzen.

Darüber hinaus kann ich mich glücklich schätzen, mit meiner Zweitgutachterin, Prof. Dr. Ina Garnefeld, auch eine große Doktorschwester zu haben. Ihr möchte ich herzlich danken. Sie hat maßgeblichen Anteil daran, dass ich den Weg der Promotion eingeschlagen habe und hat mich von Beginn an kontinuierlich unterstützt und gefördert. Die Zusammenarbeit mit ihr hat meine Dissertation inhaltlich stark bereichert; wann immer notwendig hat sie mentale Aufbauarbeit geleistet. Auch außerfachlich konnte ich stets auf ihren Rat zählen.

Für ihr Mitwirken in meiner Promotionskommission möchte ich mich zudem bei Jun.-Prof. Dr. Anja Iseke und Prof. Dr. Dennis Kundisch bedanken.

Ein großer Dank gebührt meinen Kollegen und Freunden am Lehrstuhl sowie an der Fakultät, die für viel Spaß bei und neben der Arbeit gesorgt haben. Zuerst möchte ich Dr. Eva Münkhoff nennen, die in allen fachlichen und außerfachlichen Bereichen eine super Gesprächspartnerin und Ratgeberin war. Ihr konstruktives Korrekturlesen hat meine Arbeit mit vielen wertvollen Anregungen bereichert, und zudem dafür gesorgt, dass sie in der gegebenen Kürze erscheint. Auch Dr. Sabine Hollmann hat meinen Werdegang wohlwollend und mit vielen Ratsschlägen begleitet. Mit Prof. Dr. Ina Garnefeld, Dr. Eva Münkhoff und Dr. Sabine Hollmann habe ich viele schöne berufliche sowie private Ausflüge und Aktivitäten unternommen. Weiterhin möchte ich Andrea Bruns, Christina Cramer, Angelika Kröber und Christoph Thiesbrummel danken, die entscheidend zu der guten und kollegialen Arbeitsatmosphäre am Lehrstuhl beigetragen haben. Es hat außerdem Spaß gemacht, den Weg vom Bachelor über den Master bis hin zur Promotion an der Universität Paderborn gemeinsam mit Pia Vollert zu bestreiten. Die guten Gespräche mit Verena Kaiser haben mir oft neue Perspektiven eröffnet.

Bedanken möchte ich mich auch bei Prof. Robert W. Palmatier, Ph.D., bei dem ich während meiner Promotionszeit einen Forschungsaufenthalt verbracht habe. Die Zusammenarbeit mit ihm hat meine Dissertation inspiriert. Sowohl fachlich als auch persönlich habe ich sehr von der Zeit an der University of Washington profitiert. Ein weiterer Dank gilt den Teilnehmern der Marketing-Dissertantenwerkstatt der Universitäten Braunschweig, Dortmund, Eichstätt-Ingolstadt, Paderborn und Wuppertal. Die halbjährlichen Treffen waren geprägt von wertvollen inhaltlichen Diskussionen und kurzweiligen gemeinsamen Abendveranstaltungen.

Auch im privaten Umfeld haben zahlreiche Menschen durch ihr Vertrauen in meine Fähigkeiten, ihre Anteilnahme und viele schöne gemeinsame Erlebnisse fernab vom Schreibtisch zum Gelingen dieser Arbeit beigetragen. Meine Studienfreunde und die Uni-Fußballmannschaft haben Paderborn zu meiner Heimat gemacht. Caroline Winter danke ich für das Korrekturlesen meiner Arbeit. Von meinen Schulfreunden möchte ich Laura Möllers, Melanie Stinn, Brigitte Vickermann und Julia Wiechers hervorheben, die schon immer an mich geglaubt haben.

Mein größter Dank gilt meiner Familie. Meine Eltern Birgit und Martin Steinhoff sowie mein Bruder Claudius Steinhoff und seine Freundin Sandra Ide haben mich uneingeschränkt bei meinem eingeschlagenen Weg unterstützt und für den wichtigen familiären Rückhalt gesorgt. Ihr interessiertes Mitfiebern – auch wenn ihnen die akademische Welt bisweilen etwas schwer nachvollziehbar erschien – hat mich immer motiviert. Meiner Familie widme ich diese Arbeit.

Loyalitätswirkung des geschenkten bevorzugten
Kundenstatus

Eine theoretische und empirisch-experimentelle
Analyse

Steinhoff, L.

2014, XIX, 220 S. 25 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-06356-6