



BWL Schriftenreihe

Herausgeber: O.Univ.-Prof. Dipl.-Ing. Dr.techn. Ulrich Bauer

Kundenbeziehungssteuerung in Technologieunternehmen

**Empirische Ergebnisse zur
Praxis in Österreich**

Bernd Markus Zunk
Christoph Winkler
Paul Pflieger

B12-1479

Inhalt

Vorwort	5
1 Rahmenbedingungen eines Kundenbeziehungsmanagements in Technologieunternehmen	6
1.1 Fokusverschiebung im Marketing von Technologieunternehmen	7
1.2 Von der Produkt- zur Kundenbeziehungsorientierung	7
1.3 Forderung nach Effektivität und Effizienz im Kundenbeziehungsmanagement	8
2 Kundenbeziehungssteuerung – Relevanz und theoretischer Hintergrund	10
2.1 Warum ist Kundenbeziehungssteuerung für Unternehmen relevant?	10
2.2 Selbstverständnis einer Kundenbeziehungssteuerung	11
2.3 Managementherausforderungen im Bereich der Steuerung von Kundenbeziehungen	11
3 Eckdaten der empirischen Erhebung	14
3.1 Gewählte Forschungsmethode und Untersuchungsablauf	14
3.2 Vorgehen bei der Stichprobenermittlung	15
3.3 Charakteristik der ausgewerteten Stichprobe	16
4 Ausgewählte Forschungsergebnisse aus dem österreichischen Technologieumfeld	20
4.1 Problemsicht aus der Managerperspektive im Status quo	20
4.2 Gestaltung und Management von Kundenbeziehungen in Technologieunternehmen	22
4.3 Empirische Befunde zum Kundeninformationsversorgungssystem	27
4.4 Auswertungen zum Informationsverwendungssystem zur Steuerung von Kundenbeziehungen	29
4.5 „Idealer“ Kundenbeziehungscontrollerservice im Technologieumfeld	32
5 Zusammenfassende Betrachtung	34
Literatur- und Internetquellen	37
Anhang	39