

Vorwort

Das Phänomen der Kundenbindung erfreut sich seit einigen Jahren großer Beliebtheit bei betriebswirtschaftlich ausgerichteten Wissenschaftlern und Praktikern. Davon zeugen nicht zuletzt die vielen Veröffentlichungen, welche sich aus den unterschiedlichsten Perspektiven mit der Thematik auseinandersetzen. Die vorliegende Arbeit widmet sich dem Thema Kundenbindung von Haushaltsstromkunden. Die grundlegende Motivation zu dieser empirischen Untersuchung ergab sich im Kontext der im Jahr 1998 vollzogenen Liberalisierung des deutschen Strommarktes.

Dabei zeigte sich im Verbraucherverhalten der deutschen Haushaltsstromkunden von Beginn an eine charakteristische Tendenz, die nach wie vor Bestand hat: Nur ein Bruchteil der Haushalte hat in Deutschland bislang seinen Anbieter gewechselt. Angesichts dieser – im Kontext der europäischen Liberalisierungsbemühungen – nicht unerheblichen Entwicklung drängt sich die wissenschaftlich bislang kaum untersuchte Frage auf, wie und ob sich die offensichtlich hohe Bindung der deutschen Haushaltsstromkunden erklären lässt. Anders als in den vielen eher populärwissenschaftlichen bzw. praxisnahen Veröffentlichungen wird dazu im Rahmen der vorliegenden Arbeit ein Modell entwickelt, in das sowohl wissenschaftliche Erkenntnisse zur Kundenbindung allgemein, als auch Einzelergebnisse aus Branchenstudien zum Strommarkt einfließen.

Abgesehen von der hohen praktischen Relevanz der untersuchten Fragestellung stellt die vorliegende Untersuchung aber auch für den wissenschaftlichen Bereich eine wertvolle Erweiterung der bisherigen Erkenntnisse dar: So ist festzustellen, dass bei den bislang untersuchten Erklärungsmodellen der Kundenbindung fast ausschließlich Produktbereiche betrachtet wurden, in denen ein verhältnismäßig hohes kundenseitiges Interesse vorausgesetzt werden kann. In der Terminologie der Konsumentenforschung spricht man in diesen Fällen von so genannten high-interest bzw. high-involvement products. Wie aber sieht es aus, wenn sich der Kunde nur am Rande für ein Produkt bzw. dessen Anbieter interessiert? Schenkt man den bestehenden Erkenntnissen zum Strommarkt Glauben, trifft diese Haltung insbesondere für den Stromkunden zu. In diesem Sinne liefert das in dieser Studie bestätigte Erklärungsmodell einige spezifische Erweiterungen für den Low-involvement-Bereich, deren Bedeutung sich nun gegenüber „klassischen“ Bindungsdeterminanten abschätzen lässt.

Zur Auswertung der empirischen Ergebnisse wird auf das Instrumentarium der Kausalanalyse zurückgegriffen. Besonders wird dabei höchster Wert auf die fundierte Validierung der Ergebnisse gelegt. Auf konzeptioneller Ebene distanziert sich die Arbeit von den in der Forschung häufig vorzufindenden multitheoretischen Ansätzen, bei denen die Verknüpfung zwischen theoretischer Erklärung und Operationalisierung vielfach kaum noch nachzuvollziehen ist. Im Gegensatz dazu wird versucht, Theorie und Operationalisierung möglichst eng aufeinander abzustimmen. Dabei werden die Erkenntnisse der Studie in einen homogenen theoretischen Gesamtrahmen eingebettet. Als Datenbasis dient eine bundesweit durchgeführte telefonische Befragung von Haushaltsvorständen.

Abschließend möchte ich an dieser Stelle noch die Gelegenheit wahrnehmen, mich bei all den Personen zu bedanken, die direkt oder indirekt zu dieser Arbeit beigetragen haben. Dazu gehört in erster Linie mein Doktorvater Prof. Dr. Manfred Schwaiger, der mir im Laufe der Bearbeitungszeit stets ein kritischer Diskussionspartner mit wertvollen Anregungen war. Herrn Prof. Dr. Anton Meyer möchte ich für die Übernahme des Zweitgutachtens danken. Meinen besonderen Dank möchte ich all meinen Kollegen am Institut für Unternehmensentwicklung und Organisation aussprechen, die mir nicht nur mit guten Worten, sondern auch mit zahllosen Ideen und harter Korrekturarbeit zur Seite standen. Ferner möchte ich mich bei den wissenschaftlichen Hilfskräften an unserem Lehrstuhl bedanken, deren Unterstützung gerade in den Tagen vor der Fertigstellung meiner Arbeit eine große Hilfe war. Zu besonderem Dank bin ich darüber hinaus Herrn Lars Weber und Herrn Jan Broers von E.ON verpflichtet, deren großzügige Unterstützung die empirische Studie erst möglich machte. Herrn Keller von TNS Emnid, Herrn Nickel vom VDEW und Herrn Dr. Sperrlich von der HEA möchte ich für ihre Unterstützung bei der Erstellung des Fragebogens danken.

Zu guter Letzt möchte ich mich noch bei meinen Eltern sowie besonders bei meiner Frau Annie sowie unseren beiden Söhnen Benjamin und Vincent für die vielen Stunden der Entbehrung und der tatkräftigen Unterstützung in Form der täglichen Hausarbeit bedanken, ohne die diese Arbeit nicht möglich gewesen wäre.

Zoltán Bakay