



Nomos

# Die verbundene Kundenbeziehung



## Die Verbundenheit des Kunden mit dem Konsumgüterunternehmen

Eine kritische Analyse auf der Grundlage eines interaktions- und identifikationsbasierten Beziehungsverständnisses

Von Dr. Christina Kohlepp

2021, 406 S., brosch., 84,- €

ISBN 978-3-8487-7112-7

(Nomos Universitätsschriften – Betriebswirtschaftslehre, Bd. 11)

[www.nomos-shop.de/isbn/978-3-8487-7112-7](http://www.nomos-shop.de/isbn/978-3-8487-7112-7)

Was ist eine verbundene Kundenbeziehung? Unter welchen Voraussetzungen entwickeln sich verbundene Kundenbeziehungen und können Unternehmen diese aktiv anregen? In der Marketingliteratur existiert kein expliziter Begriff der verbundenen Kundenbeziehung. Vielmehr ist von interaktions- und identifikationsbasierten Beziehungen die Rede, ohne dass dabei präzisiert würde, was unter einer Verbundenheit anregenden Interaktion bzw. Identifikation konkret

zu verstehen ist. Bezugnehmend auf ausgewählte Interaktionen und Identifikationen in den Mittelpunkt stellende sozialpsychologische Theorien wird in dieser Arbeit untersucht, ob und inwieweit verbundene interaktions- und identifikationsbasierte Beziehungen zwischen Konsumgüterunternehmen und ihren Kunden überhaupt möglich sind.

Bestell-Hotline +49 7221 2104-37 | Online [www.nomos-shop.de](http://www.nomos-shop.de)  
E-Mail [bestellung@nomos.de](mailto:bestellung@nomos.de) | Fax +49 7221 2104-43 | oder im Buchhandel

Sie haben das Recht, die Ware innerhalb von 14 Tagen nach Lieferung ohne Begründung an Nördlinger Verlagsauslieferung GmbH & Co. KG, Augsburg Str. 67A, 86720 Nördlingen zurückzusenden. Bitte nutzen Sie bei Rücksendungen im Inland den kostenlosen Abholservice. Ein Anruf unter Tel. +49 7221 2104-45 genügt. Unsere Datenschutzbestimmungen finden Sie unter [nomos@shop.de/go/datenschutzerklaerung](http://nomos@shop.de/go/datenschutzerklaerung).

Nomos Verlagsgesellschaft  
Waldseestraße 3–5 | D-76530 Baden-Baden | [www.nomos.de](http://www.nomos.de)

 Nomos  
eLibrary



Nomos

# Close Customer Relationships



## Die Verbundenheit des Kunden mit dem Konsumgüterunternehmen

Eine kritische Analyse auf der Grundlage eines interaktions- und identifikationsbasierten Beziehungsverständnisses

By Dr. Christina Kohlepp

2021, 406 pp., pb., € 84.00

ISBN 978-3-8487-7112-7

(Nomos Universitätschriften – Betriebswirtschaftslehre, vol. 11)

in German

[www.nomos-shop.de/isbn/978-3-8487-7112-7](http://www.nomos-shop.de/isbn/978-3-8487-7112-7)

What is a close customer relationship? When does it develop and can companies stimulate close customer relationships? A notion or concept of close customer relationships is still lacking in marketing research literature. Authors refer to an interaction- and an identification-based relationship, but do not specify their understanding of the interaction or

identification which stimulates that relationship. Drawing on selected social psychological theories which focus on human interaction and identification, this dissertation examines whether and to what extent close interaction- and identification-based relationships between consumer goods companies and their customers are possible.

Hotline for your order +49 7221 2104-37 | Online [www.nomos-shop.de](http://www.nomos-shop.de)  
E-Mail [orders@nomos.de](mailto:orders@nomos.de) | Fax +49 7221 2104-43 | or in your local bookstore

You can withdraw from your book order without giving reasons within fourteen days. Simply send your written withdrawal within the given period to: Nördlinger Verlagsauslieferung GmbH & Co. KG, Augsburgstr. 67A, 86720 Nördlingen, Germany or to your bookstore. A withdrawal binds you to return the items. All costs and risks of return are payable by the addressee. You can find our privacy policy online at [nomos@shop.de/go/datenschutzerklaerung](mailto:nomos@shop.de/go/datenschutzerklaerung).

Nomos Verlagsgesellschaft  
Waldseestraße 3–5 | D-76530 Baden-Baden | [www.nomos.de](http://www.nomos.de)

 Nomos  
eLibrary