

Isabell Schwartz

---

# Kündigungsmanagement von Kundenbeziehungen

Kommunikationsstrategien  
zur Beendigung von  
Geschäftsbeziehungen



*Diplomica Verlag*

**Schwartz, Isabell: Kündigungsmanagement von Kundenbeziehungen:  
Kommunikationsstrategien zur Beendigung von Geschäftsbeziehungen. Hamburg,  
Diplomica Verlag GmbH 2016**

Buch-ISBN: 978-3-95934-869-0

PDF-eBook-ISBN: 978-3-95934-369-5

Druck/Herstellung: Diplomica® Verlag GmbH, Hamburg, 2016

**Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:**

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

---

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Bearbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden und die Diplomica Verlag GmbH, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Alle Rechte vorbehalten

© Diplomica Verlag GmbH

Hermannstal 119k, 22119 Hamburg

<http://www.diplomica-verlag.de>, Hamburg 2016

Printed in Germany

# INHALTSVERZEICHNIS

<b>ABBILDUNGSVERZEICHNIS .....</b>	<b>iii</b>
<b>TABELLENVERZEICHNIS .....</b>	<b>ivi</b>
<b>ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS.....</b>	<b>vii</b>
<b>1 EINLEITUNG .....</b>	<b>9</b>
<b>2 GRUNDLAGEN.....</b>	<b>13</b>
<b>2.1 Definition der anbieterinitiierten Beziehungsbeendigung.....</b>	<b>13</b>
<b>2.2 Der Beendigungsprozess von Geschäftsbeziehungen.....</b>	<b>15</b>
<b>2.3 Gründe für die anbieterseitige Beendigung von Kundenbeziehungen.....</b>	<b>20</b>
<b>2.4 Kommunikationsstrategien zur Beendigung von Kundenbeziehungen.....</b>	<b>24</b>
<b>3 ANALYSE DER FALLBEISPIELE .....</b>	<b>31</b>
<b>3.1 Aufbau der Analyse.....</b>	<b>31</b>
3.1.1 Qualitative Inhaltsanalyse.....	31
3.1.2 Kategorisierung .....	35
3.1.3 Kundenreaktion .....	35
<b>3.2 Durchführung der Analyse.....</b>	<b>39</b>
<b>3.3 Diskussion und Vergleich der Ergebnisse.....</b>	<b>52</b>
<b>4 FAZIT UND AUSBLICK.....</b>	<b>55</b>
<b>LITERATURVERZEICHNIS .....</b>	<b>57</b>

## **ABBILDUNGSVERZEICHNIS**

Abbildung 1: Die Stufen einer Geschäftsbeziehungsbeendigung .....	18
Abbildung 2: Kategorisierung der Ursachen einer anbieterseitigen Kündigung .....	20
Abbildung 3: Inhaltsanalytische Gütekriterien. ....	33

## **TABELLENVERZEICHNIS**

Tabelle 1: Analyse der Fallbeispiele .....	53
--	----

## **ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS**

<b>B2B</b>	<b>Business-to-Business</b>
<b>B2C</b>	<b>Business-to-Consumer</b>
<b>bzw.</b>	<b>beziehungsweise</b>
<b>ca.</b>	<b>circa</b>
<b>d.h.</b>	<b>das heißt</b>
<b>SMS</b>	<b>Short Message Service</b>
<b>z.B.</b>	<b>zum Beispiel</b>

