

## **Abstract**

Immer mehr Verbraucher nutzen das Internet, um sich über Unternehmen und deren Produkte zu informieren. Es leistet somit heutzutage einen wichtigen Beitrag zur deren Meinungsbildung. Unternehmen suchen daher vor allem nach effektiven Mitteln, um die Zielgruppe der Internet-Nutzer zu erreichen und an sich zu binden. Gerade in der Online-Umgebung, in der die Nutzer eigenständig über die Kommunikation entscheiden, stellt Loyalität einen entscheidenden Erfolgsfaktor dar. Um die Kommunikation mit den Konsumenten zu verbessern, bemühen sich viele Anbieter, ihren Web-Auftritt persönlicher zu gestalten und sich dadurch von Konkurrenten abzugrenzen. In den letzten Jahren rückten in diesem Zusammenhang Weblogs immer mehr in das Interesse der Unternehmen. Weblogs sind vor allem als private Web-Anwendung bekannt geworden und verzeichnen im Internet eine steigende Popularität aufgrund ihrer persönlichen und offenen Kommunikation. Sie erscheinen daher für Firmen besonders geeignet, um mit Kunden und potentiellen Kunden zu kommunizieren.

In dieser Arbeit wird untersucht, ob ein eigenes Unternehmens-Weblog gezielt für den Aufbau und die Pflege von Loyalität eingesetzt werden kann. Gleichzeitig werden relevante Qualitätsfaktoren betrachtet und die Wirkung der Weblog-Loyalität auf die Loyalität zum Unternehmen erforscht. Im Rahmen dieser Studie werden sechs zentrale Qualitätsfaktoren identifiziert und in einem Kausalmodell abgebildet. Die folgende empirische Untersuchung erfolgte anhand einer Befragung unter Nutzern von Unternehmens-Weblogs und ergab, dass Informationsgehalt, Glaubwürdigkeit, Ansprechbarkeit und Interaktivität die Weblog-Loyalität indirekt beeinflussen. Dabei sind sowohl Vertrauen als auch Zufriedenheit wichtige Determinanten der Loyalität zum Unternehmens-Weblog. Des Weiteren konnte Weblog-Loyalität eine positive Wirkung auf die Unternehmens-Loyalität nachgewiesen werden.

Die Ergebnisse zeigen, dass Unternehmens-Weblogs ein effektives Kommunikations- und Informationsinstrument für den Aufbau und die Pflege von Loyalität im Internet darstellen. Vor allem im Bereich Kundenbindung offenbaren sie ein enormes Potential.

**Schlagwörter: Unternehmens-Weblog, Qualitätsfaktoren, Vertrauen, Zufriedenheit, Loyalität**