

**Verena Lagel**

**Eine vergleichende Analyse  
kommunikationspolitischer Instrumente  
zur Kundenbindung in jungen innovativen  
Unternehmen**

**Bachelorarbeit**

# BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei [www.GRIN.com](http://www.GRIN.com) hochladen  
und kostenlos publizieren



## **Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:**

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

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

## **Impressum:**

Copyright © 2016 GRIN Verlag  
ISBN: 9783668846500

## **Dieses Buch bei GRIN:**

<https://www.grin.com/document/441285>

**Verena Lagel**

**Eine vergleichende Analyse kommunikationspolitischer  
Instrumente zur Kundenbindung in jungen innovativen  
Unternehmen**

## **GRIN - Your knowledge has value**

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite [www.grin.com](http://www.grin.com) ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

### **Besuchen Sie uns im Internet:**

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

[http://www.twitter.com/grin\\_com](http://www.twitter.com/grin_com)

**Eine vergleichende Analyse kommunikations-  
politischer Instrumente zur Kundenbindung  
in jungen innovativen Unternehmen**

**A comparative analysis of communications  
policy tools for customer retention in inno-  
vative start-ups**

**Abschlussarbeit**

zur Erlangung des akademischen Grades:  
Bachelor of Science

Eingereicht durch:  
Verena Lägerl

Dresden, Dezember 2016

## Zusammenfassung

Junge, innovative Unternehmen (JIU) stehen einer umfangreichen Informationsflut gegenüber, haben nur ein beschränktes Budget zur Verfügung und müssen die richtige Strategie wählen, um Kunden von ihrer Innovation zu überzeugen und an sich zu binden.

In dieser Arbeit wird gezeigt, wie JIU Reputation zielgerichtet aufbauen können, um sich erfolgreich am Markt zu etablieren. Dabei werden ausgewählte kommunikationspolitische Instrumente kritisch untersucht und verglichen. Für die Untersuchung wird eine Nutzwertanalyse angewandt, welche eine anschließende vergleichende Analyse der Kommunikationsinstrumente *Sales Promotion*, *Direct Marketing*, *Social Media* und *Sponsoring* ermöglicht. Das dabei in dieser Arbeit angewandte Bewertungssystem beruht auf definierten Bewertungskriterien und deren Gewichtung. Die Kriterien sind wichtige Indikatoren, die JIU bei der Wahl der Kommunikationsinstrumente berücksichtigen müssen, um effektiv und zielgerichtet Markenaufbau und Kundenbindung zu steuern.

Bei der vergleichenden Analyse zeigt sich, dass JIU vorrangig durch den Einsatz des *Social Media* Instruments kostengünstig und effektiv Unternehmenswachstum und -erfolg erzielen können. Dieses Instrument unterstützt in hohem Maße den Aufbau von Reputation, wirkt effektiv auf das Verhalten der Kunden und generiert eine hohe Kundenbindung durch die Vielfalt der Informations-, Emotions- und Erlebnisvermittlung. Es stellt sich heraus, dass die Kriterien wie Kundenwert, die Gestaltungsparameter eines Instruments und die Interaktion und Integration des Kunden eine hohe Kundenbindung ermöglichen. Für die Praxis ist daher zu empfehlen, für den Kunden Erlebnisanreize zu schaffen, die Informationen an seine Bedürfnisse anzupassen, die Botschaft klar und deutlich zu kommunizieren und dem Kunden Responsemöglichkeiten zur Verfügung zu stellen. Einen Mehrwert können JIU allen voran durch die Kombination mehrerer Kommunikationsinstrumente erzielen. Aufgrund ihrer unterschiedlichen Einsatzmöglichkeiten ergeben sich durch eine Kombination Synergieeffekte. Im Forschungsbereich können daher weitere Untersuchungen angestellt werden, die die Wirkungsweise und Reichweite der Kombination einzelner Kommunikationsinstrumente ergründen und messen. Weitere Forschungen können in der Analyse der Wirkungsweise der Instrumente in einzelnen Branchen getätigt werden.