

Anne Bury

Die Kundenkarte im deutschen Einzelhandel

Ausgewählte ökonomische, rechtliche und technische Aspekte

Diplomarbeit

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

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.

Copyright © 2001 Diplom.de
ISBN: 9783832445218

Anne Bury

Die Kundenkarte im deutschen Einzelhandel

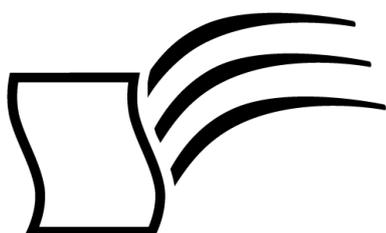
Ausgewählte ökonomische, rechtliche und technische Aspekte

Anne Bury

Die Kundenkarte im deutschen Einzelhandel

Ausgewählte ökonomische, rechtliche und technische Aspekte

Diplomarbeit
an der Gerhard-Mercator-Universität Duisburg
Fachbereich Wirtschaftswissenschaften
April 2001 Abgabe



Diplom.de

Diplomica GmbH ———
Hermannstal 119k ———
22119 Hamburg ———

Fon: 040 / 655 99 20 ———
Fax: 040 / 655 99 222 ———

agentur@diplom.de ———
www.diplom.de ———

ID 4521

Bury, Anne: Die Kundenkarte im deutschen Einzelhandel: Ausgewählte ökonomische, rechtliche und technische Aspekte / Anne Bury - Hamburg: Diplomica GmbH, 2001
Zugl.: Duisburg, Universität - Gesamthochschule, Diplom, 2001

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

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 Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Diplomica GmbH
<http://www.diplom.de>, Hamburg 2001
Printed in Germany



Wissensquellen gewinnbringend nutzen

Qualität, Praxisrelevanz und Aktualität zeichnen unsere Studien aus. Wir bieten Ihnen im Auftrag unserer Autorinnen und Autoren Wirtschaftsstudien und wissenschaftliche Abschlussarbeiten – Dissertationen, Diplomarbeiten, Magisterarbeiten, Staatsexamensarbeiten und Studienarbeiten zum Kauf. Sie wurden an deutschen Universitäten, Fachhochschulen, Akademien oder vergleichbaren Institutionen der Europäischen Union geschrieben. Der Notendurchschnitt liegt bei 1,5.

Wettbewerbsvorteile verschaffen – Vergleichen Sie den Preis unserer Studien mit den Honoraren externer Berater. Um dieses Wissen selbst zusammenzutragen, müssten Sie viel Zeit und Geld aufbringen.

<http://www.diplom.de> bietet Ihnen unser vollständiges Lieferprogramm mit mehreren tausend Studien im Internet. Neben dem Online-Katalog und der Online-Suchmaschine für Ihre Recherche steht Ihnen auch eine Online-Bestellfunktion zur Verfügung. Inhaltliche Zusammenfassungen und Inhaltsverzeichnisse zu jeder Studie sind im Internet einsehbar.

Individueller Service – Gerne senden wir Ihnen auch unseren Papierkatalog zu. Bitte fordern Sie Ihr individuelles Exemplar bei uns an. Für Fragen, Anregungen und individuelle Anfragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung. Wir freuen uns auf eine gute Zusammenarbeit.

Ihr Team der Diplomarbeiten Agentur

Diplomica GmbH _____
Hermannstal 119k _____
22119 Hamburg _____

Fon: 040 / 655 99 20 _____
Fax: 040 / 655 99 222 _____

agentur@diplom.de _____
www.diplom.de _____

Inhaltsverzeichnis

	Seite
1 PROBLEMSTELLUNG	1
1.1 Aktueller Hintergrund	1
1.2 Der Begriff der Kundenkarte	1
1.3 Gang der Untersuchung	2
2 KUNDENKARTEN IM DEUTSCHEN EINZELHANDEL UND IHRE SYSTEMATISIERUNG	3
2.1 Geschichtliche Entwicklung	3
2.2 Akzeptanz bei Händlern und Verbrauchern	4
2.3 Kundenkartensysteme	5
2.3.1 Systematisierung nach der Funktion	5
2.3.2 Systematisierung nach der Organisationsform	9
2.3.2.1 Unternehmensindividuelle und kooperative Systeme	9
2.3.2.2 Zwei- und Drei-Parteien-System	12
3 ÖKONOMISCHE ASPEKTE DER KUNDENKARTE	13
3.1 Ziele der Kundenkarte	13
3.1.1 Kundenbindung	13
3.1.1.1 Direkte Kundenbindung	16
3.1.1.2 Indirekte Kundenbindung	18
3.1.2 Umsatz- und Erlössteigerung	23
3.1.3 Kostensenkung	25
3.2 Organisatorische Maßnahmen	26
3.2.1 Make or buy	27
3.2.2 Personelle Maßnahmen	29
3.3 Kosten und Nutzen einer Kundenkarte	30
3.3.1 Kosten einer Kundenkarte für das Unternehmen	30
3.3.2 Nutzen einer Kundenkarte für das Unternehmen	32
3.3.3 Kosten einer Kundenkarte für den Kunden	34
3.3.4 Nutzen einer Kundenkarte für den Kunden	34