

Julian Maier



Der demografische Wandel und die Anforderungen an den Discounterhandel

Eine Betrachtung
der Firma Lidl

Diplomarbeit

Maier, Julian: Der demografische Wandel und die Anforderungen an den Discounthandel: Eine Betrachtung der Firma Lidl. Hamburg, Bachelor + Master Publishing 2015

Originaltitel der Abschlussarbeit: Die Anforderungen an den Discounthandel resultierend aus der demografischen Entwicklung in der Bundesrepublik Deutschland am Beispiel der Firma Lidl

Buch-ISBN: 978-3-95820-428-7

PDF-eBook-ISBN: 978-3-95820-928-2

Druck/Herstellung: Bachelor + Master Publishing, Hamburg, 2015

Zugl. Duale Hochschule Baden-Württemberg, Stuttgart, Deutschland, Diplomarbeit, April 2008

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

© Bachelor + Master Publishing, Imprint der Diplomica Verlag GmbH
Hermannstal 119k, 22119 Hamburg
<http://www.bachelor-master-publishing.de>, Hamburg 2015
Printed in Germany

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis

Tabellenverzeichnis

1. Einleitung	1
1.1. Problemstellung und Zielsetzung	1
1.2. Aufbau der Arbeit	2
2. Die demografische Entwicklung in der BRD	3
2.1. Begriffserklärung	3
2.2. Demografischer Wandel und Alterung der Gesellschaft	3
2.2.1. Rückgang der Fertilität	3
2.2.2. Rückgang der Mortalität	6
2.2.3. Anstieg der Lebenserwartung	7
2.2.4. Anstieg des Durchschnittsalters	9
2.3. Migration	10
2.4. Bevölkerungsentwicklung in Deutschland	12
3. Konsequenzen für das Käuferverhalten	16
3.1. Kaufverhalten der Bevölkerung im Allgemeinen	17
3.2. Die Senioren	18
3.2.1. Die Einkommenssituation	18
3.2.2. Konsumverhalten	19
3.2.3. Alterserscheinungen und Kundenwünsche	20
3.2.4. Seniorenmarketing	22
4. Folgerungen für die Discounter und deren Konkurrenz	26
4.1. Abgrenzung	26
4.1.1. Convenience Stores und Fachgeschäfte	27
4.1.2. Supermärkte, Verbrauchermärkte und SB Warenhäuser	29
4.1.3. Discounter	30
4.2. Electronic Commerce als Konkurrenz für den Lebensmitteleinzelhandel	31

4.3. Anforderungen an Discounter	34
4.3.1. Aktuelle Marktsituation	34
4.3.2. Innere Veränderungen	36
4.3.3. Konkretisierung am Praxisbeispiel Lidl	38
4.3.3.1. Status Quo	38
4.3.3.2. Mögliche Neuerungen und Verbesserungsmaßnahmen	40
4.3.4. Inner City und die Integration in Shopping Center	42
 5. Abschließende Betrachtung	 44
 Literaturverzeichnis	 45
Internetquellenverzeichnis	47

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1	Entwicklung der Anzahl Neugeborener und Gestorbener seit 1950	4
Abb. 2	Entwicklung des Verhältnis von in der BRD lebenden und gestorbenen Menschen seit 1970	6
Abb. 3	Entwicklung der Lebenserwartung 60 Jähriger seit 1930	8
Abb. 4	Entwicklung des Alten- und Jugendquotienten sowie des Durchschnittsalters in der BRD seit 1970	10
Abb. 5	Wanderungssaldo zwischen der BRD und dem Ausland seit 1974	11
Abb. 6	Alterspyramide 1910	13
Abb. 7	Alterspyramide 1950	13
Abb. 8	Alterspyramide 2005	13
Abb. 9	Alterspyramide 2050	13
Abb. 10	Bevölkerung nach Altersgruppen 2005	15
Abb. 11	Bevölkerung nach Altersgruppen 2050	15
Abb. 12	Sinus Milieus in Gesamtdeutschland 2007	24
Abb. 13	Das System der Kaufreviere	26
Abb. 14	Entwicklung von Umsatz, Anzahl und Verkaufsfläche nach Betriebsformen 1995-2005	35

Tabellenverzeichnis

Tab. 1	Kaufkraft 2005 in Deutschland nach Altersklassen	18
Tab. 2	Verfügbares Einkommen und privater Verbrauch nach Alter des Haupteinkommensbeziehers 2003	19