



Lisa Lang

Wie Discounter Kunden an sich binden

Empfehlungen zur Verbesserung der Kundenbindung
im Einzelhandel

WIRTSCHAFT

Academic *Plus*



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 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 © 2023 GRIN Verlag

ISBN:

Dieses Buch bei GRIN:

Lisa Lang

Wie Discounter Kunden an sich binden. Empfehlungen zur Verbesserung der Kundenbindung im Einzelhandel

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 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

Academic Plus – Aktuell, relevant, hochwertig

Mit Academic Plus bietet GRIN ein eigenes Imprint für herausragende Abschlussarbeiten aus verschiedenen Fachbereichen. Alle Titel werden von der GRIN-Redaktion geprüft und ausgewählt.

Unsere Autor:innen greifen in ihren Publikationen aktuelle Themen und Fragestellungen auf, die im Mittelpunkt gesellschaftlicher Diskussionen stehen. Sie liefern fundierte Informationen, präzise Analysen und konkrete Lösungsvorschläge für Wissenschaft und Forschung.



-
Hochschule Konstanz – Technik, Wirtschaft und Gestaltung
Fakultät Wirtschafts-, Kultur- und Rechtswissenschaften
Betriebswirtschaftslehre

Bachelorarbeit zum Thema:

Kundenbindung im Einzelhandel

Steigerung der Kundenbindung im Einzelhandel am Beispiel des Discounter-
Einzelhandelskette Aldi

Zur Erlangung des Grades: Bachelor of Arts

Vorgelegt von: Lisa Marie Lang

Inhaltsverzeichnis

I. Abbildungsverzeichnis	IV
II. Gender-Hinweis.....	V
1 Ziel, Aufbau und Hintergrund dieser Arbeit	1
1.1 Relevanz und Eingrenzung der Thematik	1
1.2 Problemstellung, Zielsetzung und Forschungsfrage	3
1.3 Aufbau der Arbeit und methodisches Vorgehen	4
2 Grundlagen und begriffliche Abgrenzungen	5
2.1 Definition Kunde	5
2.2 Grundlagen des Discountgeschäfts	6
2.3 Der deutsche Lebensmitteleinzelhandel	7
3 Konzeptionelle Grundlagen der Kundenzufriedenheit	8
3.1 Definition Kundenzufriedenheit	8
3.2 Confirmation/Diskonfirmation-Paradigma	9
3.3 Kundenzufriedenheit als zentraler Faktor für den Unternehmenserfolg.....	11
3.4 Messung und Management der Kundenzufriedenheit	12
3.5 Kundenzufriedenheit als Indikator für Kundenbindung	17
4 Kundenbindung als Zielgröße im Lebensmitteleinzelhandel.....	18
4.1 Der Zusammenhang zwischen Kundenzufriedenheit und Kundenbindung	18
4.2 Definition und Formen von Kundenbindung und Kundenloyalität	19
4.3 Vorteile und Nachteile der Kundenbindung im Einzelhandel	22
4.4 Kundenbindung im Lebensmitteleinzelhandel	25
4.5 Kundenbindung auf Online-Plattformen	26
4.6 Konzepte zur Erfassung und Messung von Kundenbindung	27
4.7 Bonus- und Treueprogramme im Lebensmitteleinzelhandel	30

4.7.1	Kundenbindung durch Loyalitätsprogramme	30
4.7.2	Kundenbindung durch Preisgestaltung	33
4.7.3	Sonderangebote	33
4.7.4	Couponing.....	34
4.7.5	Bonus-Aktionen	36
4.7.6	Kundenclub.....	36
5	Anwendungsbeispiel anhand des Discounters Aldi	37
5.1	Unternehmen Aldi Ist-Aufnahme	38
5.1.1	Das Unternehmen Aldi	38
5.1.2	Neukundengewinnung durch Imagewandel	39
5.1.3	Bestehende Marketingkonzepte	43
5.1.4	Analyse der bestehenden Kundenbindung	45
5.1.5	Kundenorientierung	46
5.2	Analyse der Kunden von Aldi	48
5.3	Influencer Marketing und Social-Media in der Kundenbindung	56
5.4	Wettbewerbsanalyse	58
5.4.1	Wettbewerbsvergleich: Aldi und Lidl	60
5.4.2	Marketingstrategien von Aldi und Lidl	61
5.4.3	Kundenbindung bei Lidl.....	62
6	Maßnahmen zur Steigerung der Kundenbindung bei Aldi	63
6.1	Ziele.....	63
6.2	Strategische Maßnahmen zur Verbesserung der Kundenbindung	64
6.2.1	Potenzial in urbanen Gebieten durch Innenstadtvariante.....	65
6.2.2	Kundenprogramm in Form einer App	67
6.2.3	Einführung eines Lebensmittel-Lieferservice	68

7	Bewertung der Alternativen.....	69
7.1	Prüfung der Realisationsmöglichkeiten und offene Probleme	69
7.1.1	Potenzial in urbanen Gebieten durch Innenstadtvariante.....	69
7.1.2	Kundenprogramm in Form einer App	70
7.1.3	Einführung eines Lebensmittel-Lieferservice	71
7.2	Ausblick und zukünftige Entwicklungen	72
8	Fazit	73
III.	Literaturverzeichnis	VI