

Jonas Pirkl

---

**Aus der Reihe: e-fellows.net stipendiaten-wissen**

e-fellows.net (Hrsg.)

Band 3441

## **Markenrelevanz, Preisimage des Händlers und Markenfamiliarität als Einflussfaktoren auf das Kaufverhalten von Handelsmarken**

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 © 2019 GRIN Verlag  
ISBN: 9783346193476

## **Dieses Buch bei GRIN:**

<https://www.grin.com/document/899803>

**Jonas Pirkl**

**Aus der Reihe: e-fellows.net stipendiaten-wissen**

e-fellows.net (Hrsg.)

Band 3441

**Markenrelevanz, Preisimage des Händlers und Marken-  
familiarität als Einflussfaktoren auf das Kaufverhalten  
von Handelsmarken**

## **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)

**Markenrelevanz, Preisimage des Händlers und Markenfamiliarität als  
Einflussfaktoren auf das Kaufverhalten von Handelsmarken**

(Brand relevance, price image of the retailer and brand familiarity as influencing factors on  
private label shopping behavior)

Bachelorarbeit in Marketing und Vertrieb

vorgelegt am 23.04.2019

Institut für Informationswirtschaft und Marketing  
Forschungsgruppe Marketing & Vertrieb

Karlsruher Institut für Technologie (KIT)

Wintersemester 2018/2019

Von:

Jonas Pirkl

## Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis .....	I
Abkürzungsverzeichnis .....	II
1 Einleitung .....	1
1.1 Hintergrund.....	1
1.2 Fokus und Ziel der Arbeit.....	2
1.3 Struktur der Arbeit.....	3
2 Theoretische und konzeptionelle Grundlagen.....	3
2.1 Marken im Kontext des identitätsbasierten Markenmanagements.....	3
2.2 Markenrelevanz .....	4
2.3 Markenfamiliarität .....	4
2.4 Produktarten.....	5
2.4.1 Handelsmarken und nationale Marken.....	5
2.4.2 Ausprägungen von Handelsmarken .....	6
2.5 Statistische Grundlagen .....	11
2.5.1 Chi-Quadrat-Test für Unabhängigkeit .....	11
2.5.2 Exakter Test nach Fisher .....	11
2.5.3 Mann-Whitney-U-Test .....	12
3 Herleitung der Hypothesen.....	12
4 Empirische Studie .....	15
4.1 Methodik.....	15
4.2 Ergebnisse.....	18
4.3 Diskussion .....	21
5 Schlussbetrachtung.....	22
5.1 Forschungsfragen der Arbeit .....	22
5.2 Zentrale Ergebnisse der Arbeit und wissenschaftlicher Erkenntnisgewinn .....	23