

## Handelsmarken von Discountern PDF - herunterladen, lesen sie



HERUNTERLADEN

LESEN

ENGLISH VERSION

DOWNLOAD

READ

### Beschreibung

Die Bedeutung von Handelsmarken nimmt in den letzten Jahren stetig zu. Auch im deutschen Lebensmitteleinzelhandel spielen sie eine immer bedeutendere Rolle. Vor allem Discounter, die in den letzten Jahren enorme Marktanteilsgewinne verzeichnen konnten, folgen mittlerweile dem Prinzip, ihr Sortiment stark auf Handelsmarken auszurichten. Mit einem Umsatzanteil von gut einem Drittel im Lebensmitteleinzelhandel stellen Handelsmarken in der heutigen Zeit eine ernst zu nehmende Konkurrenz für die etablierten Herstellermarken dar. Obwohl Handelsmarken in den verschiedenen Betriebstypen des deutschen Lebensmitteleinzelhandel unterschiedlich große Bedeutungen besitzen, sind sie aus den Sortimenten nicht mehr wegzudenken. Da durch die Handelsmarken die Sortimente der einzelnen Handelsunternehmen weniger austauschbar sowie weniger vergleichbar sind, kann eine erhebliche Profilierung gegenüber dem Wettbewerb erreicht werden. Das Ziel dieses Buches besteht darin, die generelle Konzeption sowie die Bedeutung von Handelsmarken im deutschen Lebensmitteleinzelhandel zu untersuchen. Da bei der Betrachtung des Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland zwei wesentliche Wachstumsphänomene, zum einen das der Handelsmarken und zum anderen das des Betriebstyps der Discounter, zu beobachten sind, soll weiterhin der Fragestellung

nachgegangen werden, welche Korrelationen zwischen diesen beiden Phänomenen bestehen.

Es ist also möglich, dass die Biobutter vom Discounter doch aus Bioland-Milch erzeugt wurde und die Kartoffeln von Naturland kommen – nur mit den Premium-Siegeln bewerben dürfen die Erzeuger sie nicht. So haben inzwischen alle Discounter eigene Bio-Handelsmarken. Bei Aldi gibt es „GutBio“, bei Lidl „Biotrend“, bei

von 2001 bis 2006 sind sie von 34,8 auf 43,5 Prozent Marktanteil gewachsen, dabei ist aber vor allem ihr Regalgeschäft mit Handelsmarken gewachsen und weniger das mit Markenartikeln oder das Aktionsgeschäft. So weisen denn auch verschiedene Marktuntersuchungen aus, dass die Discounter im Food und

29. Mai 2017 . „Die zunehmende Verfügbarkeit von Markenartikeln bei den Discount-Riesen Aldi und Lidl ist getrieben durch ein ausgeprägtes Verlangen der Kunden nach bekannten Marken, auch wenn den Käufern häufig bekannt ist, dass die Hersteller der Markenartikel und der Handelsmarken identisch sein.

Seit Einführung der Handelsmarken haben diese stetig an Bedeutung hinzu gewonnen. In nahezu jedem Handelsunternehmen des deutschen LEH spielen Handelsmarken eine immer bedeutsamere Rolle. Besonders die Discounter, die in den letzten Jahren ein enormes Wachstum verzeichnen konnten, folgen diesem.

27. Okt. 2011 . Doch die eigenen Produkte von Discountern und Supermärkten holen auf. Experten bezeichnen sie als Eigen- oder Handelsmarken. Sie haben zusammen einen Marktanteil von fast 40 Prozent. Kann ihre Qualität mithalten? Wir haben 37 Lebensmitteltests mit knapp 900 Produkten ausgewertet, die wir

Discounter – vor allem Aldi und Lidl – profilieren sich dabei primär über Handelsmarken. □ Handelsmarken im Discounter sind nicht mehr nur me-too, also. Kopien/Interpretationen erfolgreicher Markenartikel, sondern neben dem Basissortiment gibt es zunehmend. Ergänzungssortimente, deren Ziel sowohl Stärkung des

3 Preisorientierung der Verbraucher: Basis für das Wachstum der Discounter in Deutschland. 384. 4 Discounter und Handelsmarken - eine erfolgreiche Symbiose. 387. 4.1 Übersicht. 387. 4.2 Discounter und Herstellermarken. 389. 5 Wachstumstreiber und Wachstumsbegrenzer: Die Zukunft der Discounter. 390. Literatur.

Produkte von Tandil, Karlskrone, River Cola oder Gut&Günstig kennt fast jeder. Es handelt sich dabei um Handelsmarken, die wenig oder keinen Rückschluß auf den Hersteller zulassen. Wir probieren es trotzdem!

30. Aug. 2013 . 16 -. Als Beispiele für Premium-Handelsmarken gelten „Rewe Feine Welt“, „Real Seleccion“, und bei den Discountern „Premium N“ von Netto, „Feine Kost“ von Penny, „Deluxe“ von Lidl und „Gourmet“ von Aldi. Abbildung 5: Sortimentsauswahl der Premium-Handelsmarke "Rewe Feine Welt" von Rewe.

Die Bedeutung von Handelsmarken nimmt in den letzten Jahren stetig zu. Auch im deutschen Lebensmitteleinzelhandel spielen sie eine immer bedeutendere Rolle. Vor allem Discounter, die in den letzten Jahren enorme Marktanteilsgewinne verzeichnen konnten, folgen mittlerweile dem Prinzip, ihr Sortiment stark auf.

Die Statistik zeigt die Entwicklung der wertmäßigen Marktanteile von Industriemarken und Handelsmarken bei Lebensmittel-Discountern in Deutschland in den Jahren 2010 und 2011 im Vergleich (in Prozent) auf. Der wertmäßige Marktanteil der Mehrwert-Handelsmarken bei Discountern lag im Jahr 2010 bei 23,2 Prozent.

Worin besteht der wesentliche Unterschied zwischen Marken, Handelsmarken und No Name Produkten? Wir wollen mit diesem Artikel aufklären, was hinter dieser Bezeichnung steckt und warum man bei Aldi, Lidl, Norma, Penny usw. und anderen Discountern oft gute Markenware erhält, obwohl man zu den sogenannten.

24. Sept. 2004 . Fast zeitgleich brachten die Drogerie-Kette Rossmann und der Rewe-Discounter Penny ihre Eigenmarken auf den Markt. Die traditionellen Babynahrungshersteller reagieren unterschiedlich auf "Babydream" (Rossmann) und "Babytime" (Penny). So spricht Hipp-Marketingdirektor Reiner Tafferner von.

Bei reBuy Handelsmarken und Discounter- Entwicklung und Auswirkungen auf die Konsumgüterindustrie - Kaib, Iris gebraucht kaufen und bis zu 50% sparen gegenüber Neukauf. Geprüfte Qualität und 18 Monate Garantie. In Bücher stöbern!

Die Handelsmarken der Supermarktketten und Discounter erfreuen sich stetiger Zuwächse – kein Hype aber seit Jahren ein stabiler Trend. Damit wächst auch die Bedeutung der Eigenmarken über alle Preis- und Produktkategorien hinweg. Die Marktanteile der Handelsmarken in Deutschland bewegten sich 2014 bei ca.

In Großbritannien konnten Handelsmarken ihren Marktanteil von über 45 Prozent behaupten und sind weiter auf Wachstumskurs. Hier erweitern Supermärkte ihre Handelsmarkenprogramme, um im Wettbewerb mit den Discountern bestehen zu können. In Frankreich liegt die Marktdurchdringung mit Handelsmarken bereits.

Unter dem schlichten Kleid der von deutschen Lebensmittel-Discountern angebotenen Handelsmarken verbergen sich manchmal grobe Produkte, manchmal von Markenherstellern hergestellte Artikel, und hin und wieder echte Perlen. Marke hin oder her, Chclt.net testet auch die Schokoladen von Aldi, Lidl, Netto, Penny,.

Die Süßwarenfirma Storck etwa produziert seit vielen Jahren Schokolade und Schokoküsse als Handelsmarken für Discounter. Die Kekspanduzenten Bahlsen und Griesson-DeBeukelaer liefern Gebäck unter anderem Namen an Aldi. Frosta ist seit Jahrzehnten fest verwurzelt im Handelsmarkengeschäft mit Tiefkühlkost.

Sie entwickeln neue Erscheinungsbilder für ihre Marke, bauen reale Markenwelten auf, wie "Legoland", und versuchen sich auch verstärkt mit Sponsoring oder Promotionaktionen. Die Einstellung der Verbraucher zu Discountern und Handelsmarken genauer zu analysieren, herauszufinden welche Maßnahmen für welche.

Minuten drei verschiedene Discounter mit dem. Auto erreichen. ▷ Hinzu kommt, dass die Discounter zu- nehmend ihre relative Alleinstellung bei den. Handelsmarken verlieren. Alle Marktteilnehmer, nicht mehr nur die Discounter, bieten über ein wachsendes Eigenmarkensortiment gute. Einstiegspreislagen, so dass.

17. Jan. 2017 . Die Handelsmarkenkonzepte und die Bedeutung der Handelsmarken für die Sortimente sind abhängig vom Händler sehr unterschiedlich. Die höchste Umsatzbedeutung haben sie bei den Discountern mit 75 bis 90 % Umsatzanteil. Bei den Vollsortimentern und Drogeriemärkten liegt sie zwischen 20 und.

schen international agierende Firmen, die sich auf die Produktion von Handelsmarken

spezialisiert haben und fähig sind, Produkte mit einer hochwertigen Qualität . Alter > 40 Jahre  
Einkommen < 2000 € (netto) stark preisorientiert Hohe Akzeptanz von Discountern und  
Handelsmarken Alter > 40 Jahre Einkommen < 2000.

2. Nov. 2007 . Discounter wie Aldi, Lidl und Penny haben oft auch Markenware im Angebot.  
Allerdings getarnt in unscheinbaren Packungen. Ein Beispiel: Provivo steht auf dem  
probiotischen Joghurt-Drink bei Plus auf der Packung, aber drin ist Milch von Müller. Viele  
Hersteller betreiben derartige Handelsmarken, die.

Alle Statistiken und Zahlen zum Thema Handelsmarken jetzt bei Statista entdecken!

Der Vergleich von Handelsmarken der Discounter Aldi, Lidl, Penny und. Norma sowie der  
Vollsortimenter Re— we, Edeka und Metro zeigt, dass die. Eigenmarken der Billiganbieter in  
vie— len Fällen klar preisgünstiger sind als die Private Labels der Vollsortimenter, während  
qualitativ nur geringe Unter- schiede bestehen.

Früher waren Handelsmarken in erster Linie eine Sache der Discounter, heute holen  
Supermärkte massiv auf. Der Trend zieht sich wie ein roter Faden durch die gesamte Branche:  
Die Lebensmittel tragen keine bekannten Marken- namen mehr, sondern heißen reihenweise  
Gut & Günstig, Ja!, K-Classic, Rewe oder TiP.

Wie Lange (2003) annimmt, hängt der steigende Marktanteil der Handelsmarken nicht in  
Übermaßen mit den einzelnen Produkten, deren Preisen oder einer generellen Ablehnung der  
Marken zusammen, sondern mit dem zunehmenden Wechsel der Käufer zu Discountern, die  
fast keine bis wenig Herstellermarkenware.

27. Sept. 2012 . Brühwurst, Gewürzgurke und reichlich Mayonaise — Fleischsalat ist der  
beliebteste Feinkostsalat der Deutschen. Die Stiftung Warentest hat 24 Produkte untersucht —  
von leicht bis klassisch. Das Ergebnis zeigt einmal mehr: Teuer heißt nicht unbedingt gut. Die  
Handelsmarken von Discountern sowie ...

30. Aug. 2013 . Oder Sie wählen einzelne Supermarktketten oder Discounter aus und lassen  
sich dort eine Auswahl der Marken-Produkte und ihrer billigen Schwestern anzeigen: Dabei  
kommt beispielsweise heraus, dass man Zwieback aus dem Hause Brandt bei Aldi Nord um  
die Hälfte billiger bekommen kann, wenn.

Mit der Ausdifferenzierung der Vertriebschiene „Discount“ hat die Bedeutung von  
Handelsmarken – vorwiegend im Preiseinstiegsbereich, auf den sich insbesondere sog. Hard  
Discounter konzentrieren – zugenommen. Während die Bedeutung von Handelsmarken für  
sogenannte „Vollsortimenter“ und andere.

2. Febr. 2012 . Fast ein Fünftel aller Lebensmittel, die in traditionellen Supermärkten über die  
Ladentheken gehen, sind laut GfK-Schätzung Handelsmarken. Im Discounter sind demnach  
mittlerweile sogar rund 70 Prozent aller verkauften Waren No-Name- und Eigenprodukte.  
Teure Markenprodukte an den Mann zu.

29. Apr. 2013 . So haben sie im vergangenen Jahr bei den Drogeriewarengruppen sogar  
teilweise Marktanteile eingebüßt, bei Getränken haben sie sich nicht verbessern können.  
Entwicklung der Premium-Handelsmarken von Aldi und Lidl (Quelle: GfK). Das Wachstum  
der Discounter kommt hingegen vor allem aus dem.

Deutschland ist ein reifes Handelsmarken- land („moderately concentrated“) und hat – bei  
anhaltend hohem. Marktanteil der Discounter – den Strategiewechsel vom Preiseinstieg zur  
Mehrwerthandelsmarke durchlaufen. Ansatz der folgenden Dar- stellung ist eine 360-Grad-  
Betrachtung, d.h. die Handelsmarke aus.

Daher ist es kaum verwunderlich, dass Billiganbieter wie H&M, Ikea und Lebensmittel-  
Discounter wie Aldi derzeit einen so großen Erfolg haben. Vor diesem Hintergrund haben die  
Handelsmarken wesentlich an Bedeutung gewonnen, da sie dem Konsumenten bei einem  
günstigen Preis eine gute Qualität bieten.

11. Jan. 2017 . . .werden Handelsmarken zu Me-too-Produkten mit Qualitätsversprechen. Natürlich musste der klassische Lebensmitteleinzelhandel (LEH) auf diese Entwicklung reagieren, denn die Discounter kosteten die Supermärkte bis in die 80er Jahre hinein jede Menge Kunden. Deshalb ging REWE als erste Kette.

Doch diese Fakten können nicht darüber hinweg täuschen, dass es durch den verstärkten Wettbewerb mit Handelsmarken und Discountern für die Markenartikelindustrie zunehmend schwieriger wird, die Markenvorteile auszuspielen. Thomas TOCHTERMAN formuliert ganz klar: „Gelingt es den Unternehmen nicht, sich.

In Großbritannien konnten Handelsmarken ihren Marktanteil von über 45 % behaupten und sind weiter auf Wachstumskurs. Hier erweitern Supermärkte ihre Handelsmarkenprogramme, um im Wettbewerb mit den Discountern bestehen zu können. In Frankreich liegt die Marktdurchdringung mit Handelsmarken bereits im.

15. Juli 2016 . 86 Prozent erwarten neue Produkte eher im Supermarkt als beim Discounter. Weiterhin positiv für die Herstellermarken: Knapp zwei Drittel der Shopper ziehen günstige Markenprodukte den Handelsmarken vor. Allerdings nimmt die Präferenz für Markenartikel stetig ab. Bereits ein Viertel der Kunden.

Blick auf die Profilierung von Handelsmarken Preistaktiken einsetzen, in deren Folge die preisinduzierte Profilierung von Markenartikeln erodiert. So steigt das Preisniveau von Markenartikeln in den Verbrauchermärkten beispielsweise stark an (Preistaktik des Umbrella Pricing), während es in den Discountern stark sinkt.

21. Aug. 2015 . Von Obst und Gemüse über Molkereiprodukte, Fleisch- und Wurstwaren bis hin zu Tiefkühl- und Fertigprodukten gibt es meist ein breites Angebot. Auch Biosupermärkte wie Alnatura, Basic und Denny führen ihre eigenen Handelsmarken. Discounter spielen im Biomarkt ebenfalls eine große Rolle. Sie sind.

Discounter Supermarkt Verbraucher' markt Fläche kleiner 800 qm größer 800 Preisbildung aggressiv, starr aggressiv, flexibel aggressiv, starr . . . Dauertiefpreis P e s e D t f ' r l n l v a u a u e r l e p r e l s Sonderangebot wenige viele sehr viele Aufbau des Produktkategorien, Produktkategorien, Produktkategorien, des.

Discounter und Handelsmarken sind Marken – und zwar bedeutende. Genau deshalb haben sie die Berechtigung, sich in der Kommunikation wie solche zu verhalten und hohe Budgets in TV-, Online - und Printkommunikation zu stecken. Der Werbezettel wäre selbst für häufige Discounter-Kunden keine adäquate.

5. Apr. 2011 . Studie: Discounter sind wertvollste Handelsmarken Aldi büßte gegenüber 2009 einen Markenverlust von 14 Prozent ein und verlor die meisten Marktanteile an Konkurrenten Lidl, der sich mit einem Markenwert von 1,176 auf dem vierten Platz befindet. Trotzdem ist die Markenstärke von Aldi Nord und Aldi.

10. Jan. 2014 . Größter Hort der Handelsmarken sind aber immer noch Discounter wie Aldi oder Lidl. Und auch sie beschränken sich längst nicht mehr auf das Basissortiment. Immer öfter gerieren sie sich als preisgünstiges Feinkostgeschäft und werben mit italienischen oder englischen Wochen. So lockt Lidl etwa.

2. März 2017 . eigentlichen Wirt, den Discountern. Auch die Vollsortimenter haben in den letzten Jahren den Wert der Eigenmarke entdeckt: als Renditebringer, aber auch als Marketing- instrument und als Werbeträger. Discounter und Handelsmarken brauchen schon lange keine ‚schlechten Zeiten‘ mehr, damit sie.

Die generelle Konzeption von Handelsmarken im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland am Beispiel von Discountern - Corinna Schöllgen, geb. Köhler - Diplomarbeit - BWL - Handel und Distribution.

Handelsmarken mit hochwertigen. Markenimage die Attraktivität des Produktportfolios. Dies

bietet das Potential, auch das Image des vertreibenden Händlers aufzuwerten. • Es sind klare Unterschiede in der Wahrnehmung der Einzelhandelsformate zu sehen. So punkten Discounter erwartungsgemäß mit einem guten.

Handelsmarken schneiden Aldi und Lidl am besten ab: Sie bieten . Frage Q3:

Handelsmarkenkauf (SA), Q2: Wichtigkeit bei der Wahl der Einkaufsstätte (SA), Q1: Qualität von Handelsmarken allg. (SA) ... Frage Q31: Unten sehen Sie noch einmal eine Liste an Supermärkten und Discountern, die Handelsmarken führen.

25. Okt. 2016 . WHU – Otto Beisheim School of Management. Die Entwicklung bei den Handelsmarken fällt unterschiedlich aus – man muss die Abhängigkeit der Handelsmarken von den Discountern berücksichtigen. Aldi und die. Markenlistungen. ▷ Handelsmarken-Anteile (Wert in %) – jeweils 1. Halbjahr 2015 und.

Gebraucht: Corinna Köhler Handelsmarken von Discountern: Konzepte und Strategien 15,17 EUR\*. Beschreibung; Drucken. Gebraucht: Corinna Köhler Handelsmarken von Discountern: Konzepte und Strategien.

11. Sept. 2014 . D.II.2.4.4.3 Beschaffungsanteile Handelsmarken. 153. D.II.2.4.5.

Beschaffungsanteile der Nachfrager: Ansatz über Gesamtbeschaffung (Food und Non Food I)155. D.II.2.4.6. Marktanteile der Hersteller. 155. D.II.2.4.6.1 Marktanteile der Anbieterspitzengruppe – Herstellermarken und Handelsmarken. 155.

Traditionell wurden Handelsmarken als preisgünstige Alternative gegenüber Markenartikeln eingeführt oder weil Markenartikelhersteller das Handelsunternehmen (insbesondere Discounter) nicht mehr belieferten. Heute sind Handelsmarken Ausdruck eines aktiven Handelsmarketing zur Profilierung im Absatzmarkt,.

29. Sept. 2003 . Düsseldorf (ots) - Düsseldorf, 29.09.2003. Immer mehr Konsumentengreifen zu preiswerten Handelsmarken. Fred Otto (A.C. Nielsen)prognostiziert, dass der Anteil der.

18. Dez. 2017 . Der Anteil an dem gesamten Filialnetz im organisierten türkischen Einzelhandel stieg dadurch von 22,2 Prozent auf 24,5 Prozent, zulasten von Super- und Hypermärkten wie Migros, Carrefour, Tesco und Adese. Gleichzeitig wächst die Bedeutung der Handelsmarken am Gesamtumsatz der Discounter in.

Abb.12: Handelsmarken des Discounters Penny Quelle: In Anlehnung an Penny (Hrsg.) 2008a, 0.S. 6.5 Norma Die erste Filiale des Discounters Norma wurde im Jahre 1964 eröffnet.

Hervorgegangen ist Norma aus dem bereits im Jahre 1921 gegründeten Unternehmen Georg Roth.187 Das Sortiment von Norma besteht.

11. Jan. 2016 . Regionale Lebensmittel liegen voll im Trend. Laut einer Studie von AT Kearny kaufen zwei Drittel der Verbraucher mittlerweile wöchentlich Lebensmittel aus ihrer Region. Kein Wunder also, dass auch der Handel diesem Trend begegnet, indem sowohl Discounter als auch Supermärkte mittlerweile.

"Kundenbindungsqualität von Handelsmarken im Discounter-Markt" von Philipp Zühlke • BoD Buchshop • Besondere Autoren. Besonderes Sortiment.

DiscounterZu den bekanntesten Discountern gehören Aldi, Lidl, Penny und Netto. Die Bezeichnung „discount“ . Discounter. Der Unterschied zwischen Supermarkt und Discounter liegt im Preis und Sortiment. . hoher Anteil sog. Handelsmarken (Produkte tragen spezielle Eigennamen des jeweiligen Handelshauses).

sowie zwischen Handelsmarken der Discounter und der Vollsorti- menter deutliche preisliche und zum Teil auch qualitative Vorteile der Discounter ausgemacht werden. Schlüsselwörter. Preis-Qualitäts-Relationen; Lebensmittelmarkt; empirische Analyse;. Stiftung Warentest; Handelsmarken, Discounter. Abstract.

3. Febr. 2015 . Discounter verlieren Marktanteile, Handelsmarken wachsen. Der Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland hat 2014 eine Nullrunde gedreht, und es ist noch

nicht einmal eine schwarze Null, die da in der Umsatzbilanz aufscheint. Denn nur die um 0,7 Prozent höheren bezahlten Preise gleichen die.

Kundenbindungsqualität von Handelsmarken im Discounter-Markt - Am Beispiel ALDI - Philipp Zühlke - Diplomarbeit - BWL - Marketing, Unternehmenskommunikation, CRM, Marktforschung, Social Media.

Die Bedeutung von Handelsmarken nimmt in den letzten Jahren stetig zu. Auch im deutschen Lebensmitteleinzelhandel spielen sie eine immer bedeutendere Rolle. Vor allem Discounter, die in den letzten Jahren enorme Marktanteilsgewinne verzeichnen konnten, folgen mittlerweile dem Prinzip, ihr Sortiment stark auf.

So waren bereits viel Erfahrung mit kapitalintensivem Mengengeschäft, gewachsene Strukturen, strategisches Denken und Service-Know-how vorhanden, als sich der Handelsmarkensektor mit dem Aufschwung der Discounter rasant entwickelte. Erfahrung, die sich auch schnell für hinzukommende Produktfelder wie.

0,8 Prozentpunkte zurückgegangen und beträgt entsprechend den Ergebnissen von. Drogeriemärkte schließen die Schlecker-Lücke – starker. Auftritt der Supermärkte – Discounter verlieren Marktanteile. Consumer Index Total Grocery 01 | 2016. Trendwende bei den Handelsmarken? Marktanteile (Wert) in %. 2012. 2013.

14. Jan. 2015 . Bei Grundnahrungsmitteln und Alltagsartikeln greifen Deutsche eher zu Handelsmarken, bei Genussmitteln zu Herstellermarken. . In den vergangenen Jahren haben Markenartikel gegenüber Handelsmarken an Bedeutung verloren. iQoncept | . Hoher Discounter-Anteil fördert Trend zu Handelsmarken.

25. Febr. 2013 . Günstige Handelsmarken finden Konsumenten schon lange bloß nicht nur bei Discountern. Auch Supermärkte wie Rewe oder Edeka verkaufen neben Markenprodukten auch meist deutlich billigere Eigenmarken. Und die Deutschen greifen gerne zu: In Europa entscheiden sich nur Schweizer und Briten.

einen überdurchschnittlich starken, die Discounter einen gewohnt durchschnittlichen Monat. Das Geschehen in den unterschiedlichen Vertriebs- schienen und bei den verschiedenen Händlern spiegelt sich in der Entwicklung der Markensegmente. Bei den Discountern waren die Handelsmarken im ersten. Halbjahr 2016.

Handelsmarken im Aufwind. Anforderungen von Handel und Discountern an Verpackungen. Der Kampf um Marktanteile wird nirgends so spürbar wie am Regal: Hier treffen Marke und Handels- marke, Innovationsführer und me- too-Hersteller aufeinander. Die Ver- packung wird dabei zum Differen- zierungsmerkmal im.

Die Bedeutung von Handelsmarken nimmt in den letzten Jahren stetig zu. Auch im deutschen Lebensmitteleinzelhandel spielen sie eine immer bedeutendere Rolle. Vor allem Discounter, die in den letzten Jahren enorme Marktanteilsgewinne verzeichnen konnten, folgen mittlerweile dem Prinzip, ihr Sortiment stark auf.

Diese Dreiteilung der Handelsmarken hinsichtlich ihrer Positionierung ist meiner Meinung nach unzureichend. Daher soll an dieser Stelle ein weiterer Begriff eingeführt werden, die Discountmarke. Unter Discountmarken verstehe ich sämtliche Handelsmarken, die ausschließlich über Discounter (Aldi, Lidl, Penny Markt etc.).

zwischen Herstellern und Discountern bzw. Vollsortimentern hat. Ergänzend wollten wir wissen, bei welchen Punkten eine. Unterscheidung nicht relevant ist. Wir von IPLC sind davon überzeugt, dass diese Studie in ihrer Art einzigartig ist, da das erste Mal die Sichtweisen von Handelsmarken-Herstellern aus so vielen.

Handelsmarken im klassischen Sinne 1.4.1.3. Hochwertige Handelsmarken 1.4.2. Einteilung von Handelsmarken aufgrund der Breite des Markendaches. 2. Entwicklung und Funktion von Marken, Handelsmarken und Discountern 2.1. Entwicklung und Funktion der Markenfabrikate



### 2.1.1. Entwicklung der Markenfabrikate

Um im Markt bestehen zu können, bleibt vielen Handelsmarken nur der Weg in die offensive Werbung, die Ausgestaltung diverser Preislagen und die Aufteilung der Marken in Premium- und Normalsegmente. Längst sind die Zeiten vorbei, in denen nur Geringverdiener bei Discountern einkaufte gingen. Im Vergleich zu.

No-Name-Suche: Hier gibt es die kostenlose Liste der Hersteller von No-Name-Produkten.

30. Mai 2008 . Den Produktnamen, etwa „Scholetta“, vergibt der Discounter selbst. Die Süßigkeit wird so zu einer „Eigenmarke des Handels“ oder, kürzer, einer Handelsmarke. Die „Scholetta“-Schokoküsse sind kein Einzelfall. Viele deutsche Markenhersteller verstecken sich hinter den Handelsmarken von Discountern.

2.3 3.1 3.2 2.2.1.3 Status quo der Handelsmarken in Deutschland ...21 2.2.1.4

Zukunftsperspektiven . . 3 Internationale Bedeutung von Handelsmarken und Discountern..36

Bedeutung von Handelsmarken in verschiedenen Ländern.....36 3.1.1 Bedeutung von

Handelsmarken in der Schweiz .....38 3.1.2.

22. Febr. 2010 . Mehr als zwei Drittel aller Biokäufer holen sich diese Lebensmittel in Supermärkten und Discountern. Entsprechend bekannt sind die Handelsmarken. Bionade ist mit 70 Prozent gestützter Markenbekanntheit die einzige Herstellermarken mit großer Bekanntheit. Danach folgen bereits die Händlermarken.

Einkaufen und dabei bares Geld sparen – ganze ohne auf etwas verzichten zu müssen: Das ist seit über 30 Jahren das Erfolgsrezept unserer ja! Eigenmarke.

6. Sept. 2017 . Bemerkenswert ist, dass gewisse Hersteller von Handelsmarken ebenso Eigenmarken für Discounters wie Lidl produzieren. Die Produkte aus den sogenannten "No-Name-Produkten" stehen also in Ihrerer Hochwertigkeit den populären Marken in nichts nach. Fazit: Der Erwerb von Discountprodukten birgt.

6. Aug. 2014 . Während Bioprodukte früher meist nur in ausgewählten Läden, Reformhäusern oder direkt vom Bauernhof oder Wochenmarkt erhältlich waren, führen mittlerweile alle großen Supermärkte, Discounters und sogar einige Drogerien Biolebensmittel unter ihrer eigenen Marke. Laut einer 2013 vom.

Die Bedeutung von Handelsmarken nimmt in den letzten Jahren stetig zu. Auch im deutschen Lebensmitteleinzelhandel spielen sie eine immer bedeutendere Rolle. Vor allem Discounters, die in den letzten Jahren enorme Marktanteilsgewinne verzeichnen konnten, folgen mittlerweile dem Prinzip, ihr Sortiment stark auf.

Vorteile durch die Produktion von Handelsmarken hat auch der Hersteller durch eine höhere Auslastung seiner Anlagen und die Möglichkeit einer Mehrproduktstrategie. Letztere ermöglicht es den Herstellern, seine Produkte auch über Discounters zu ver- treiben ohne jedoch seine Marke zu schwächen, also handelt es sich.

Die Bedeutung von Handelsmarken nimmt in den letzten Jahren stetig zu. Auch im deutschen Lebensmitteleinzelhandel spielen sie eine immer bedeutendere Rolle. Vor allem Discounters, die in den letzten Jahren enorme Marktanteilsgewinne verzeichnen konnten, folgen mittlerweile dem Prinzip, ihr Sortiment stark auf.

Handelsmarken von Discountern: Konzepte und Strategien | Corinna Köhler | ISBN: 9783868151121 | Kostenloser Versand für alle Bücher mit Versand und Verkauf durch Amazon.

Als Handelsmarke (auch Eigenmarke) bezeichnet man Produkte und Produktreihen (Markenwaren), deren Markenzeichen sich in der Inhaberschaft eines Handelsunternehmens bzw. einer Handelsorganisation befinden. Sie werden in der Regel nur in eigenen Betrieben des Markeneigners oder in den einer.

17. Okt. 2014 . Brauereien verkaufen ihre Ideale. Brauereien kämpfen um die Existenz. Aus

diesem Grund verscherbeln viele ihr Qualitätsbier an Handelsmarken und Discounter - und verkaufen damit ein Stück ihrer Ideale. Aus Angst, das Image der Marke könnte leiden, wenn sie in Zusammenhang mit Billig-Discountern.

22. Febr. 2013 . Zusammenfassung. Die Bedeutung von Handelsmarken nimmt in vielen Handelsbranchen und in den meisten Ländern zu. Die Ziele, die damit verfolgt werden, sind vielfältig. Daher werden im vorliegenden Beitrag zunächst verschiedene Erscheinungsformen von Handelsmarken voneinander abgegrenzt.

2. Dez. 2003 . Immer mehr Kunden lassen Markenprodukte im Regal stehen und greifen stattdessen zu den günstigeren Handelsmarken der Discounter. Nicht nur in Deutschland lässt das laut Moody's die Margen von Nestlé, Unilever & Co. bröckeln.

7. Juli 2013 . Weg vom Ramsch, hin zu Markenware: So wollen Discounter neue Kunden locken. Aber sind die . Der Aldi-Check nimmt den Discounter unter die Lupe. Wie steht es . Supermärkte profitierten, auch weil sie sich mit der Einführung preiswerter Handelsmarken an die Discounter annäherten. Diese zogen.

. für den traditionellen Handel im Wettbewerb mit den Hard Discountern, München 2004, S. 14 3.4 Kommunikationspolitik der Handelsmarken Aldi gehört, was die Werbeaufwendungen betrifft, zu den Top 10 der Werbungtreibenden in Deutschland. Im Jahr 2003 betragen die Aufwendungen für Kommunikation 126,9 Mio.

28. Juli 2010 . Die Kunden wandern offenbar verstärkt von den Discountern zurück zu Vollsortiment-Supermärkten wie Edeka oder Rewe. Diese machten zuletzt sogar mit einem direkten Preisvergleich zu Aldi Werbung für ihre Handelsmarken. Eine Aktion, die sich der Groß-Discounter verbat. Doch auch die direkten.

Ja! oder Wiesenhof? Gut&Günstig oder Zott? Grafschafter oder Golden Toast? Dass Markenhersteller auch für Discounter und die No-Name-Handelsmarken großer Supermarkt-Ketten produzieren, ist bekannt. Aber wie erkennt man bei Aldi, Lidl oder Edeka, wer wirklich hinter den No-Name-Produkten steht?

Handelsmarken. Führende Discounter und Lebensmitteleinzelhändler zählen zu unseren Kunden. Sie schätzen unsere kompetente, zuverlässige und lösungsorientierte Herangehensweise bei der Herstellung qualitativ hochwertiger Handelsmarken. Zugleich bieten wir ihnen mit unseren Eigenmarken Hardthof und Krings.

das besonders ausgeprägte Preisbewusstsein vieler deutscher Verbraucher abgehoben. Als Indiz dafür gilt der stark wachsende und auch im internationalen Vergleich ausgesprochen hohe Anteil von Discountern und Handelsmarken in Deutschland [1, 2]. Während in vielen anderen europäischen Ländern eher die.

Free Shipping. Buy Handelsmarken Und Discounter-Entwicklung Und Auswirkungen Auf Die Konsumgüterindustrie at Walmart.com.

23. Jan. 2015 . Und die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) sieht die Handelsmarken weiter im Aufwind. . Waren die Eigenmarken anfangs fast durchweg Preiseinstiegs-Produkte, so bieten die großen deutschen Supermarktketten und auch die Discounter den Verbrauchern inzwischen eine breitgefächerte Auswahl.

3. Mai 2011 . Die in großen Massen zum Discounter Aldi wechselnden Kunden mussten von den Supermarktketten gehalten und zurück gewonnen werden. Supermarktketten boten bislang nur die vergleichsweise teureren Herstellermarken an und konnten dem Preisdruck, der durch Aldi-Handelsmarken ausgelöst.

In Deutschland ist die Erfolgsgeschichte der Handelsmarken eng mit der Expansion der Discounter verbunden, deren Sortiment fast ausschließlich aus Handelsmarken besteht. Die aggressive Niedrigpreisstrategie von Aldi, Lidl und Co. zwang den traditionellen Handel, billige Einkaufsoptionen anzubieten, um die.

Seit Einführung der Handelsmarken haben diese stetig an Bedeutung hinzu gewonnen. In nahezu jedem Handelsunternehmen des deutschen LEH spielen Handelsmarken eine immer bedeutsamere Rolle. Besonders die Discounter, die in den letzten Jahren ein enormes Wachstum verzeichnen konnten, folgen diesem.

Discounter zeichnen sich zudem durch eine weitgehende Standardisierung der Filialen, einen hohen Anteil an Handelsmarken im Sortiment und den Verkauf tendenziell grundnutzenorientierter Waren aus (Springer Gabler Verlag, 2013). Das durchschnittliche Warensortiment beträgt bei sogenannten Harddiscountern.

