

## Mit Treueprogrammen den Umsatz steigern

Wer sich umfassend und tiefgehend mit dem Kundenbindungsprogramm in Deutschland beschäftigen will, ist mit dem neuen Buch von Alexandra Ranzinger bestens bedient. Die Inhaberin des 2009 gegründeten Beratungsunternehmens Workinghead mit Sitz in München hat mit „Praxiswissen Kundenbindungsprogramme“ in zweiter Auflage eine praktische Anleitung für alle geschrieben, die mit Kundenbindung Geld verdienen wollen. Die 48-jährige Fachfrau behandelt darin die Grundlagen von Bonus- und Rabattsystemen und erklärt die Dos and Don'ts bei der Konzeption und operative Umsetzung entsprechender Programme. Dabei liegt ihr Fokus auf den Bereichen Loyalty und CRM, Vertrieb und Vermarktung.



**Alexandra Ranzinger**, Workinghead

Mit der Neuauflage ihres erstmals 2009 erschienenen Buches bietet die Münchner Autorin, die in der Loyalty-Branche als ausgewiesene, stets bestens informierte Expertin gilt und im deutschen Handel gut vernetzt ist, eine fundierte Entscheidungsgrundlage für die Auswahl des passenden Kundenbindungsprogramms. Ob Bonusprogramme, Rabattkarten, Kundenkarten ohne regelmäßige Incentivierung, Punkte-

## Analysen, Broschüren, Lektüretipps

**Branchenzahlen:** Auf 300 Seiten beinhaltet das „Möbel-Taschenbuch 2018“ Fachinformationen, einen umfangreichen Statistikteil sowie die wichtigsten Gesetze und Verordnungen für den Möbel- und Küchenfachhandel in Auszügen. Darüber hinaus enthält das Werk viele nützliche Adressen, Messetermine und Basisinformationen für Entscheider der Branche. Es kann für 15 Euro zzgl. Versand und MwSt. beim **Handelsverband Möbel und Küchen (BVDM)** unter der E-Mail [bvdm@wohnenundbuero.de](mailto:bvdm@wohnenundbuero.de) bezogen werden.

**Gratis-Download:** Das britische Marktforschungsunternehmen **Mintel** hat eine neue Edition der „Europa – Verbrauchertrends 2018“ vorgelegt. Das Analyseteam von Mintel hat darin u.a. vier Trends – Ethik, Nachhaltigkeit, Sicherheit, Privatsphäre, Stress, Vertrauen und Transparenz – identifiziert und analysiert, die europäische Verbraucher und damit auch FMCG- und Nonfood-Hersteller und Händler im lau-

fenden Jahr bewegen dürften. Der 46-seitige Bericht kann unter [mintel.com/verbraucher-trends-europa](http://mintel.com/verbraucher-trends-europa) kostenlos, gegen Angabe der Kontaktdaten, heruntergeladen werden.

**Wichtige Daten:** Die Verbände **BDSE** und **BLE** haben auf 80 Seiten im „Taschenbuch des Schuh- und Lederwareneinzelhandels 2018“ die wichtigsten betriebswirtschaftlichen Kennziffern zusammengetragen. Der statistische Teil enthält – neben Terminen, hilfreichen Fachinformationen, rechtlichen Bestimmungen sowie einem umfangreichen Stichwortverzeichnis – die Umsatzentwicklung und die Größenstrukturen der beiden Branchen. Das in Zusammenarbeit mit den Fachzeitschriften „Schuhkurier“ und „Lederwaren-Report“ entstandene Zahlenwerk kann für 17 Euro beim ITE-Verlag in Köln, E-Mail: [itebestellungen@bte.de](mailto:itebestellungen@bte.de), bestellt werden.

**Personalisierung:** Der **Onlinehandel** wird immer persönlicher und individueller.

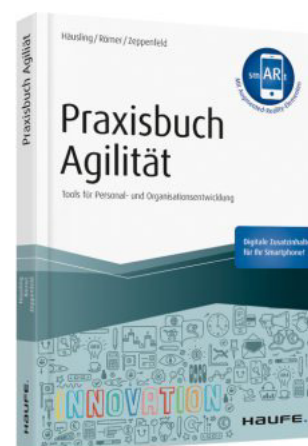
Automatisierte Systeme erlauben eine immer bessere Justierung spezifischer Angebote über alle Kanäle. Der Onlinehandel kommt damit seinem Ziel, Tante Emma digital abzubilden, immer näher. Im aktuellen **Whitepaper** „Personalisierung“ erklärt das Digital-Commerce-Magazin **etailment** (dfv/Der Handel), wie das mit dem digitalen Tante-Emma-Gefühl funktionierte und für wen es sich schon ausgezahlt hat. Mehr dazu: <http://etailment.de/news/stories/Studien-Whitepaper-Personalisierung>

**Engagiert:** Der Bundesverband des Deutschen Lebensmittelhandels (**BVLH**) hat einen Beitrag des Lebensmittelhandels zu UN-Nachhaltigkeitszielen veröffentlicht. Die entsprechende Broschüre mit dem Titel „Die globalen Nachhaltigkeitsziele – Der Lebensmittelhandel zu Zielen der Agenda 2030“, die anhand vorwiegend lebensmittelbezogener Maßnahmen die vielfältigen Anstrengungen von Handelsunternehmen präsentiert, soll ihren Beitrag zur

Umsetzung der gesamtgesellschaftlichen Nachhaltigkeitsziele leisten. Der Fokus der Publikation liegt beispielsweise auf der Sicherung der Lebensmittelqualität, der Verbesserung der Ernährungssituation und auf den fairer gestalteten Arbeitsbedingungen sowie transparenteren Informationen (**BVLH**-Broschüre abrufbar unter [www.bvlh.net](http://www.bvlh.net)).

**Praktische Umsetzung:** Hinter agilen Prozessen stecken Werte, Haltungen und Prinzipien der Zusammenarbeit. Diese Werte und Prinzipien wiederum lassen sich durch Tools erlebbar machen. Agile Arbeitswerkzeuge können so einfacher in den Arbeitsalltag von Teams integriert werden, und das spielerisch, auch nach dem Trial-and-Error-Modell. Im ersten Teil der Publikation „Praxisbuch Agilität“ werden die Prinzipien erklärt, die fünf Levels einer Organisationsentwicklung beleuchtet und gezeigt, nach welchen Spielregeln die agile Transformation funktioniert. Der zweite Teil – die Toolbox

– steht im Fokus des Werkes. Hier werden ausführlich 65 konkrete Tools zu den Bereichen Strategie, Struktur, Prozess, Kultur und Führung vorgestellt. Die Autoren **André Häusling**, **Esther Römer** und **Nina Zeppenfeld** von HR-Pioneers haben dazu sowohl ihre eigenen als auch die Erfahrungen ihrer Kollegen, ihrer Kunden und ihres Netzwerks zusammengetragen. Die einzelnen Tools beinhalten Lernziele, Spielanleitungen sowie Moderations- und Reflexionskarten (Haupe, 215 Seiten, 29,95 Euro, ISBN: 978-3-648-10158-2).



klebe-Aktionen oder zeitgemäßes Couponing – hiesige Handelsunternehmen können es sich im Zeitalter von Amazon Prime nicht mehr leisten, auf Kundenbindung zu verzichten. Sie müssen sich nach Ansicht der gebürtigen Passauerin damit auseinandersetzen, welches Loyaltätsprogramm geeignet ist und wie die Realisierung effektiv und kostengünstig gestaltet werden kann.

Das umfassend überarbeitete, um aktuelle Beispiele und 22 Abbildungen ergänzte Buch bietet Händlern unterschiedlicher Branchen dabei konkrete Hilfestellung mit zahlreichen Checklisten, Prozessübersichten und ausführlichen Fallbeispielen, unter anderem zu Payback und deren direktem Multi-partner-Wettbewerbsprogramm Deutschland-Card. Dabei unterzieht

Ranzinger, die mit ihrem Unternehmen projektbezogen arbeitet und von 2006 bis 2009 Geschäftsführerin der Deutschland-Card war, u.a. die Douglas-Card, den Media-Market Club, die Kaufland-Treuepunkte und das Couponing bei Burger King sowie das Check-out-Couponing bei Edeka einer kritischen Würdigung. Ihre Botschaft: Kundenbindungssysteme sind nur dann erfolgreich, wenn sie strategisch sauber definiert sind und die Positionierung des Unternehmens sowie die Anforderungen des Marktes berücksichtigen. *kon/lz 08-18*

Alexandra Ranzinger, Praxiswissen Kundenbindungsprogramme – Konzeption und operative Umsetzung, Springer-Gabler, Berlin/Heidelberg 2017, 166 Seiten, Hardcover + E-Book 39,99 Euro, ISBN: 978-3-658-17659-4.

## Schritt zur Selbstorganisation



Die Digitalisierung stellt Unternehmen vor große Herausforderungen im Hinblick auf Geschwindigkeit, Wandlungsfähigkeit und Innovation. Florian Rustler, Gründer und Geschäftsführer von Creaffective, hat dazu das Buch „Innovationskultur der Zukunft – Wie selbstorganisierte Unternehmen die Digitalisierung meistern“ veröffentlicht. Während klassisch-hierarchische Strukturen und Entscheidungswege

immer häufiger an ihre Grenzen stoßen, bilden sich gleichzeitig neue Formen des Unternehmensaufbaus und der -führung wie selbstorganisierte agile Systeme mit verteilter Autorität. Diese ermöglichen es Firmen, schneller und effektiver auf Umweltveränderungen zu reagieren. Das Werk liefert u.a. Antworten auf die Fragen: Wie arbeiten selbstorganisierte Unternehmen? Was können andere Firmen davon lernen? Wie können einzelne Elemente eingeführt werden? Der Autor hat für das Buch zwölf internationale Unternehmen verschiedener Branchen und Größen beobachtet und besucht. *lz 08-18*

Florian Rustler, Innovationskultur der Zukunft, Midas Management, 288 Seiten, 29,80 Euro, ISBN-10: 3038765031.

FIRMEN			
<b>7-Eleven</b>	61	<b>Happy Cheese</b>	24
		HEB	62
<b>Agecore</b>	4	Henkel	16/64
<b>Airbus</b>	62	Hermes	62
<b>Aldi</b>	12/22/61/62		
<b>Alibaba</b>	61	<b>IBM</b>	62
<b>Allianz</b>	62		
<b>Amazon</b>	17/28/63	<b>KaDeWe</b>	30
<b>Andechser</b>	24	Karstadt	30
<b>Arla</b>	22	Kaufland	28/42
<b>Asda</b>	36		
<b>Asics</b>	30	<b>Landgard</b>	26
<b>Auchan</b>	12	Landor	65
		Lidl	61/62
<b>Bavarian Sweets</b>	30		
<b>Behr</b>	24	<b>Maggi</b>	18
<b>Bioland</b>	26	Markant	1
<b>Bitburger</b>	14	Mastercard	61
<b>Brau Union</b>	17	Media-Saturn	30
		Melitta	28
		Mestemacher	24
<b>Ceconomy</b>	1/4	Metro	8/28
<b>Coca-Cola</b>	20		
<b>Comarch</b>	65	<b>Nestlé</b>	1/4
<b>Coop Schweiz</b>	62		
<b>Deutsche Bahn</b>	61	<b>Real</b>	6
<b>dm</b>	36/42	Reckitt Benckiser	17
<b>Doc Morris</b>	28	Reemtsma	14
<b>Douglas</b>	33	Rewe	6/28/40/63
<b>Dr. Oetker</b>	14	Rossmann	6/28
<b>DrinkStar</b>	64		
<b>Edeka</b>	1/4/8/28	<b>SanLucar</b>	22
<b>Edeka Südwest</b>	10/22	Schloss Wachenheim	18
<b>EHI</b>	61/62	Schwarzwalddmilch	24
<b>Eosta</b>	24	Söbbecke	24
		Spar Österreich	10
		Storck	1/14
<b>Facebook</b>	62		
<b>Fresh Del Monte</b>	22	<b>Tesco</b>	12/36
<b>FrieslandCampina</b>	22		
<b>Galeria Kaufhof</b>	30	<b>Veganz</b>	8
<b>Gartner</b>	62	<b>Wiedenbauer</b>	30
<b>GEM</b>	63		
<b>Globus</b>	12/36	<b>Zalando</b>	17

IMPRESSUM	
<b>Lebensmittel Zeitung</b>	
70. Jahrgang	
<b>Verlag:</b> Deutscher Fachverlag GmbH	
<b>Postadresse:</b> 60264 Frankfurt am Main; <b>Hausadresse:</b> Mainzer Landstraße 251, 60326 Frankfurt am Main	
<b>Telefonzentrale:</b> +49 69 7595-01; Fax: -2210 (Vertrieb); -1740 (Anzeigen); -1400 (Redaktion)	
<b>Gründer:</b> Wilhelm Lorch †	
<b>Geschäftsführung:</b> Angela Wisken (Sprecherin), Peter Esser, Markus Gotta, Peter Kley, Holger Knapp, Sönke Reimers	
<b>Aufsichtsrat:</b> Klaus Kottmeier, Andreas Lorch, Catrin Lorch, Peter Ruß	
<b>E-Mail-Adresse LZ-Redaktion:</b> red-lz@dfv.de	
<b>LZnet:</b> <a href="http://www.lebensmittelzeitung.net">www.lebensmittelzeitung.net</a> <a href="http://www.german-retail-blog.com">http://www.german-retail-blog.com</a>	
<b>Telefondurchwahl LZ:</b> +49 69 7595-	
<b>Redaktion</b>	
<b>Chefredaktion und presserechtlich verantwortlich:</b> Angela Wisken (1401/1171); Stellvertreter: Bernd Biehl (1402); Gerd Hanke (1413); Christiane Preuschat (1418)	
<b>Chef vom Dienst:</b> Christina Kersch (1463)	
<b>Handel:</b> Jan-Henrik Mende, Ltg. (1428); Jenny Busche (1442); Jens Holst (1417); Annette C. Müller (1416); Hans Jürgen Schulz (2528); Iris Tietze (1426); <b>International Desk/German-Retail-Blog:</b> Mike Dawson (1483)	
<b>Industrie:</b> Hendrik Varnholt, Ltg. (1423); Heidrun Krost, Stellv. (1461); Hans Bielefeld (1427); Maurizio Giuri (1425)	
<b>Frischware:</b> Dirk Lenders, Ltg. (1495); Werner Tewes (1435); Andrea Wessel (1432)	
<b>Recht und Politik:</b> Hanno Bender, Ltg. (1431); Gerrit-Milena Stratling (1433)	
<b>Journal:</b> Gerd Hanke, Ltg. (1413); Christiane Dühmann, Stellv. (1491); Miriam Hebben (1487); Mathias Himberg (2517); Birgitt Loderhose (1478); Sabrina Schadwinkel (1449); Renate Sulzmann (1443); Katy Weber (1469)	
<b>IT und Logistik:</b> Jörg M. Rode, Ltg. (1447); Sonia Shinde (2759)	
<b>Marketing:</b> Jörg Konrad, Ltg. (1465); Daniela Rück (1493); <b>Verpackung, Umwelt:</b> Horst Wenzel (2514); <b>Management und Karriere:</b> Silke Biester (1455); Julia Wittenhagen (1456); <b>Personalien, Ereignisse:</b> Alrun Krönert (1462, Home-Office: 0151-61301272)	
<b>Nonfood:</b> Tassilo Zimmermann, Ltg. (2513)	
<b>Länderthemen:</b> Ralf Bender, Ltg. (1459); Heike Balzer (1489); Judit Hillemeier (1458); Laura Nies (1438)	
<b>Redaktion Berlin:</b> Petra Klein, Haus der Bundespressekonferenz, Büro 1208, Schiffbauerdamm 40, 10117 Berlin, Tel. 030/20627889, Fax 030/20634641	
<b>iPad-Projektleitung Redaktion:</b> Christiane Dühmann (1491)	
<b>LZnet:</b> Tanja Fries, Ltg. (1454); Lena Böckamp (1486); Beate Hofmann (1468); Marco Kitzmann, CvD Online (1452); Manuela Ohs (1412); Jörn Ratering (2519); Britta Rosbach (1446)	
<b>Bildarchiv:</b> Karin Schilling (1453); Susanne Boles-Desiere (1445)	
<b>Grafik:</b> Art Director/Leiterin Grafik: Marianne Hartz (1473); Rainer Fröhlich (1479); Annette Gerhards-Fley (1457); Monika al. Jalali (1477); Gudrun Kiender (1471); Sigrun Wodke (1475)	
<b>Systembetreuung:</b> Peter Sumerauer-Bodensohn (1476)	
<b>Verlagsabteilungen</b>	
<b>Verlagsleitung:</b> Klaus Mehler (1691)	
<b>Objektleitung Anzeigen:</b> Sven Lang (1756)	
<b>Stellenmarkt:</b> Daniela Waldmann, Ltg. (3095)	
<b>Anzeigendisposition:</b> Rainer Tradt, Ltg. (1744), verantwortlich für den Inhalt der Anzeigen	
<b>Vertrieb:</b> Andreas Hoffmann, Ltg. (1761)	
<b>Abonnentenservice:</b> Heike Deibel (2215); Klaus Hausmann (2213)	
<b>Marketing:</b> Beate Ohlsen, Ltg. (1951)	
<b>Marktforschung:</b> Hilke Waas, Ltg. (1957)	
<b>Seminare und Events:</b> Johanna Kuhn, Ltg. (1952)	
<b>Gesamtleitung Printmedien-Service:</b> Kurt Herzig (2461)	
<b>Produktion:</b> Hans Dreier, Ltg. (2463)	
<b>Logistik:</b> Ilja Sauer, Ltg. (2201)	
Alle Frankfurt am Main.	
<b>Erscheinungsweise:</b> wöchentlich	
2-mal jährlich mit Verlegerbeilage LZ Nonfood Trends und monatlich einmal mit Verlegerbeilage Der Handel (Teilaufgabe)	
<b>Bezugspreise</b>	
<b>Inland, inkl. Der Handel:</b> Jahresabonnement: 350,- EUR zzgl. MwSt.; für Studierende gegen Vorlage einer Immatrikulationsbescheinigung: 198,50 EUR zzgl. MwSt.	
<b>Österreich und Schweiz:</b> Jahresabonnement: 375 EUR zzgl. MwSt.; ohne MwSt. bei Nennung einer UStID-Nr.	
<b>Europa:</b> Jahresabonnement: 442 EUR zzgl. MwSt.; ohne MwSt. bei Nennung einer UStID-Nr.	
<b>Ausland/Welt:</b> Jahresabonnement: 462,- EUR	
<b>Einzelausgabe der LZ:</b> 7,50 EUR + Porto + MwSt.	
Alle LZ-Jahrespreise inkl. Versandkosten	
Alle Angebote und Preise von LZ sowie LZ Digital (inkl. E-Paper) sind verfügbar unter <a href="http://www.lebensmittelzeitung.net/abo">www.lebensmittelzeitung.net/abo</a> .	
Die Abonnementgebühren sind im Voraus zahlbar. Abonnementkündigung nur mit dreimonatiger Frist zum Ende des jeweiligen Berechnungszeitraumes möglich.	
<b>Anzeigenpreisliste:</b> Nr. 64 vom 01.01.2018 und 64a vom 01.01.2018 für Stellenanzeigen.	
<b>Bankverbindungen:</b> Frankfurter Sparkasse, Frankfurt a. M., BIC: HELADEF1822; IBAN: DE56 5005 0201 0000 0349 26.	
<b>Druck:</b> WVD, Kurhessenstr. 4-6, 64546 Mörfelden-Walldorf. Gedruckt auf umweltfreundlich-chlorfreiem Papier.	

**Nutzungsrechte:** Die vorliegende Fachzeitschrift wird in gedruckter und digitaler Form vertrieben und ist aus Datenbanken abrufbar. Eine Verwertung der urheberrechtlich geschützten Artikel und Abbildungen, insbesondere durch Vervielfältigung, Verbreitung, Digitalisierung, Speicherung in Datenbanksystemen oder Inter- und Intranets, ist unzulässig und strafbar, soweit sich aus dem Urheberrecht nichts anderes ergibt. Sollten Sie Artikel aus dieser Fachzeitschrift nachdrucken, in Ihr Internet-Angebot oder in Ihr Intranet übernehmen oder per E-Mail versenden wollen, können Sie die erforderlichen Rechte bei der Deutschen Fachverlag GmbH erwerben. Ihre Anfrage können Sie per E-Mail an [content-syndication@dfv.de](mailto:content-syndication@dfv.de) richten. Auskunft erhalten Sie telefonisch unter 069 7595-2042. Für die Übernahme von Artikeln in Ihren internen elektronischen Pressespiegel erhalten Sie die erforderlichen Rechte unter [www.presse-monitor.de](http://www.presse-monitor.de) oder telefonisch unter 030 284930 bei der PMG Presse-Monitor GmbH.

Mit der Annahme zur Veröffentlichung überträgt der Autor dem Verlag das ausschließliche Verlagsrecht für die Zeit bis zum Ablauf des Urheberrechts. Diese Rechteübertragung bezieht sich insbesondere auf das Recht des Verlages, das Werk zu gewerblichen Zwecken per Kopie (Mikrofilm, Fotokopie, CD-ROM oder andere Verfahren) zu vervielfältigen und/oder in elektronische oder andere Datenbanken aufzunehmen.

ISSN-Nummer 0947-7527



Der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. angeschlossenen.



MODERNER MARKT  
LEBENSMITTEL-KAUFMANN  
LEBENSMITTELHANDEL



dfv Mediengruppe