

Lock-in-Effekt

Der Lock-in-Effekt beschreibt in den Wirtschaftswissenschaften, der Betriebswirtschaftslehre oder im Marketing ein Abhängigkeitsverhältnis von einem Kunden zu einem Anbieter. Durch die enge Kundenbindung an Produkte oder Dienstleistungen wird ein Wechsel zu einem anderen Anbieter durch hohe Wechselkosten unwirtschaftlich oder durch andere Wechselbarrieren erschwert.

Verwandte Artikel:

- [Die Einführung eines Sozialen Arbeitsmarktes für Langzeitarbeitslose war ein wichtiger Schritt](#)