

Online Magazin IAB-Forum

Lock-in-Effekt

5. August 2019

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](#)
- [Erwerbstätige Geflüchtete mit Berufsabschluss nehmen häufiger an berufsbegleitenden Sprachkursen teil](#)
- [Teilhabechancengesetz: Die Maßnahme „Teilhabe am Arbeitsmarkt“ erreicht ihre Zielgruppe am besten](#)
- [Die Höhe der regionalen Arbeitslosigkeit beeinflusst die Effektivität der arbeitsmarktpolitischen Instrumente in der Grundsicherung](#)
- [Eingliederung von Langzeitarbeitslosen: Der Beschäftigungseffekt ist bei gemeinnützigen oder öffentlichen Arbeitgebern ähnlich groß wie in der Privatwirtschaft](#)

Zitationshinweis

(2019): Lock-in-Effekt , In: Online Magazin IAB-Forum 5. August 2019, <https://iab-forum.de/glossar/lock-in-effekt/>, Abrufdatum: 23. April 2026

Lizenzhinweis

Diese Publikation ist unter folgender Creative-Commons-Lizenz veröffentlicht: Namensnennung – Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International (CC BY-SA 4.0):

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.de>