

Joachim Zentes (Hrsg.)

Handbuch Handel

Strategien - Perspektiven -
Internationaler Wettbewerb



Inhaltsverzeichnis

Vorwort des Herausgebers.....V

Erstes Kapitel: Erscheinungsformen, Rahmenbedingungen, Einflussfaktoren

- I. *Joachim Zentes*
Dynamik des Handels - Perspektiven und Zukunftsstrategien.....3
- II. *Ulrich Eggert*
Wettbewerbliches Umfeld - Konsumenten, Lieferanten, Konkurrenten.....23
- III. *Holger Wenzel*
Der Handel im Spannungsfeld - Zwischen staatlicher Deregulierung
und marktwirtschaftlicher Regulierung.....49
- IV. *Bernd Hallier*
Technologisches Umfeld - IT als Entwicklungstreiber.....71

Zweites Kapitel: Nationale und regionale Strukturen und Besonderheiten

- I. *Uwe Christian Táger*
Strukturen und Entwicklungstendenzen im deutschen Distributionssystem.....89
- II. *Gérard Cliquet*
Retailing in Western Europe - Structures and Development Trends.....111
- III. *Steve Burt*
Retailing in Eastern Europe - Emerging Markets within the European Union .. 139
- IV. *Constantin Hilt/Lambert Scheer*
Handel in Nordamerika - Rahmenbedingungen, Entwicklungstendenzen
und Perspektiven.....161

V. *Gerhard Hausruckinger/Kristina Dengler/Patrick Müller-Sarmiento*
Handel in Südamerika - Strukturen und Entwicklungstendenzen.....183

VI. *Peter Schäfer*
Handel in Japan - Strukturen und Entwicklungstendenzen..... 209

VII. *Gerd Bovensiepen/Stephanie Rumpff*
Handel in asiatischen Emerging Markets: Paradiesische Gegebenheiten?..... 233

Drittes Kapitel: Strategische Stoßrichtungen und Konzepte

I. *Joachim Siebert/Ludwig Veitmann*
Horizontale Kooperation als Wettbewerbsstrategie - Erscheinungsformen
und Entwicklungstendenzen.....259

II. *Joachim Zentes/Michael Neidhart*
Secured und Controlled Distribution - Die Industrie als Einzelhändler.....275

III. *Torben Leif Brodersen*
Franchising als Wachstumsstrategie - Modernes Partnership-for-Profit..... 299

IV. *Michael Lingenfelder*
Internationalisierung als Wachstumsstrategie - Potenziale und Strategien.....321

V. *Dirk Möhlenbruch*
Wachstumsstrategien durch Filialisierung im Einzelhandel.....337

Viertes Kapitel: Betriebs- und Vertriebstypen

I. *Andreas Kaapke*
Fachgeschäfte und Fachmärkte - Erscheinungsformen und
künftige Entwicklung.....361

II. *Wolfgang Twardawa*
Die Rolle der Discounter im deutschen LEH - Marken und Handelsmarken
im Wettbewerb der Vertriebskanäle für Konsumgüter.....377

III.	<i>Bernhard Swoboda/Sandra Schwarz</i>	
	Convenience-Stores - Internationale Entwicklung und Käuferverhalten in Deutschland.....	395
IV.	<i>Bernd W. Wirtz/Nadine Sammerl</i>	
	Versandhandel - Erscheinungsformen und künftige Entwicklung.....	423
V.	<i>Fred Otto</i>	
	Supermärkte, Verbrauchermärkte, SB-Warenhäuser - Erscheinungsformen und künftige Entwicklung.....	441
VI.	<i>Lovro Mandac</i>	
	Kauf- und Warenhäuser - Erscheinungsformen und künftige Entwicklung....	453
VII.	<i>Alexander Otto</i>	
	Shopping-Center - Erscheinungsformen und künftige Entwicklung.....	481
VIII.	<i>Hanna Schramm-Klein</i>	
	Multi-Channel-Retailing - Erscheinungsformen und Erfolgsfaktoren.....	501

Fünftes Kapitel: Handelsmarketing

I.	<i>Dirk Morschett</i>	
	Retail-Branding - Strategischer Rahmen für das Handelsmarketing.....	525
II.	<i>Hans-Peter Liebmann/Elke Gruber</i>	
	Customer-Relationship-Management - Neuere Ansätze der Kundenpolitik....	547
III.	<i>Hendrik Schröder/Andreas Rödl</i>	
	Category-Management - Kooperative Sortimentspolitik.....	567
IV.	<i>Hermann Diller/Sabine Anselstetter</i>	
	Preis- und Sonderangebotspolitik - Formen und Erfolgsfaktoren.....	597
V.	<i>Manfred Bruhn</i>	
	Handelsmarken - Erscheinungsformen, Potenziale und strategische Stoßrichtungen.....	631
VI.	<i>Peter Weinberg/Guido Purper</i>	
	Ladengestaltung - Grundlagen und Konzepte.....	657

VII. *Andrea Gröppel-Klein*
Point-of-Sale-Marketing.....671

VIII. *Thomas Foscht/Thomas Angerer*
Handelswerbung - Strategien und Instrumente.....693

Sechstes Kapitel: Beschaffungs- und Supply-Chain-Management

I. *Thomas Rudolph/Joëlle Laos*
Internationalisierung der Beschaffung - Die zunehmende Bedeutung
des Multi-Channel-Sourcing.....717

II. *Michael Eßig*
Electronic Procurement - Konzeption und Anwendung.....735

III. *Waldemar Toporowski/Stephan Zielke*
Supplier-Relationship-Management.....759

IV. *Dirk Seifert*
Konzepte des Supply-Chain-Managements - CPFR als
unternehmensübergreifende Lösung.....781

V. *Michael J. Kolodziej*
Logistik im Kontext händlerischer Leistung.....795

VI. *Wolfgang Prümper/Jörg Pohl/Jack Thoms*
Beschaffungslogistik im Handel - Innovationen in Prozessen, Strukturen
und Organisationen.....809

Siebentes Kapitel: Corporate Management

I. *Roland Mattmüller/Ralph Tunder*
Organisationsformen - Primär-und Sekundärorganisation.....829

II. *Peter Keller*
Human-Resource-Management - Personal als Erfolgsfaktor.....851

III. *Joachim Hurth*
Controlling im Handel.....873

IV. <i>Michael Neidhart/Dirk Morschett/Henryk Biesiada</i> Retail-Performance-Measurement - Neuere Controllingkonzepte zur Messung der Performance in Handelsunternehmen.....	895
V. <i>Joachim Hertel</i> IT-gestützte Warenwirtschaftssysteme - Basis des modernen Handelsmanagements.....	919
VI. <i>Markus Lehnertl Guido Hüffer</i> IT-gestütztes Category-Management - Status quo und Entwicklungstendenzen.....	943
 Achtes Kapitel: Handel und Innenstadt	
I. <i>Paul Vogels</i> Konzepte des Stadt- und Citymarketing - Erfahrungen und Entwicklungstendenzen vor dem Hintergrund städtebaulicher und handelsstruktureller Entwicklungen.....	965
II. <i>Mario S. Mensing/Meike Albers</i> Umsetzungskonzepte für erfolgreiche Vitalisierungsstrategien - Public-Private-Partnership, Business-Improvement-Districts und Quartiersmanagement.....	985
Stichwortverzeichnis.....	1007