

Inhaltsübersicht

| | |
|--|------------|
| Inhaltsverzeichnis..... | XIX |
| I. Defizite in der wirtschaftswissenschaftlichen Theorienvielfalt zur Erklärung institutioneller Konfigurationen des Konsumgüterhandels..... | 1 |
| 1. Problemstellung..... | 3 |
| 2. Zum Theorieverständnis der vorliegenden Untersuchung..... | 35 |
| 3. Der Weg der Erkenntnisgewinnung in der vorliegenden Untersuchung..... | 43 |
| II. Theoretische Grundlagen: Die betriebswirtschaftliche Analyse des Unternehmenswachstums als Informationsgrundlage der institutionellen Konfiguration von Unternehmen..... | 49 |
| 1. Konzeptionelle Grundlagen einer betriebswirtschaftlichen Analyse des Unternehmenswachstums..... | 51 |
| 2. Basiskomponenten betriebswirtschaftlicher Informationsgrundlagen des Unternehmenswachstums..... | 65 |
| III. Die Analyse des Unternehmenswachstums aus handelswissenschaftlicher Sicht - Ein Ansatz zur Erklärung und Gestaltung institutioneller Konfigurationen des Konsumgüterhandels..... | 103 |
| 1. Begriffliche und konzeptionelle Grundlagen..... | 105 |
| 2. Der Systemwettbewerb im deutschen Konsumgüterhandel..... | 133 |
| 3. Unternehmenswachstum, Unternehmensübernahmen und integrative Gestaltung - Institutionelle Konfigurationen des Konsumgüterhandels als Gegenstand strategischer Entscheidungen..... | 201 |
| IV. Ergebnisse empirischer Untersuchungen im deutschen Konsumgüterhandel..... | 243 |
| 1. Untersuchung A: Zum Einfluß ausgewählter unternehmensstruktureller Merkmale auf die 'Überlebensfähigkeit' der Handelssysteme im deutschen Lebensmittelhandel..... | 245 |
| 2. Untersuchung B: Ergebnisse einer konfirmatorischen Untersuchung zum Zusammenhang zwischen institutioneller Konfiguration und 'Überlebensfähigkeit' von Handelssystemen..... | 269 |
| 3. Untersuchung C: Explorationen zum Einfluß der Flächenakkumulation auf den Verdrängungswettbewerb im Konsumgüterhandel..... | 327 |
| 4. Untersuchung D: Ein Meßinstrumentarium zur Identifizierung von Austausch- und Verkrustungsprozessen in der Spitzengruppe von hochkonzentrierten Märkten..... | 363 |

| | |
|--|------------|
| V. Ausgewählte Implikationen der Untersuchungsergebnisse aus betriebswirtschaftlicher Perspektive | 387 |
| 1. Zur Erklärung der Unternehmenskonzentration und des 'Größenwachstums' im Konsumgüterhandel | 389 |
| 2. Konsequenzen der Untersuchungsergebnisse für die institutionelle Konfiguration von Handelssystemen..... | 399 |
| 3. Zur zukünftigen Entwicklung der Wettbewerbsverhältnisse im Konsumgüterhandel..... | 415 |
| 4. Weiterführende Implikationen der Untersuchungsergebnisse auf angrenzenden Forschungsfeldern: Konsequenzen für das Management in der Konsumgüterindustrie .. | 417 |
| 5. Zusammenfassende Übersicht über die zentralen Schlußfolgerungen aus betriebswirtschaftlicher Sicht | 423 |
| | |
| VI. Ausgewählte Implikationen der Untersuchungsergebnisse aus gesamtwirtschaftlicher Perspektive..... | 427 |
| 1. Ausgangspunkte einer gesamtwirtschaftlichen Bewertung des Konzentrationsprozesses im Konsumgüterhandel | 429 |
| 2. Auswirkungen des Unternehmenswachstums im Handel auf die Marktstrukturen und die funktionalen Marktprozesse..... | 441 |
| 3. Konsequenzen der Untersuchungsergebnisse aus wettbewerbspolitischer Perspektive ... | 475 |
| 4. Zusammenfassende Übersicht über die zentralen Schlußfolgerungen aus gesamtwirtschaftlicher Sicht | 481 |
| | |
| VII. Literaturverzeichnis..... | 483 |
| | |
| VIII. Anhang A: Ergänzende Dokumentation der LISREL-Modelle..... | 509 |
| 1. Der LISREL-Ansatz der Kausalanalyse | 511 |
| 2. Operationalisierung der hypothetischen Konstrukte und Gütekriterien | 517 |
| | |
| IX. Anhang B: Fragebogen zum 'Unternehmenswachstum im deutschen Konsumgüterhandel' | 543 |

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|----------|
| I. Defizite in der wirtschaftswissenschaftlichen Theorienvielfalt zur Erklärung institutioneller Konfigurationen des Konsumgüterhandels | 1 |
| 1. Problemstellung | 3 |
| 1.1. Ausgangspunkte im deutschen Konsumgüterhandel | 3 |
| a) Unternehmenskonzentration und 'Größenwachstum' | 3 |
| b) Vertriebslinienpolitik und 'Systemwettbewerb' | 4 |
| c) Leitfragen der vorliegenden Untersuchung aus betriebswirtschaftlicher Perspektive | 7 |
| d) Ein Einblick in den Problemkreis der gesamtwirtschaftlichen Perspektive | 10 |
| e) Vorstellung des Untersuchungsansatzes: Handelssysteme als institutionelle Konfigurationen des Konsumgüterhandels | 15 |
| 1.2. Die institutionelle Konfiguration von Unternehmen im Lichte wirtschaftswissenschaftlicher Theorien | 16 |
| 1.2.1. Institutionen in frühen Ansätzen ökonomischer Analyse | 16 |
| 1.2.2. Ansätze der 'Modernen Institutionenökonomik' | 20 |
| 1.2.3. Ansätze der Industrial Organization-Theorie - Die theoretischen Ausgangspunkte der Harvard- und Chicago-Schule | 23 |
| 1.3. Implikationen der Erklärungsbeiträge wirtschaftswissenschaftlicher Theorien für die vorliegende Untersuchung | 24 |
| a) Reichen Transferleistungen aus der Vielfalt wirtschaftswissenschaftlicher Theorien zur Erklärung der Konzentrationsprozesse und des institutionellen Wandels in der Handelslandschaft aus? | 24 |
| b) Das dominierende Erklärungsmuster bisheriger Erklärungsversuche - Die institutionelle Konfiguration des Konsumgüterhandels als Reflex größenbedingter Effizienzvorteile | 26 |
| c) Abgrenzung des hier vertretenen Ansatzes von vorherrschenden Erklärungsmustern - Die institutionelle Konfiguration des Konsumgüterhandels als Reflex überlegener Angebotsformen | 29 |

| | |
|---|-----------|
| 2. Zum Theorieverständnis der vorliegenden Untersuchung | 35 |
| a) Grundlegende Aspekte der Theorienbildung | 35 |
| b) Zum Problem des 'Wandels der Realität' bei der Generierung erklärender Aussagen - ein Einblick in unterschiedliche wissenschaftstheoretische Grundpositionen..... | 37 |
| c) Ein Einblick in Probleme des Informationsstandes bei der Generierung von Handlungsempfehlungen | 41 |
| 3. Der Weg der Erkenntnisgewinnung in der vorliegenden Untersuchung | 43 |
| | |
| II. Theoretische Grundlagen: Die betriebswirtschaftliche Analyse des Unternehmenswachstums als Informationsgrundlage der institutionellen Konfiguration von Unternehmen..... | 49 |
| | |
| 1. Konzeptionelle Grundlagen einer betriebswirtschaftlichen Analyse des Unternehmenswachstums..... | 51 |
| 1.1. Strukturelles Wachstum durch Integration von Leistungsstufen | 51 |
| a) Leistungserstellung als Stufenprozeß..... | 52 |
| b) Optimaler Integrationsgrad..... | 53 |
| c) Wachstum durch vertikale, horizontale oder laterale Integration | 53 |
| d) Schnittstellen zwischen Leistungsstufen als Ausgangspunkt der Frage nach den Unternehmensgrenzen | 56 |
| 1.2. Intensitätsgrade der Koordination von Leistungsstufen | 58 |
| 1.3. Idealtypische Unternehmensstrukturen | 60 |
| 1.4. Größenwachstum durch Strukturwachstum und Volumenwachstum | 63 |
| | |
| 2. Basiskomponenten betriebswirtschaftlicher Informationsgrundlagen des Unternehmenswachstums..... | 65 |
| 2.1. Zur Auswahl theoretischer Ansätze als Stellvertreter ausgewählter Erklärungsbeiträge | 65 |

| | | |
|----------|--|----|
| 2.2. | Die kostenrechnerische Bewertung des Unternehmenswachstums - Der Kostenvergleich als formale Entscheidungsregel | 66 |
| a) | Zur Kritik am konventionellen kostenrechnerischen Kalkül | 66 |
| b) | Grenzen der kostenrechnerischen Bewertung des Unternehmenswachstums | 67 |
| 2.3. | Veränderung der Transaktions- und Organisationskosten durch Unternehmenswachstum als ausgewählte Erklärungsbeiträge der Transaktionskostentheorie | 69 |
| 2.3.1. | Grundlegende Aussagen der Transaktionskostentheorie | 69 |
| a) | Erklärende Aussagen der Transaktionskostentheorie | 70 |
| b) | Zum Anwendungsfeld der Transaktionskostentheorie | 71 |
| 2.3.2. | Zur Kritik am Transaktionskostenansatz | 71 |
| 2.3.3. | Wirkungsrichtungen des Größenwachstums | 74 |
| 2.3.3.1. | Die gegenläufige Entwicklung der Transaktions- und Organisationskosten bei einer Veränderung des Intensitätsgrades der Koordination | 74 |
| 2.3.3.2. | Die Multiplikation der gegenläufigen Kostenent- wicklung bei einer Erhöhung des Integrationsgrades | 76 |
| a) | Transaktionskosten als Wirkungsrichtungen strukturellen Größenwachstums | 76 |
| b) | Organisationskosten als Wirkungsrichtungen strukturellen Größenwachstums | 78 |
| 2.4. | Ökonomisierungseffekte, Flexibilität und Marktmacht als ausgewählte Erklärungsbeiträge der Industrial Organization-Theorie | 81 |
| 2.4.1. | Blickrichtungen zur Erklärung der Unternehmenskonzentration | 81 |
| a) | Der Konfliktfall "kostenoptimale Unternehmensgröße versus wettbewerbsoptimale Marktstruktur" als Kristallisationspunkt der Diskussion über die einzel- und gesamtwirtschaftlichen Konsequenzen der Unternehmenskonzentration | 81 |
| b) | Konkretisierung unterschiedlicher Blickrichtungen zur Erklärung der Unternehmenskonzentration | 82 |
| 2.4.2. | Einzelwirtschaftliche Ökonomisierungseffekte als Motiv des Größenwachstums | 83 |
| 2.4.2.1. | Stufenübergreifende Ökonomisierungseffekte als Ziel strukturellen Wachstums | 83 |
| a) | Stufenübergreifende Ökonomisierungseffekte als Ziel vertikaler Integration | 83 |
| b) | Stufenübergreifende Ökonomisierungseffekte als Ziel horizontaler Integration | 86 |

| | | |
|----------|---|----|
| 2.4.2.2. | Stufenspezifische Ökonomisierungseffekte als Ziel des Volumenwachstums | 87 |
| 2.4.2.3. | Zu den Auswirkungen von Ökonomisierungs- bestrebungen auf die Flexibilität..... | 89 |
| 2.4.3. | Erhöhung von Marktmacht als Motiv des Größenwachstums..... | 94 |
| 2.4.3.1. | Marktmacht als Ziel strukturellen Größenwachstums | 94 |
| a) | Marktmacht als Ziel vertikaler Integration..... | 94 |
| b) | Marktmacht als Ziel horizontaler Integration und Angebotskonzentration | 96 |
| 2.4.3.2. | Marktmacht als Ziel des Volumenwachstums..... | 97 |
| 2.4.3.3. | Marktmacht als Ziel der Angebotskonzentration bei gleichzeitigem Volumenwachstum..... | 97 |
| 2.4.3.4. | Marktmacht als Ziel vertikaler Integration bei gleichzeitiger Angebotskonzentration und damit verbundenem Volumenwachstum | 98 |
| 2.5. | Zusammenfassung der verschiedenen Erklärungsbeiträge..... | 99 |

III. Die Analyse des Unternehmenswachstums aus handelswissenschaftlicher Sicht - Ein Ansatz zur Erklärung und Gestaltung institutioneller Konfigurationen des Konsumgüterhandels..... 103

| | | |
|----------|--|-----|
| 1. | Begriffliche und konzeptionelle Grundlagen | 105 |
| 1.1. | Betriebungskonzept, Betriebsform und Betriebstyp..... | 105 |
| 1.1.1. | Betriebungskonzept | 105 |
| 1.1.2. | Betriebsform und Betriebstyp..... | 106 |
| 1.1.2.1. | Methoden zur Systematisierung von Handelsbetrieben | 106 |
| 1.1.2.2. | Gründe für unterschiedliche Abgrenzungen der Begriffe Betriebsform und Betriebstyp in der Literatur und der Unternehmenspraxis | 109 |
| 1.1.2.3. | Einige grundlegende Hinweise zur Systematisierung von Handelsbetrieben | 111 |
| a) | Zur Methodenauswahl bei der Systema- tisierung von Handelsbetrieben | 111 |
| b) | Anforderungen unterschiedlicher Betrachtungsperspektiven an die einzusetzenden Methoden | 111 |

| | | |
|----------|--|-----|
| 1.2. | Handelssysteme und Vertriebslinienpolitik | 114 |
| 1.2.1. | Handelssysteme als institutionelle Erscheinungsformen | 114 |
| 1.2.2. | Vertriebslinienpolitik in mehrstufigen Handelssystemen | 119 |
| a) | Vertriebslinien eines Handelssystems | 119 |
| b) | Vertriebslinienpolitik | 120 |
| c) | Vertriebslinien als Systematisierungsansatz der Handelsforschung | 122 |
| 1.2.3. | Untersuchungsergebnisse zum Unternehmenswachstum in den Vertriebslinien des deutschen Konsumgüterhandels | 125 |
| 1.2.4. | Erfolg der Vertriebslinien | 129 |
| 2. | Der Systemwettbewerb im deutschen Konsumgüterhandel | 133 |
| 2.1. | Ursachen für die fortschreitende Systembildung in der Konsumgüterdistribution | 134 |
| a) | Situative Hintergründe und Tendenz zur Eigendynamik der Systembildung | 134 |
| b) | Die Systembildung als schrittweiser, evolutionärer Prozeß | 135 |
| 2.2. | Konsequenzen der Systembildung für die Wettbewerbsverhältnisse in der Konsumgüterdistribution | 137 |
| 2.2.1. | Zunehmender Inter- und Intragruppenwettbewerb | 137 |
| 2.2.2. | Zunehmende Bedeutung von Größenvorteilen im Wettbewerb der Systemtypen? | 138 |
| 2.2.2.1. | Zur Frage der Gründe für Konditionen- zugeständnisse der Industrie | 138 |
| 2.2.2.2. | Zur Frage der Existenz von Größenvorteilen in ausgewählten Kostenbereichen des Konsum- güterhandels | 143 |
| 2.2.2.3. | Zur Frage der Dominanz von Größenvorteilen im Wettbewerb des Einzelhandels - Die Untersuchung von Ellis/Kelley im Bereich US-amerikanischer Drogerien | 147 |
| 2.2.3. | Zunehmende Bedeutung der Wettbewerbsvorteile hybrider Angebotsformen im Wettbewerb zwischen den Handelssystemtypen | 148 |

| | | |
|----------|---|-----|
| 2.3. | Betriebstypenprofilierung vor dem Hintergrund zunehmenden Systemwettbewerbs im Konsumgüterhandel | 150 |
| 2.3.1. | Das Leistungsvermögen unterschiedlicher Systemtypen des Konsumgüterhandels..... | 151 |
| a) | Die Dimensionen des Positionierungsmodells | 151 |
| b) | Transformationskurven unterschiedlicher Systemtypen | 152 |
| 2.3.2. | Betriebstypenprofilierung aus der Perspektive des Verbrauchers..... | 154 |
| a) | Nutzenindifferenzkurven der Verbraucher | 154 |
| b) | Wettbewerbsvorteile durch überlegene Profilierung | 155 |
| 2.3.3. | Die Betriebstypenprofilierung in dynamischer Betrachtung | 156 |
| 2.3.3.1. | Veränderung der Transformationskurven im Zeitablauf | 156 |
| 2.3.3.2. | Eigendynamik der Betriebstypenprofilierung durch Veränderung des Verbraucherverhaltens im Zeitablauf | 157 |
| a) | Die Einkaufsstättenwahl des 'preisorientierten Verbrauchers' | 158 |
| b) | Die Einkaufsstättenwahl des 'leistungsorientierten Verbrauchers' | 160 |
| c) | Die Überlegenheit 'hybrider Betriebstypen' | 162 |
| 2.3.4. | Herausforderungen an das Management von Handelssystemen | 163 |
| 2.3.4.1. | Das Machtproblem | 164 |
| 2.3.4.2. | Das Technologieproblem..... | 165 |
| 2.3.4.3. | Das Kostenmanagementproblem..... | 166 |
| 2.3.4.4. | Das Problem flexibilitätsorientierter Einkaufsstättenpositionierung | 167 |
| 2.4. | Betriebsformendiffusion und -dynamik im Zeichen des Systemwettbewerbs | 169 |
| 2.4.1. | Gründe für die Erforschung des 'Wandels im Handel' | 169 |
| 2.4.2. | Klassische Erklärungsansätze für die 'Dynamik der Betriebsformen' | 170 |
| 2.4.2.1. | Wettbewerbsvorteile neuer Betriebstypen durch aggressive Niedrigpreispolitik - Die Ansätze von McNair und Nieschlag..... | 170 |
| a) | Die wichtigsten erklärenden Aussagen | 170 |
| b) | Zur Kritik an den Ansätzen McNairs und Nieschlags | 174 |
| 2.4.2.2. | Wettbewerbsvorteile durch Leistungsvorteile - Schlußfolgerungen aus den Gegenbeispielen zu den Ansätzen McNairs und Nieschlags..... | 175 |

| | | |
|----------|--|-----|
| 2.4.3. | Besondere Charakteristika des Systemwettbewerbs als Erklärungsansatz für die Diffusion und die Dynamik der Betriebsformen..... | 177 |
| 2.4.3.1. | Auswirkungen der Vertriebslinienpolitik auf die Entscheidungen zur Einführung neuer Betriebsformen in Handelssystemen | 177 |
| 2.4.3.2. | Unternehmerische Ressourcen als Voraussetzung der Betriebsformendiffusion..... | 178 |
| 2.4.3.3. | Konsequenzen der Entscheidungsstrukturen in Handelssystemen für die Diffusion und Dynamik der Betriebsformen..... | 179 |
| a) | Quersubventionierung im Vertriebslinienportefeuille | 180 |
| b) | Umwidmung vorhandener Standorte..... | 180 |
| c) | Diffusionsfördernde Elemente einiger Kooperationsformen..... | 180 |
| 2.4.3.4. | Besondere Anreize für die Verbreitung neuer Betriebsformen in Handelssystemen | 181 |
| a) | Größenvorteile als Anreiz für die Verbreitung neuer Betriebsformen in Handelssystemen | 181 |
| b) | Größenvorteile auf der Basis regionaler Verkaufsflächenakkumulation als Anreiz für die Verbreitung neuer Betriebsformen in Handelssystemen | 181 |
| c) | Grenzen der Verkaufsflächenakkumulation und Gründe für eine Degeneration von Betriebsformen in Handelssystemen | 182 |
| 2.4.3.5. | Zusammenfassende Schlußfolgerungen | 183 |
| 2.5. | <i>Betriebsformenspezifische Verdrängungspotentiale</i> - Voraussetzungen aktiver Verdrängung und Schutzmechanismen vor Verdrängungsangriffen..... | 185 |
| 2.5.1. | Grenzen der Verbreitung von Betriebstypen | 185 |
| 2.5.2. | Zur Frage der 'optimalen' Verbreitung eines Betriebstyps, d. h. Größe einer Vertriebslinie..... | 188 |
| 2.5.3. | Verdrängungsspielräume als Voraussetzung einer Verdrängungswirkung von Flächenexpansionen | 196 |

| | | |
|------------|--|------------|
| 3. | Unternehmenswachstum, Unternehmensübernahmen und integrative Gestaltung - Institutionelle Konfigurationen des Konsumgüterhandels als Gegenstand strategischer Entscheidungen | 201 |
| 3.1. | Wachstumsprozesse als Auslöser von Integrationsentscheidungen | 201 |
| 3.1.1. | Das Paradigma der Wachstums promotoren und -opponenten als Bezugsrahmen einer Vorteilhaftigkeitsanalyse von Wachstumsprozessen..... | 202 |
| 3.1.2. | Formen des Wachstums von Handelsunternehmen | 204 |
| 3.1.3. | Die Akquisitionsstrategien des externen Wachstums..... | 209 |
| 3.1.4. | Ziele und Grundsätze des Wachstums im Konsumgüterhandel | 214 |
| 3.2. | Synergieorientiertes Integrationsmanagement in Handelssystemen | 221 |
| 3.2.1. | Integrationsobjekte, Integrationsmaßnahmen und Synergiearten als Integrationsergebnisse im Überblick | 221 |
| 3.2.2. | Außengerichtete Integrationsstrategien..... | 224 |
| 3.2.2.1. | Strategien der Integration absatzmarktgerichteter Aktivitäten | 225 |
| 3.2.2.2. | Strategien der Integration beschaffungsmarkt- gerichteter Aktivitäten | 228 |
| 3.2.3. | Innengerichtete Integrationsstrategien | 229 |
| 3.2.3.1. | Strategien der organisatorischen Integration | 230 |
| 3.2.3.2. | Strategien der personell/kulturellen Integration..... | 235 |
| 3.2.4. | Zur Notwendigkeit einer Koordination außen- und innengerichteter Integrationsstrategien | 237 |
| 3.2.5. | Ausgewählte Strategieprofile bei externem Wachstum | 238 |
| 3.3. | Abschließende Bewertung des Akquisitions- und Integrations- managements von Handelssystemen..... | 240 |
| | | |
| IV. | Ergebnisse empirischer Untersuchungen im deutschen Konsumgüterhandel | 243 |
| 1. | Untersuchung A: Zum Einfluß ausgewählter unternehmensstruktureller Merkmale auf die 'Überlebensfähigkeit' der Handelssysteme im deutschen Lebensmittelhandel..... | 245 |
| 1.1. | Zwecksetzung der Untersuchung und Untersuchungsvorgehen | 245 |
| 1.1.1. | Zwecksetzung der Untersuchung..... | 245 |

| | | |
|--------|--|-----|
| 1.1.2. | Grundgesamtheit und Stichprobe..... | 248 |
| 1.1.3. | Unternehmenscluster und Maßgrößen des Erfolges | 249 |
| a) | Bildung von Unternehmensclustern auf der Basis der von den Handelssystemen betriebenen Vertriebslinien..... | 249 |
| b) | Zur Auswahl der verwendeten Maßgrößen des Erfolges..... | 251 |
| c) | Ein Ausblick auf das Meßinstrumentarium der Untersuchung B | 253 |
| 1.2. | Untersuchungsergebnisse und Interpretation | 255 |
| 1.2.1. | Kooperierende und filialisierende Handelssysteme im Erfolgsvergleich | 255 |
| 1.2.2. | Vertiefende Analyse des Einflusses ausgewählter struktureller Merkmale der untersuchten Handelssysteme auf den Unternehmenserfolg..... | 257 |
| a) | Größe und Marktstellung | 257 |
| b) | Größe der Geschäftsstätten (Verkaufsfläche)..... | 260 |
| c) | Veränderung des Umsatzes | 263 |
| d) | Nutzung neuer Informationstechnologien | 264 |
| 1.3. | Ein Zwischenergebnis..... | 265 |
| 2. | Untersuchung B: Ergebnisse einer konfirmatorischen Untersuchung zum Zusammenhang zwischen institutioneller Konfiguration und 'Überlebensfähigkeit' von Handelssystemen | 269 |
| 2.1. | Grundgesamtheit und Stichprobe..... | 270 |
| 2.1.1. | Abgrenzung der Grundgesamtheit | 273 |
| 2.1.2. | Allgemeine Merkmale der Unternehmen in der Stichprobe..... | 275 |
| 2.2. | Untersuchungsvorgehen | 275 |
| 2.2.1. | Vorgehensweise zur Überprüfung von Hypothesen im Rahmen des LISREL-Ansatzes..... | 275 |
| 2.2.2. | Der Bezugsrahmen der konfirmatorischen Kausalanalyse..... | 277 |
| 2.3. | Der Einfluß unternehmensstruktureller Merkmale auf den Unternehmenserfolg..... | 280 |
| 2.3.1. | Hypothesengerüst | 280 |

| | | |
|----------|---|-----|
| 2.3.2. | Isolierte Betrachtung struktureller Merkmale..... | 283 |
| 2.3.2.1. | Unternehmensgröße | 283 |
| 2.3.2.2. | Wachstumsgeschwindigkeit | 286 |
| 2.3.2.3. | Absolutes Wachstum | 288 |
| 2.3.2.4. | Vertriebslinien | 288 |
| | 2.3.2.4.1. Vertriebslinienstruktur | 288 |
| | 2.3.2.4.2. Schwerpunkt der Vertriebs- linienstruktur | 292 |
| 2.3.2.5. | Wachstumsgeschwindigkeiten in der Vertriebslinienstruktur | 295 |
| 2.3.3. | Betrachtung von Wechselwirkungen zwischen den Einflüssen unternehmensstruktureller Merkmale auf den Unternehmenserfolg | 299 |
| 2.4. | Der Einfluß unternehmensstruktureller Merkmale auf Determinanten der handelsbetrieblichen Effizienz | 300 |
| 2.4.1. | Hypothesengerüst | 300 |
| 2.4.2. | Überprüfung des Einflusses der Unternehmensgröße auf die Entwicklung von Kostenpositionen und die Flächenproduktivität..... | 303 |
| 2.4.3. | Überprüfung des Einflusses der Wachstumsgeschwindigkeit und der Unternehmensgröße auf die Häufigkeit von Synergieeffekten | 307 |
| 2.4.4. | Überprüfung des Einflusses der Wachstumsgeschwindigkeit auf Negative Begleiteffekte des Unternehmenswachstums | 309 |
| 2.5. | Der Einfluß von Integrationsmaßnahmen auf Determinanten der handelsbetrieblichen Effizienz | 309 |
| 2.5.1. | Hypothesengerüst | 309 |
| 2.5.2. | Überprüfung des Einflusses von Integrationsmaßnahmen auf die Häufigkeit von Synergieeffekten und den Unternehmenserfolg | 314 |
| 2.5.3. | Überprüfung des Einflusses absatzseitiger Integrationsmaßnahmen auf Synergie- und Negative Begleiteffekte | 317 |
| 2.5.4. | Überprüfung des Einflusses von Integrationsmaßnahmen auf Negative Begleiteffekte der Integration | 318 |
| 2.6. | Betrachtung von Wechselwirkungen zwischen den Einflüssen von unternehmensstrukturellen Merkmalen, Determinanten der handelsbetrieblichen Effizienz und Integrationsmaßnahmen..... | 321 |

| | |
|---|-----|
| 3. Untersuchung C: Explorationen zum Einfluß der Flächenakkumulation auf den Verdrängungswettbewerb im Konsumgüterhandel..... | 327 |
| 3.1. Problemstellung und Basishypothesen..... | 327 |
| a) Untersuchungsanliegen und Bezugsrahmen | 327 |
| b) Begründungszusammenhang und Informationsgehalt der Hypothesen..... | 328 |
| 3.2. Zur Messung des Einflusses der Flächenakkumulation auf den Verdrängungswettbewerb | 330 |
| 3.2.1. Abgrenzung der Untersuchung von vorliegenden Forschungsarbeiten | 330 |
| 3.2.2. Zur Aussagefähigkeit der umsatzorientierten Flächenproduktivität einer Vertriebslinie | 332 |
| a) Die Aussagefähigkeit im Rahmen von Marktanteilsanalysen | 332 |
| b) Gründe für die Beliebtheit der umsatzorientierten Flächenproduktivität in der Unternehmenspraxis | 333 |
| c) Voraussetzungen zur Eignung der Flächenproduktivität als Ersatzmaßstab für den Erfolg | 334 |
| d) Ergebnisse einer empirischen Studie zur Eignung der umsatzorientierten Flächenproduktivität als Erfolgsmaßstab im institutionellen Lebensmittelhandel | 336 |
| e) Schlußfolgerungen aus den Untersuchungsergebnissen - Ein Zwischenergebnis zur Aussagefähigkeit der umsatzorientierten Flächenproduktivität zum Untersuchungszeitpunkt | 338 |
| 3.3. Ergebnisse der empirischen Untersuchung | 340 |
| 3.3.1. Grundgesamtheit, Stichprobe und Untersuchungsvorgehen..... | 340 |
| 3.3.2. Querschnittbetrachtung der untersuchten Betriebsformen | 341 |
| 3.3.3. Längsschnittbetrachtung der untersuchten Betriebsformen..... | 344 |
| 3.3.3.1. Erweiterung der Basishypothesen und methodische Grundzüge der verwendeten Datenanalyseverfahren | 344 |
| a) Untersuchungsvorgehen und Erweiterung der Basishypothesen | 344 |
| b) Methodische Grundzüge der verwendeten Datenanalyseverfahren..... | 346 |
| 3.3.3.2. Supermärkte und SB-Geschäfte..... | 349 |
| 3.3.3.3. SB-Warenhäuser/Verbrauchermärkte | 351 |
| 3.3.3.4. Discounter | 354 |

| | | |
|-----------|--|------------|
| 3.3.3.5. | Gemeinsame Betrachtung der Betriebsformen des engeren, institutionellen Lebensmittelhandels..... | 357 |
| 3.3.3.6. | Die Umgehung mangelnder Standortverfügbarkeit durch Konzentrationsprozesse - dargestellt am Beispiel von Warenhäusern | 359 |
| 4. | Untersuchung D: Ein Meßinstrumentarium zur Identifizierung von Austausch- und Verkrustungsprozessen in der Spitzengruppe von hochkonzentrierten Märkten | 363 |
| 4.1. | Ziele und Fragestellungen der Analyse..... | 363 |
| 4.2. | Datengrundlagen der Analyse | 367 |
| 4.3. | Die Analyse von Austausch- und Verkrustungsprozessen - dargestellt am Beispiel des funktionalen Lebensmittelhandels..... | 369 |
| 4.3.1. | Die Konzentrationsentwicklung im funktionalen Lebensmittelhandel..... | 369 |
| 4.3.2. | Ursachen für Veränderungen innerhalb von Spitzengruppen eines Marktes | 375 |
| 4.3.3. | Meßindikatoren für Austauschprozesse in der Spitzengruppe von hochkonzentrierten Märkten | 376 |
| a) | Der Konzentrationsgrad steigt..... | 379 |
| b) | Der Konzentrationsgrad stagniert..... | 380 |
| c) | Der Konzentrationsgrad sinkt..... | 381 |
| 4.3.4. | Zusammenfassende Bewertung der Konzentrationsentwicklung im funktionalen Lebensmittelhandel..... | 381 |
| 4.4. | Konsequenzen der Analyseergebnisse für die Bewertung von Konzentrationsprozessen | 384 |
| V. | Ausgewählte Implikationen der Untersuchungsergebnisse aus betriebswirtschaftlicher Perspektive | 387 |
| 1. | Zur Erklärung der Unternehmenskonzentration und des 'Größenwachstums' im Konsumgüterhandel | 389 |
| 1.1. | Die Erklärungsbeiträge der empirischen Untersuchungen..... | 389 |
| a) | Erklärungsbeiträge der Untersuchung A | 389 |
| b) | Erklärungsbeiträge der Untersuchung B | 389 |

| | | |
|----------|---|-----|
| c) | Erklärungsbeiträge der Untersuchung C | 394 |
| d) | Erklärungsbeiträge der Untersuchung D | 394 |
| 1.2. | Zusammenfassung der Erklärungsbeiträge | 395 |
| 2. | Konsequenzen der Untersuchungsergebnisse für die institutionelle Konfiguration von Handelssystemen..... | 399 |
| 2.1. | Die zentralen Konsequenzen im Überblick | 399 |
| 2.1.1. | Allgemeine Wirkungsmechanismen auf dem Gebiet der Unternehmenskonfiguration | 399 |
| 2.1.2. | Zentrale Entscheidungshilfen des hier erarbeiteten Erklärungsansatzes..... | 403 |
| 2.2. | Strategiealternativen für das Handelsmanagement..... | 404 |
| 2.2.1. | Neuorientierung der Vertriebslinienpolitik | 404 |
| 2.2.2.1. | Konzentration auf Angebotsformen mit hohen Verdrängungspotentialen im Rahmen der Betriebstypendiversifikation | 404 |
| 2.2.2.2. | Zur Problematik von Marktzutrittsschranken im Bereich lukrativer Angebotsformen - dargestellt am Beispiel der Platzierung großflächiger Food-Outlets in den Grenzen des § 11 Abs. 3 BauNVO..... | 407 |
| a) | Substitution oder Neueröffnung | 407 |
| b) | Hinzukauf großflächiger Outlets | 409 |
| c) | Exkurs: Wettbewerbspolitische Konsequenzen der Marktzutrittsschranke im Bereich großflächiger Outlets..... | 410 |
| 2.2.2. | Neuorientierung der Systemstruktur | 411 |
| a) | Abbau von Overhead-Kosten durch Dezentralisierung in Filialsystemen..... | 412 |
| b) | Intensivierung der Kooperation in den Vertriebslinien der kooperierenden Handelssysteme | 412 |
| 3. | Zur zukünftigen Entwicklung der Wettbewerbsverhältnisse im Konsumgüterhandel..... | 415 |

| | | |
|------------|--|------------|
| 4. | Weiterführende Implikationen der Untersuchungsergebnisse auf angrenzenden Forschungsfeldern: Konsequenzen für das Management in der Konsumgüterindustrie .. | 417 |
| 4.1. | Konsequenzen für das industrielle Distributionsmanagement..... | 417 |
| 4.1.1. | Strukturbeeinflussendes Absatzkanalmanagement als strategische Neuorientierung des Distributionsmanagements..... | 418 |
| 4.1.2. | Neuorientierung der Konditionenpolitik als flankierende Maßnahme der handelsgerichteten Absatzpolitik | 419 |
| 4.2. | Konsequenzen für die Konfiguration von Industrieunternehmen..... | 421 |
| 5. | Zusammenfassende Übersicht über die zentralen Schlußfolgerungen aus betriebswirtschaftlicher Sicht..... | 423 |
| VI. | Ausgewählte Implikationen der Untersuchungsergebnisse aus gesamtwirtschaftlicher Perspektive | 427 |
| 1. | Ausgangspunkte einer gesamtwirtschaftlichen Bewertung des Konzentrationsprozesses im Konsumgüterhandel..... | 429 |
| 1.1. | Vorbemerkungen zum Untersuchungsvorgehen | 429 |
| 1.2. | Die jüngsten Begutachtungen der Wettbewerbsverhältnisse im Lebens- mittelhandel durch das Bundeskartellamt und die Monopolkommission..... | 430 |
| 1.2.1. | Die Analyse der Angebotskonzentration im deutschen Lebens- mitteleinzelhandel durch die Grundsatzabteilung des Bundeskartellamtes..... | 430 |
| 1.2.2. | Das Sondergutachten der Monopolkommission 1994: "Marktstruktur und Wettbewerb im Handel" | 433 |
| 1.3. | Zur Problematik der Erforschung von Ursachen der Unternehmenskonzentration..... | 436 |
| a) | Kernpunkte der seit Jahren andauernden Diskussion über die einzel- und gesamtwirtschaftlichen Effekte des Größenwachstums... | 436 |
| b) | Die Interdependenz von Effizienz- und Machtwirkungen des Größenwachstums | 438 |