
Inhaltsverzeichnis

Autorenverzeichnis	XIII
1 Herausforderungen des Handelsmanagements	1
Joachim Zentes, Bernhard Swoboda, Dirk Morschett und Hanna Schramm-Klein	
Teil I Strategien im Handel	
2 Formatdiversifikation: Strategien und Erfolgswirkung	21
Timo Sohl und Thomas Rudolph	
3 Internationale Expansion von Handelsunternehmen	37
Bernhard Swoboda	
4 Internationale Marktbearbeitung	63
Michael Lingenfelder und Henrike Düerkop	
5 Vertikale Integration	89
Joachim Zentes	
6 Kooperationen im Handel (Verbundgruppen)	103
Lothar Müller-Hagedorn und Ludwig Veltmann	
7 Wachstum durch Filialisierung im Einzelhandel	127
Dirk Möhlenbruch	
8 Franchising – vier Erfolgsmerkmale eines Unternehmensnetzwerkes	151
Torben Leif Brodersen	
9 Wachstum durch Mergers und Acquisitions	169
Günter Müller-Stewens und Johanna Spanninger	

10	Neuorientierung von Wettbewerbsstrategien im Handel	189
	Bernhard Swoboda	
 Teil II Betriebs- und Vertriebstypen		
11	Betriebstypen des Handel – Begrifflichkeiten, Typologisierung und Entwicklungslinien	215
	Ernst Gittenberger und Christoph Teller	
12	Vollsortimentsstrategien im Lebensmitteleinzelhandel – Entwicklung und Perspektiven in einem Discountumfeld	243
	Rainer P. Lademann	
13	Dynamik im Handel: Vom Fachgeschäft zum Fachmarkt	259
	Peter Schnedlitz, Nicole Rychly und Eva Lienbacher	
14	Food-Discounter	277
	Tanju Aygün	
15	Non-Food-Discounter in Deutschland	291
	Joachim Hurth	
16	Kauf- und Warenhäuser – Historie, Status quo und künftige Entwicklungen	309
	Marko Schwertfeger, Alexander Leischnig und Margit Enke	
17	Shopping-Center	329
	Claas Christian Germelmann und Pablo Neder	
18	Factory Outlet Center in Deutschland und Europa	351
	Joachim Will	
19	Distanzhandel – Online-Shops u.ä. Formen	375
	Dirk Morschett	
20	Convenience Stores	399
	Sabine Möller	
21	Multi Channel Retailing – Erscheinungsformen und Erfolgsfaktoren	419
	Hanna Schramm-Klein	
 Teil III Handelsmarketing		
22	Retail Branding – Strategischer Rahmen für das Handelsmarketing	441
	Dirk Morschett	

23	Customer Relationship Management	463
	Maik Eisenbeiß und Alexander Bleier	
24	Standortpolitik im Handel	487
	Hanna Schramm-Klein	
25	Sortimentspolitik	507
	Stephan Zielke	
26	Category Management	527
	Hendrik Schröder	
27	Handelsmarken – Erscheinungsformen, Potenziale und strategische Stoßrichtungen	543
	Manfred Bruhn	
28	Preisstrukturpolitik im Lebensmitteleinzelhandel	565
	Martin Fassnacht, Eva Köttschau und Stefanie Wriedt	
29	Preisorientierte Aktionspolitik	585
	Udo Wagner, Jutatip Jamsawang und Friedrich Seher	
30	Methoden der Preisbildung	609
	Peter Kenning und Tim Eberhardt	
31	Ladengestaltung: Wie man emotionale PoS-Welten inszeniert	631
	Hans-Georg Häusel	
32	Point-of-Sale-Marketing	645
	Andrea Gröppel-Klein	
33	Klassische Werbung – Strategien und Instrumente	671
	Thomas Foscht und Marion Brandstätter	
34	Neue Formen der Handelswerbung	695
	Gianfranco Walsh, Patrick Hille, David Dose und Simon Brach	
35	Servicepolitik im Handel	719
	Anton Meyer und Silke Bartsch	
 Teil IV Beschaffung und Supply Chain Management		
36	Beschaffungsmanagement und Wertschöpfungsarchitekturen	735
	Joachim Zentes	

37	Internationale Beschaffung	747
	Eva Thelen und Günther Botschen	
38	Elektronische Beschaffung	767
	Jörg Pretzel	
39	Lieferantenmanagement	781
	Waldemar Toporowski, Stephan Zielke und Julian Kellner	
40	Beschaffungs- und Distributionslogistik in einer volatilen Welt	801
	Frank Straube, Stefan Doch, Klara Köhne und Sara Merker	
41	Supply Chain Management und Warenwirtschaftssysteme	815
	Joachim Zentes und Hanna Schramm-Klein	
Teil V Unternehmensführung		
42	Primär- und Sekundärorganisation im Handel	833
	Roland Mattmüller und Ralph Tunder	
43	Human Resource Management im Handel	847
	Andreas Kaapke	
44	Handelscontrolling	867
	Jörg Becker, Justus Holler und Johannes Püster	
45	Finanzcontrolling im Handel	879
	Gerd Bovensiepen, Vera Böttinger und Florian Kammerer	
	Sachverzeichnis	897