
Inhaltsverzeichnis

Dieter Ahlert

Integriertes Markenmanagement in kundengetriebenen Category Management-Netzwerken 15

Peter Kenning

Die Bedeutung von Kundenvertrauen für die Kundenzufriedenheit und das Kaufverhalten im Lebensmittel-Einzelhandel 61

Dirk Battenfeld

Konfliktpotenziale im Rahmen des Category Management - Zur Integrationsfähigkeit der herstellerseitigen Markenführung und der Sortimentspolitik des Handels..... 85

Rainer Olbrich und Daniela Braun

Handelsmarkenführung und Category Management – Spezifische Konfliktpotenziale in der Hersteller-Händler-Beziehung und Ansätze zu ihrer Lösung 107

Dieter Ahlert und Stefan Borchert

Netzwerkartige Wertschöpfungspartnerschaften - Distributionsnetzwerke zur Behebung von Koordinationsdefiziten in Efficient Consumer Response-Partnerschaften der Lebensmittelbranche .. 131

Rainer Olbrich und Martin Grünblatt

Nutzenpotenziale von Scanningdaten im Rahmen des Category Management – Ein Fallbeispiel aus dem Bereich der Markenführung im filialisierten Lebensmittel-Einzelhandel 167

Marc Feller

Informationen über das Kaufverhalten als Grundlage zur Steuerung von Categories im Lebensmittel-Einzelhandel203

Kai Mehling

Category Management in der Partievermarktung – Herausforderungen an die wirtschaftsstufenübergreifende Vermarktung von Aktionswaren233

Hendrik Schröder

Wer hat bei Category Management an Efficient Shelf Presentation gedacht? – Informationen für kundenorientierte Flächenzuteilung und Warenpräsentation im Lebensmittel-Einzelhandel261

Markus Großweischede

Category Management im eRetailing – Konzeptionelle Grundlagen und Umsetzungsansätze am Beispiel der Lebensmittelbranche....293