

<u>Inhaltsverzeichnis:</u>	Seite
Abbildungsverzeichnis	XI
Abkürzungsverzeichnis	XVIII
Anmerkung zur Zitierweise	XIX
1. PROBLEMSTELLUNG	1
2. GRUNDLEGUNG	7
2.1. Einzelhandelsunternehmungen als spezielle Ausprägungen von Unternehmungen allgemein	7
2.1.1. Allgemeine Charakterisierung von Unternehmungen	7
2.1.2. Charakterisierung von Einzelhandelsunternehmungen	13
2.2. Konstitutive Entscheidungen als Teilbereich von Entscheidungen in Unternehmungen	20
2.2.1. Wesen und Gegenstand von Entscheidungen in Unternehmungen	20
2.2.1.1. Wesen von Entscheidungen in Unternehmungen	20
2.2.1.2. Gegenstand von Entscheidungen in Unternehmungen	30
2.2.2. Wesen und Gegenstand von konstitutiven Entscheidungen in Unternehmungen	35
2.2.2.1. Wesen von konstitutiven Entscheidungen in Unternehmungen	35
2.2.2.2. Gegenstand von konstitutiven Entscheidungen in Unternehmungen	38
2.3. Darstellung eines integrativen Konzeptes konstitutiver Entscheidungen in Einzelhandelsunternehmungen im Überblick	41

	Seite
3. UNTERNEHMUNGSPHILOSOPHIE IN EINZELHANDELSUNTERNEHMUNGEN	49
3.1. Philosophiebegriff im Rahmen der Betriebswirtschaftslehre	49
3.1.1. Charakterisierung einer Unternehmungsphilosophie	49
3.1.2. Werte als primärer Gegenstand einer Unternehmungsphilosophie	54
3.2. Bedeutung einer Unternehmungsphilosophie für eine Einzelhandelsunternehmung	59
3.2.1. Generelle Bedeutung einer Unternehmungsphilosophie im Rahmen von Entscheidungen in einer Einzelhandelsunternehmung	59
3.2.2. Spezielle Bedeutung einer Unternehmungsphilosophie für einzelne Entscheidungskomplexe in einer Einzelhandelsunternehmung	64
3.3. Forderung der Gesellschaft nach Zweckmäßigkeit einer Einzelhandelsunternehmung als eine zentrale Bedingung im Rahmen einer Unternehmungsphilosophie	70
3.3.1. Generelle Betrachtung der Sinnhaftigkeit unternehmerischen Handelns für die Gesellschaft	70
3.3.1.1. Potentielle Divergenz zwischen sinnvollem unternehmerischen Handeln als Maxime und als Norm	70
3.3.1.2. Grundsätzliche Ansätze zur Gewährleistung der Zweckmäßigkeit unternehmerischen Handelns	73
3.3.2. Spezielle Betrachtung der Sinnhaftigkeit von Einzelhandelsunternehmungen für die Gesellschaft	78
3.3.2.1. Ursachen für die spezielle Reflexion über die Sinnhaftigkeit von Einzelhandelsunternehmungen	78

3.3.2.2. Nachweis der Vorteilhaftigkeit von Einzelhandelsunternehmungen für die Gesellschaft	81
3.3.2.2.1. Schemata von Handelsfunktionen als differenzierte Erklärungen der Zweckmäßigkeit des Einzelhandels	81
3.3.2.2.2. Unabhängigkeit von Einzelhandelsunternehmungen als bedeutender Faktor zur zweckmäßigen Erbringung von Handelsfunktionen	89
3.4. Werthaltungen von ausgewählten Interessengruppen als weitere mögliche Bedingungen im Rahmen einer Unternehmungsphilosophie einer Einzelhandelsunternehmung	94
3.5. Entwicklung einer Unternehmungsphilosophie für eine Einzelhandelsunternehmung auf der Basis der Werthaltungen der Führungskräfte	102
3.5.1. Analyse der Werthaltungen von Führungskräften	102
3.5.1.1. Ergebnisse ausgewählter genereller Untersuchungen bezüglich der Werthaltungen deutschsprachiger Führungskräfte	102
3.5.1.1.1. Untersuchung von E. Gabele, W. Kirsch und J. Treffert	102
3.5.1.1.2. Untersuchung von H. Ulrich und G. J. B. Probst	108
3.5.1.2. Spezielle Analyse der Werthaltungen von Führungskräften in einer Einzelhandelsunternehmung	114
3.5.2. Formulierung einer Unternehmungsphilosophie für eine Einzelhandelsunternehmung	120
4. UNTERNEHMUNGSPOLITIK IN EINZELHANDELSUNTERNEHMUNGEN	125
4.1. Politikbegriff im Rahmen der Betriebswirtschaftslehre	125
4.1.1. Grundsätzliches zum Begriff Unternehmenspolitik	125

4.1.2. Darstellung verschiedener Auffassungen in bezug auf eine Unternehmungspolitik	128
4.1.2.1. Unternehmungspolitik als Pendant zur betriebswirtschaftlichen Theorie	128
4.1.2.2. Unternehmungspolitik als Teil einer betriebswirtschaftlichen Theorie	133
4.1.2.3. Unternehmungspolitik als betriebswirt- schaftlich-politologische Disziplin	137
4.1.3. Definition einer Unternehmungspolitik	139
4.1.4. Grundsätzliches zu Zielen als Gegenstand einer Unternehmungspolitik	142
4.2. Bedeutung einer Unternehmungspolitik für eine Einzelhandelsunternehmung	147
4.3. Festlegung genereller oberer Ziele in einer Ein- zelhandelsunternehmung	153
4.3.1. Festlegung der oberen Wertziele in einer Einzelhandelsunternehmung	153
4.3.1.1. Gewinnziel in einer Einzelhandels- unternehmung	153
4.3.1.2. Liquiditätsziel in einer Einzelhan- delsunternehmung	165
4.3.2. Festlegung der oberen Sachziele in einer Einzelhandelsunternehmung	169
4.3.2.1. Dualität der oberen Sachziele in einer Einzelhandelsunternehmung	169
4.3.2.2. Grundlegende Entscheidungen über den generellen Warenkreis einer Einzel- handelsunternehmung	172
4.3.2.3. Grundlegende Entscheidungen über die generellen Leistungen einer Einzel- handelsunternehmung	177
4.3.3. Festlegung der oberen Sozialziele in einer Einzelhandelsunternehmung	180

5. STRATEGISCHE ENTSCHEIDUNGEN IN EINZELHANDELSUNTERNEHMUNGEN	187
5.1. Begriff der strategischen Entscheidung im Rahmen der Betriebswirtschaftslehre	187
5.2. Bedeutung strategischer Entscheidungen für Einzelhandelsunternehmen	195
5.3. Leistungsprogramm- und Potentialentscheidungen in Einzelhandelsunternehmen	202
5.3.1. Vor-Entscheidungen über die Zielgruppen einer Einzelhandelsunternehmung	202
5.3.1.1. Grundsätzliches zu den Vor-Entscheidungen über die Zielgruppen	202
5.3.1.2. Vor-Entscheidungen über die Zielgruppen unter sozio-demographischen und psychographischen Aspekten	204
5.3.1.3. Vor-Entscheidungen über die Zielgruppen unter geographischem Aspekt	210
5.3.2. Leistungsprogrammentscheidungen in Einzelhandelsunternehmen	215
5.3.2.1. Dualität des Leistungsprogrammes von Einzelhandelsunternehmen	215
5.3.2.2. Betriebsformentscheidungen in Einzelhandelsunternehmen	223
5.3.2.2.1. Grundsätzliches zu Betriebsformentscheidungen in Einzelhandelsunternehmen	223
5.3.2.2.1.1. Grundentscheidungen über die einzelnen Dienstleistungen einer Einzelhandelsunternehmung	223
5.3.2.2.1.2. Betriebsformentscheidungen als Entscheidungen über Dienstleistungskombinationen in einer Einzelhandelsunternehmung	229

	Seite
5.3.2.2.2. Anlässe zur Reflexion über Betriebsformen in Einzelhandelsunternehmen	238
5.3.2.2.2.1. Betriebsform-Lebenszykluskonzept als ein Ausgangspunkt	238
5.3.2.2.2.2. Multifaktorenkonzept im Rahmen der Initiierung von Betriebsformentscheidungen	245
5.3.2.2.3. Entwicklung von Betriebsform-Alternativen	251
5.3.2.2.3.1. Grundsätzliche Möglichkeiten im Rahmen der Entwicklung von Betriebsform-Alternativen	251
5.3.2.2.3.2. Entwicklung von Betriebsform-Alternativen auf der Basis des Multifaktorenkonzeptes	257
5.3.2.2.4. Beurteilung von Betriebsform-Alternativen	263
5.3.2.2.5. Festlegung der zu realisierenden Betriebsform-Alternative	270
5.3.2.3. Entscheidungen über (Dienst-)Leistungserweiterung und teilweise Dienstleistungsübertragung	272
5.3.2.3.1. Entscheidung über die Übernahme von (Dienst-)Leistungen vorgelegter Stufen	272
5.3.2.3.2. Entscheidung über die teilweise Übertragung von Dienstleistungen im Rahmen einer Kooperation	277
5.3.2.4. Strategische Sortimentsentscheidungen in Einzelhandelsunternehmen	281
5.3.2.4.1. Grundsätzliches zu Sortimentsentscheidungen in Einzelhandelsunternehmen	281

5.3.2.4.2.	Notwendigkeit zur Reflexion über das Sortiment in Einzelhandelsunternehmungen	288
5.3.2.4.2.1.	Warengruppen-Lebenszykluskonzept als ein Ausgangspunkt	288
5.3.2.4.2.2.	Multifaktorenkonzept im Rahmen der Initiierung von Sortimentsentscheidungen	292
5.3.2.4.3.	Entwicklung von Sortimentsalternativen	299
5.3.2.4.3.1.	Grundsätzliche Möglichkeiten im Rahmen der Entwicklung von Sortimentsalternativen	299
5.3.2.4.3.2.	Entwicklung von Sortimentsalternativen auf der Basis des Multifaktorenkonzeptes	307
5.3.2.4.4.	Beurteilung von Sortimentsalternativen	314
5.3.2.4.5.	Festlegung der zu realisierenden Sortimentsalternative	318
5.3.3.	Potentialentscheidungen in Einzelhandelsunternehmungen	321
5.3.3.1.	Ermittlung der zu lösenden Teilentcheidungsaufgaben im Hinblick auf die Potentiale	321
5.3.3.1.1.	Grundsätzliches zur Initiierung von Potentialentscheidungsaufgaben	321
5.3.3.1.2.	Entscheidungsaufgabe bezüglich Qualität und Quantität der Potentiale	323
5.3.3.1.3.	Entscheidungsaufgabe bezüglich der externen und internen Standorte	329
5.3.3.2.	Entwicklung von Alternativen im Rahmen der Potentialentscheidungen	334

5.3.3.3. Beurteilung der Potentialalternativen	341
5.3.3.3.1. Isolierte Beurteilung der Potentialalternativen	341
5.3.3.3.2. Integrierte Beurteilung von Leistungsprogramm- und Potentialalternativen	343
5.3.3.4. Festlegung der zu realisierenden Potentialalternative	351
5.4. Organisations-, Führungskräfte- und Informationssystementscheidungen in Einzelhandelsunternehmungen	354
5.4.1. Organisationsentscheidungen in Einzelhandelsunternehmungen	354
5.4.1.1. Ermittlung der Entscheidungsaufgabe bezüglich der Organisation einer Einzelhandelsunternehmung	354
5.4.1.2. Entwicklung grundsätzlicher Lösungsmöglichkeiten, Beurteilung und Finalentschluß im Hinblick auf die Organisation einer Einzelhandelsunternehmung	358
5.4.2. Führungskräfteentscheidungen in Einzelhandelsunternehmungen	371
5.4.2.1. Ermittlung der Entscheidungsaufgabe bezüglich der Führungskräfte einer Einzelhandelsunternehmung	371
5.4.2.2. Entwicklung grundsätzlicher Lösungsmöglichkeiten, Beurteilung und Finalentschluß im Hinblick auf die Führungskräfte einer Einzelhandelsunternehmung	375
5.4.3. Informationssystementscheidungen in Einzelhandelsunternehmungen	380
5.5. Rechtsform-/Rechtsstrukturentscheidungen in Einzelhandelsunternehmungen	386
Literaturverzeichnis	391