

Inhaltsverzeichnis

	<u>Seite</u>
Verzeichnis der Übersichten	8
Verzeichnis der Abkürzungen	10
I. Einleitung	11
A. Die Konzeption der Untersuchung	15
1. Die Zielsetzung der Untersuchung	15
2. Der Aufbau der Untersuchung	17
B. Die begrifflichen Grundlagen der Untersuchung	24
1. Der Begriff der Innovation	24
2. Der Begriff des Betriebstyps	29
C. Die Ausgangstatbestände der Untersuchung	33
1. Die Einordnung der Betriebstypeninnovation in das System der einzelhandelsbetrieblichen Absatzpolitik	33
a) Die Leistungs politik als Element der Absatzpolitik	34
b) Die Betriebstypeninnovation als Element der Leistungs politik	35
2. Die Anlässe der Betriebstypeninnovation	38
a) Die Kompensation der Store Erosion	42
b) Die Diversifikation	45

II. Die Entscheidungselemente bei der Betriebs- typeninnovation	48
A. Das Zielsystem der Betriebstypeninnovation	48
1. Die Zielelemente	49
a) Das Gewinnstreben als Innovations- zielsetzung	51
b) Das Umsatzstreben als Innovations- zielsetzung	54
c) Das Sicherheitsstreben als Inno- vationszielsetzung	56
2. Die Zielbeziehungen	62
a) Die Präferenzrelation	63
b) Die Instrumentalrelation	65
c) Die Interdependenzrelation	67
3. Zusammenfassung	69
B. Die Aktionsalternativen der Betriebsty- peninnovation	72
1. Die Grundlagen einer Systematisierung der Aktionsalternativen	74
a) Die Ableitung der Aktionsparameter aus dem Katalog der Handelsfunktionen	77
b) Die Dimensionen der Handelsleistungs- Gestaltung	82
2. Die Ausgestaltungsmöglichkeiten der Aktionsparameter	88
a) Die Gestaltung der Sortimentsleistung	89
b) Die Gestaltung der Quantitätsleistung	91
c) Die Gestaltung der Überbrückungsleistung	94
d) Die Gestaltung der Sicherungsleistung	100
e) Die Gestaltung der Umsatzdurchführungs- leistung	104
f) Die Gestaltung der Vollendungsleistung	106
3. Zusammenfassung	108

C. Die Determinanten der Betriebstypeninnovation	111
1. Die betriebsinternen Determinanten	112
a) Der Einfluß der Leistungsfaktoren	112
b) Der Einfluß der Regiefaktoren	114
2. Die marktbezogenen Determinanten	120
a) Der Einfluß der Konsumenten	123
b) Der Einfluß der Konkurrenten	129
c) Der Einfluß der Lieferanten	136
3. Die überbetrieblichen Determinanten	138
a) Der Einfluß der Gesetzgebung	139
b) Der Einfluß sonstiger überbetrieblicher Bestimmungsfaktoren	140
4. Zusammenfassung	142
D. Die Wirkungen der Betriebstypeninnovation	144
1. Die Kostenwirkungen	145
a) Die Kosten der Betriebstypenplanung	146
b) Die Kosten der Markteinführung	149
c) Die laufenden Kosten des neuen Betriebstyps	151
2. Die Ertragswirkungen	153
a) Die Einkaufsstättenentscheidung des Konsumenten als Schlüsselgröße der Ertragsanalyse	154
b) Der Prozeß der Einkaufsstättenwahl	156
c) Der Betriebstyp als Einflußfaktor der Einkaufsstättenwahl	162
d) Das Marktsegment eines innovativen Betriebstyps	170
e) Die Dynamik der Ertragswirkungen	177
3. Zusammenfassung	181

III. Der Entscheidungsprozeß bei der Betriebstypen- innovation	185
A. Die Erarbeitung der Entscheidungsalternativen	186
1. Die Ideengenerierung als Gegenstand der Alternativenerarbeitung	186
2. Die Entstehungsquellen neuer Ideen	192
a) Die betriebsinternen Ideenquellen	193
b) Die betriebsexternen Ideenquellen	195
3. Die Methoden der Ideenfindung	198
a) Die Methoden der mehr passiven Ideen- findung (Ideensammlung)	199
b) Die Methoden der mehr aktiven Ideen- findung (Ideensuche)	202
4. Zusammenfassung	211
B. Die Grobbewertung der Entscheidungsalterna- tiven	215
1. Die Realisierbarkeitsanalyse	218
a) Die Aufstellung eines Kriterienkatalogs	218
b) Die Informationsgrundlagen der Reali- sierbarkeitsanalyse	221
c) Die Aussonderung undurchführbarer Be- triebstypenkonzeptionen	222
2. Die Erfolgsanalyse	222
a) Der Entwurf eines Scoring-Modells	223
b) Die Informationsgrundlagen der Er- folgsanalyse	239
c) Die Einstufung der Innovationsalterna- tiven anhand von Punktwerten und Be- wertungsprofilen	244
3. Zusammenfassung	247

C. Die Feinbewertung der Entscheidungsalternativen	250
1. Die Anlage eines Feinbewertungsmodells	251
a) Die Investitionsrechnung als methodischer Kern der Wirtschaftlichkeitsanalyse bei neuartigen Einzelhandelsformen	251
b) Die Anforderungen an ein Feinbewertungsverfahren für innovative Betriebstypenprojekte	255
c) Die Feinbewertung mit Hilfe der Simulation	258
2. Die Informationsgrundlagen der Feinbewertung	263
a) Die Ermittlung der Ausgaben	267
b) Die Ermittlung des Marktpotentials	269
c) Die Ermittlung des Marktanteils	281
3. Die Bestimmung des zu realisierenden Betriebstypenprojektes	297
a) Das Ergebnis der Wirtschaftlichkeitsanalyse als Kriterium der Alternativenwahl	297
b) Die Grenzen der Feinbewertung bei Betriebstypeninnovationen	299
4. Zusammenfassung	300
IV. Schluß	305
V. Anhang	310
Literaturverzeichnis	332