

Analyse der Absatzwege von vier Konsumwarenmärkten

Kosmetik und Körperpflegemittel (1982)

von
Dipl.-Kfm. Nicolaus Sondermann

Sportartikel (1983)

von
Dipl.-Kfm. Susanne Kotzan

Uhren und Schmuckwaren (1983)

von
Dipl.-Kfm. Andrea Mayer

Arzneimittel (1982)

von
Dipl.-Kfm. Volker Frerk

bearbeitet von
Dr. Michael Reisen
Dipl.-Kfm. Ingo Bieberstein
Dipl.-Kfm. Ulrich Schückhaus

| | |
|---------------------------------|-----------|
| TECHNISCHE HOCHSCHULE DARMSTADT | |
| Fachbereich 1 | |
| Gesamtbibliothek | |
| Betriebswirtschaftslehre | |
| Inv.-Nr.: | 39735 |
| Abstellort: | A 28/1710 |
| Sauggebiete: | 5.2.2.1 |
| | 00255936 |

1987

AUSLIEFERUNG: VERLAG OTTO SCHWARTZ & CO., ANNASTRASSE 7, 3400 GÖTTINGEN

Gesamtinhaltsverzeichnis

| | Seite |
|--|-------|
| Dipl.- Kfm. Nicolaus Sondermann: Die Absatzwege der <u>Kosmetik- und Körperpflegemittel</u> in der Bundesrepublik Deutschland 1982 | 1 |
| Dipl.- Kfm. Susanne Kotzan: Die Absatzwege der <u>Sportartikel</u> in der Bundesrepublik Deutsch- land 1983 | 61 |
| Dipl.- Kfm. Andrea Mayer: Die Absatzwege der <u>Uhren</u> <u>und Schmuckwaren</u> in der Bundesrepublik Deutsch- land 1983 | 107 |
| Dipl.- Kfm. Volker Frerk: Die Absatzwege der <u>Arznei-</u> <u>mittel</u> in der Bundesrepublik Deutschland 1982 | 159 |

INHALTSVERZEICHNIS

| | Seite |
|--|-------|
| Übersichtenverzeichnis | 4 |
| Abkürzungsverzeichnis | 6 |
| I. Einleitung | 7 |
| A. Abgrenzung des Untersuchungsgebietes | 7 |
| B. Aufbau und Ziel der Untersuchung | 10 |
| II. Das Angebot an Kosmetika und Körperpflegemitteln in der Bundesrepublik Deutschland | 11 |
| A. Die Herstellung | 11 |
| 1. Entwicklung des Umsatzes | 11 |
| 2. Gestaltung der Absatzwege der Hersteller unter Berücksichtigung der Vertriebsbindungen des 'Selektiven Vertriebs' | 11 |
| B. Der Außenhandel | 14 |
| C. Die Inlandsverfügbarkeit | 15 |
| III. Kooperationen beim Absatz von Kosmetika und Körperpflegemitteln | 16 |
| A. Kooperationen zwischen Hersteller und Einzelhandel (vertikale Kooperationen) | 16 |
| B. Kooperationen des Körperpflegemittel-Großhandels (horizontale Kooperationen) | 16 |
| C. Kooperationen des Kosmetik- und Körperpflegemittel-Einzelhandels (horizontale Kooperationen) | 17 |
| IV. Der Großhandel mit Kosmetika und Körperpflegemitteln | 20 |
| A. Begriff des Großhandels mit Kosmetika und Körperpflegemitteln | 20 |
| B. Der institutionelle Großhandel mit Kosmetika und Körperpflegemitteln | 20 |
| 1. Sortimentsgroßhandel | 21 |
| 2. Branchenfremder Großhandel | 22 |
| a. Lebensmittel-Sortimentsgroßhandel | 22 |
| b. Pharmazeutischer Großhandel | 22 |

| | Seite |
|--|-------|
| C. Der funktionelle Großhandel mit Kosmetika und Körperpflege- gemitteln | 23 |
| V. Der Einzelhandel mit Kosmetika und Körperpflegemitteln | 24 |
| A. Begriff des Einzelhandels mit Kosmetika und Körperpflege- mitteln | 24 |
| B. Der institutionelle Einzelhandel mit Kosmetika und Körper- pflegemitteln | 24 |
| 1. Fachgeschäfte | 25 |
| a. Drogerien | 27 |
| b. Parfümerien | 31 |
| 2. Drogeriemärkte | 32 |
| 3. Branchenfremder Facheinzelhandel | 35 |
| a. Apotheken | 35 |
| b. Reformhäuser | 36 |
| 4. Warenhäuser | 37 |
| 5. Lebensmitteleinzelhandel | 38 |
| a. Verbrauchermärkte | 38 |
| b. Diskontbetriebe | 41 |
| c. Sonstige | 42 |
| C. Der funktionelle Einzelhandel mit Kosmetika und Körperpfle- gemitteln | 44 |
| 1. Dienstleistungsbetriebe | 44 |
| a. Friseursalons | 44 |
| b. Kosmetiksalons | 44 |
| c. Sonstige Dienstleistungsbetriebe | 46 |
| 2. Direktvertrieb der Hersteller | 46 |
| 3. Großhandelsbetriebe | 48 |
| D. Zusammenfassung | 49 |
| VI. Schlußbetrachtung und Zusammenfassung der Ergebnisse | 53 |
| Literaturverzeichnis | 57 |