

Forschungsstelle für den Handel Berlin (FfH) e.V.
Volker Trommsdorff (Hrsg.)

Handelsforschung 1998/99

Innovation im Handel

Jahrbuch der Forschungsstelle
für den Handel Berlin (FfH) e.V.

GABLER

Inhaltsverzeichnis

Hans-Otto Schenk

Der Innovationsvirus - Betrachtungen eines Betroffenen 1

Theorie und Bedeutung von Innovation im Handel

Dirk Möhlenbruch und Sylvia Nickel

Wettbewerbsvorteile durch Innovation im Einzelhandel 9

Dirk Funck

Das Leistungsfaktorsystem als Quelle für Innovationen im Handel 31

Rainer Olbrich

Innovationsfreudigkeit in der Vertriebslinienpolitik als zentrale Determinante der 'Überlebensfähigkeit' von Handelssystemen - Ergebnisse einer Kausalanalyse 53

Innovationsrelevantes Handelskundenverhalten

Andrea Gröppel-Klein, Eva Thelen und Christoph Antretter

Der Einfluß von Einkaufsmotiven auf die Einkaufsstättenbeurteilung - Eine empirische Untersuchung am Beispiel des Möbeleinzelhandels 77

Günter Schweiger, Wolfgang Mayerhofer, Peter Koppe und Irene Gottwald

Der Einfluß von Schlüsselreizen wie Marke, Preis und Qualitätszeichen auf die Markenwahl bei Lebensmitteln in Österreich - Eine Anwendung des Conjoint Measurements 101

Nikolaus Franke

Die Erklärung von Händlerverhalten anhand des Imagekonstrukts - Zu einem neuen Ansatz der Absatzkanalforschung 119

Rolf Weiber und Peter Billen

Nonverbale Kommunikation im persönlichen Verkauf als Basis zur Umsetzung der Markenpositionierung im Pkw-Handel 139

Monika Popp

Das Einkaufsverhalten im Lebensmittelbereich und seine Relevanz für die Standortplanung163

Informations- und kommunikationstechnische Handels-Innovationen

\ *Franz-Rudolf Esch, Tobias Langner und Marcus Fuchs*

Gestaltung von Electronic Mails183

Lutz Hildebrandt und Nicole Görz

Wettbewerb und innovative Strategien im Buchhandel 207

-xf *Thomas Foscht und Georg Jungwirth*

' Interaktive Medien als neues Instrument zur Kundenbindung im Handel 227

Wilfried Tietz und Hermann Diller

Der Einsatz Neuer Medien als Kundenbindungsinstrumente für den Großhandel. . . . 247

Bartho Treis und Olaf Holzkämper

Strategische Überlegungen des Handels zum Category Management - Das Aktivitätsportfolio. . . . '!' ; '!': 267

Innovationsmanagement im Handel

Alexander Frank und Hubert F. Marschner

Aspekte eines integrierten Innovationsmanagements für Handelsunternehmen. 293

Anton Meyer und Lars Fend

Tiefgreifende Veränderungsprozesse in Handelsunternehmen 317

Thomas Rudolph

Projektmanagement - Ein vielversprechender Ansatz zur Förderung von Innovation im Handel 341

Kai Hudetz
Prozeßinnovationen im Großhandel - Relevanz und Anknüpfungspunkte für ein Innovationsmanagement 357

Michaela Staffl
Preisdifferenzierung im Einzelhandel - Innovative Konzepte zur systematischen Ertragsoptimierung 379

Innovationsorientierte Handels-Marktforschung und -Werbung

Cornelia Zanger und Gundolf Baier
Händlerzufriedenheit mit Telekommunikationsgroßhändlern- Eine empirische Untersuchung zum Methodenvergleich zwischen Conjoint-Analyse und Kano-Modell____ 407

Henrik Sattler
Der Wert von Handelsmarken - Eine empirische Analyse 433 **

Jürgen Keßler
Vergleichende Werbung im Einzelhandel - Anmerkungen zur "neuen" Rechtslage... 451

Literaturdienst

Autorenteam der TU Berlin
Literaturdienst zur Handelsforschung 1998/99. 469

Autorenverzeichnis 485