

Hendrik Meyer-Ohle

Dynamik im japanischen Einzelhandel

Technische Universität München
- Fakultät für Wirtschaftswissenschaften -

Einführung, Durchsetzung
und Fortentwicklung
neuer Betriebstypen 1954 bis 1994

Mit einem Geleitwort
von Prof. Dr. Erich Pauer

Deutscher UniversitätsVerlag

INHALTSVERZEICHNIS

Verzeichnis der Tabellen und Abbildungen	xiii
Abkürzungsverzeichnis	xvii
1. Einführung	1
1.1. Problemstellung	2
1.2. Methodischer Ansatz	3
1.2.1. Bisherige Ansätze	5
1.2.1.1. Das "wheel of retailing" und andere zyklische Theorien	5
1.2.1.2. Umweltbezogene Ansätze	9
1.2.1.3. Konfliktbezogene (dialektische) Ansätze	11
1.2.1.4. Integrative Ansätze	11
1.2.2. Diskussion der bisherigen Ansätze	17
1.2.3. Rahmen zur Analyse von Betriebstypeninnovationen	19
1.2.3.1. Prozeß der Einführung und Fortentwicklung neuer Betriebstypen	19
1.2.3.2. Einflußfaktoren der Entwicklung von Betriebstypen	24
1.2.4. Vorgehensweise	27
1.3. Quellen und Quellenkritik	29
2. Entstehung und Entwicklung des japanischen Supermarktes (1954 - 1973)	33
2.1. Ausgangslage - Die Entwicklungen vor und unmittelbar nach dem Zweiten Weltkrieg	33
2.2. Erste Entwicklungsschritte des Supermarktes (1954 - 1962)	37
2.3. Hochwachstum des Supermarktes (1963 - 1973)	46
3. Einflußfaktoren der Entstehung des japanischen Supermarktes	55
3.1. Unternehmertum und unternehmensinterne Faktoren - Hochmotivierte Unternehmer mit Mission	55
3.2. Absatzmärkte - Neue Bedürfnisse und neue Märkte	65
3.3. Beschaffungsmärkte für Waren - Dominanz der Hersteller	69
3.4. Binnenhandelspolitik - Freiräume für neue Betriebstypen	73
3.5. Konkurrenzsituation auf dem Absatzmarkt - Entspannte Koexistenz	76
3.6. Technische Entwicklungen und ihre Einführung - Das Know-how zum Betrieb von Supermärkten	78
4. Betriebstypenvielfalt 1973 - 1994	81
4.1. Erweiterung des Betriebstypenspektrums (1973 - 1982)	81

4.1.1.	Verkaufsflächenwachstum - Der allgemeine Supermarkt	81
4.1.2.	Einführung - Märkte für Gebrauchswaren	88
4.1.2.1.	Discount-Geschäfte	88
4.1.2.2.	Home-Center	90
4.1.3.	Einführung - Der Convenience-Store	92
4.1.4.	Konkretisierung - Der Lebensmittelsupermarkt	98
4.2.	Wachstum kleinflächiger Betriebstypen (1983 - 1991)	102
4.2.1.	Von der Quantität zur Qualität - Der allgemeine Supermarkt	102
4.2.2.	Umorientierung - Der Lebensmittelsupermarkt	107
4.2.3.	Serviceorientierung - Der Convenience-Store	110
4.2.4.	Wachstum - Das Home-Center	114
4.3.	Neuausrichtung (1991 -)	118
4.3.1.	Polarisierung - Die allgemeinen Supermärkte	119
4.3.2.	Suche nach der optimalen Verkaufsflächengröße - Der Lebensmittelsupermarkt	121
4.3.3.	Hochwachstum - Home-Center und Nichtlebensmittel-Discounter	123
4.3.4.	Differenzierung - Der Convenience-Store	124
5.	Einflußfaktoren der Betriebstypenentwicklung nach 1973	127
5.1.	Binnenhandelspolitik - Das Gesetz für großflächige Geschäfte	127
5.2.	Unternehmer und unternehmensinterne Faktoren - Differenzierung der Etablierten - Etablierung der Neuen	149
5.2.1.	Diversifizierungsstrategien der Betreiber allgemeiner Supermärkte	150
5.2.2.	Verlust der Preisaggressivität durch Unternehmenswachstum?	154
5.2.3.	Unternehmensinterne Probleme der Verbreitung von Discount-Geschäften	156
5.2.4.	Unterschiedliche Zielsetzungen und Konzepte bei der Einführung von Convenience-Stores	158
5.2.5.	Innovationsorientierte vs. wachstumsorientierte Strategien der Betreiber von Lebensmittelsupermärkten	166
5.2.6.	Einführung des Home-Centers durch Branchenfremde	167
5.3.	Wettbewerb - Verschärft oder entschärft?	168
5.3.1.	Konkurrenzbeziehungen allgemeiner Supermärkte	168
5.3.2.	Konkurrenzbeziehungen neuer Betriebstypen	170
5.3.3.	Intensivierung des Wettbewerbs	172
5.4.	Beschaffungsmärkte für Waren - Entspannung und neue Konflikte	173

5.4.1.	Einfluß der vorgelagerten Distributionsstufen auf den Einzelhandel	173
5.4.2	Einfluß des Einzelhandels auf die vorgelagerten Distributionsstufen	175
5.4.3.	Veränderungen in den Handelspraktiken	178
5.5.	Absatzmärkte - Sättigung oder Vielfalt ?	180
5.5.1.	Verändertes Konsumverhalten	180
5.5.2.	Akzeptanz neuer Betriebstypen	184
5.6.	Technische Entwicklung - Computer und Kühlsysteme	188
6.	Innovationstätigkeit und Betriebstypen des japanischen Einzelhandels	195
6.1.	Strukturveränderungen im Überblick	197
6.2	Zyklen in der Entwicklung der Betriebstypen	200
6.3.	Besonderheiten der Betriebstypeninnovation und Betriebstypenfortentwicklung	203
6.4.	Gewichtung der Einflußfaktoren	205
	Literaturverzeichnis	213