

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

Handelsforschung 1994/95

Kooperation im Handel
und mit dem Handel

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

GABLER

Inhaltsverzeichnis

Kooperation als strategische Option

- [^] *Dirk Möhlenbruch und Sylvia Nickel*
Kooperationsstrategien als Element der wettbewerbsstrategischen
Konzeption von Einzelhandelsunternehmungen 3
- Ursula Hansen*
Kundenorientierung durch aktive Beschwerdepolitik im Handel ... 23
- Bruno Tietz*
Kooperation statt Konfrontation - Kontraktmarketing zwischen
Hersteller und Handel 39
- Torsten Tomczak, Stephan Feige und Marcus Schögel*
Zum Management von komparativen Konkurrenzvorteilen im
vertikalen Marketing - Ergebnisse einer empirischen Studie 57

Horizontale Kooperation im Handel

- Joachim Zentes*
Strategische Allianzen: Neuorientierung der kooperativen
Wettbewerbsstrategien im Handel 73
- ^X *Dieter Ahlert und Bodo Krönfeld*
Erfolgsforschung in kooperierenden Handelssystemen - erste
Erkenntnisse einer empirischen Untersuchung 87
- Günter Olesch*
Zum Problem der Mitgliederintegration in Verbundgruppen ... 107
- Burkhard Strobel*
Mitgliederbetreuung als Ansatz eines strategischen Kooperations-
management 119
- Christoph Gustav Pauli und Friedrich Hoffmann*
Zukunftsorientierte Führung von Einzelhandelskooperationen . . . 135

Jörg Glaser
Mitgliederbindung in Verbundgruppen - Möglichkeiten und
Grenzen des Einsatzes von Corporate Identity-Strategien 155

Michael Bienert
Standortplanung in Verbundgruppen des Einzelhandels -
Theoriegrundlagen und Ergebnisse einer empirischen
Untersuchung 167

Beiträge außerhalb des Schwerpunktthemas

Heribert Meffert und Christoph Burmann
Der Einsatz von Marktreaktionsmodellen zur Bestimmung der
optimalen Personal- und Flächenallokation im Einzelhandel 185

Ernst-Bernd Blümle und Rafael Halm
Die Internationalisierung schweizerischer Einzelhandelsunterneh-
mungen (EHU) - Ergebnisse einer empirischen Untersuchung 203

Klaus Barth und Antje Helpup
Die Relevanz des Lean-Management-Ansatzes für Handels-
unternehmungen. 223

Jürgen Keßler
Informationsökonomische und wettbewerbsrechtliche Aspekte
der Verwendung von Umweltkennzeichen im Einzelhandel 241

Andreas Covi und Hubert F. Marschner
Internationale Handelsforschung in Europa. 255

Literaturdienst

Autorenteam TU und FfH Berlin:
Literaturdienst zur Handelsforschung 1994. 273

Autorenverzeichnis. 293