

Günter Olesch

DIE KOOPERATIONEN DES HANDELS

THESEN ZUR SITUATION
UND
ENTWICKLUNG DER
VERBUNDGRUPPEN

Inhalt

Seite

I.	Vorbemerkung	
1.	Die Methode	7
2.	Das Problem der Klassifizierung	8
II.	Die Entwicklung der Verbundgruppen seit dem 2. Weltkrieg	
1.	Die Marketingorientierung	11
2.	Die Kooperationsgründungen	12
III.	Die Situation der Kooperationen in ausgewählten Tätigkeitsbereichen	
1.	Die Zentralregulierung	17
2.	Die Lagerhaltung	20
3.	Die Informations- und Kommunikationspolitik	22
4.	Die Organisationsverhältnisse	23
5.	Die interkooperative Zusammenarbeit	28
6.	Die internationale Zusammenarbeit	30
7.	Die Filialisierungspolitik	32
IV.	Die künftige Entwicklung der Verbundgruppen	
1.	Die Verbundgruppengröße und -bedeutung	35
2.	Die Verselbständigung der Gruppenzentralen	40
3.	Die Mitgliederpolitik	43
4.	Die Kooperationen des Großhandels	44
V.	Die „Umfeldebeflüsse“ auf das Kooperationsgeschehen	
1.	Die Konzentration und Kooperation	47
2.	Die Absatzpolitik der Hersteller	48
3.	Die Internationalisierung	51
4.	Der Rechtsrahmen	54