

Volker Trommsdorff (Hrsg.)

Handelsforschung 1999/00

Verhalten im Handel und
gegenüber dem Handel

Jahrbuch der FfH Berlin - Institut für
Markt- und Wirtschaftsforschung GmbH



Inhaltsverzeichnis

Helmut Bunge

Siebzig Jahre Forschungsstelle für den Handel.....1

Strategisches Verhalten im Handel

Armin Töpfer

Der Einsatz der Balanced Score Card im Handel.....13

Hubert F. Marschner

Ein integriertes Modell zur Erklärung des strategischen
Internationalisierungsverhaltens von Einzelhandelssystemen (SIVEHS).....35

Siegrid Bekmeier—Feuerhahn und Heiner Spieker

Der Handel im Spannungsfeld zwischen Erlebnis- und Umweltorientierung -
Implikationen einer empirischen Studie.....59

Heike Schinnenburg und Dirk Funck

Ökologische Personalentwicklung im Handel - Eine verhaltenstheoretische Analyse...81

Zufriedenheit und Kundenbindung

Heribert Meffert und Thomas Schwetje

Der Einfluß der Mitarbeiterzufriedenheit auf die Kundenzufriedenheit im Handel -
Eine theoretische und empirische Analyse am Beispiel des Warenhauses.....109

Thomas Rudolph und Marc Schmickler

Ansatzpunkte zur Steigerung der Leistungsqualität am Point of Sales -
Ergebnisse einer empirischen Studie zur Wahrnehmung der Leistungsqualität in
SB-Warenhäusern.....141

Hermann Diller und Thomas Goerd

Einflußfaktoren der Kundenbindung im Lebensmitteleinzelhandel -
Ergebnisse von Panelanalysen für Güter des täglichen Bedarfs.....163

Peter Schnedlitz, Herbert Kotzab und Cordula Cerha

Betriebstypenspezifische Einkaufsstättenwahl und Nahversorgungsproblematik -
Ergebnisse empirischer Studien.....195

Vertikales Verhalten

Hans-Otto Schenk

Das Vier-Märkte-Konstrukt als verhaltenstheoretischer Erklärungsansatz der
Machtkonstellationen des Handels.....215

Heribert Gierl, Roland Helm und Axel Puhlmann

Strategien der Hersteller zur Motivation des Handels - Eine kausalanalytische
Untersuchung der zwischenbetrieblichen Zusammenarbeit im
Konsumgüterbereich.....233

Alexander Decker

Das Qualitative Franchisenehmer-Zufriedenheits-Modell (QFZM) - Eine
theoretische und empirische Betrachtung dargestellt am Beispiel eines Franchise-
Systems in der Tourismusindustrie.....253

Dirk Möhlenbruch und Bernd Kotschi

Die Verkaufsförderung als Kooperationsbereich zwischen Industrie und Handel.....275

Handelstechnologie und Verhalten

Matthias Meyer

Efficient ConsumerResponse -Eine kritische Betrachtung.....297

Michael Lingenfelder und Hagen Fisbeck %

Gestaltung individueller Informationsdienstleistungen im Internet.....315

Hermann Freter und Henrik Dreier

Electronic Commerce für neue PKW.....343

Karen Gedenk und Christian Böge

Kommunikation durch POS-TV.....365

Literaturdienst

Autorenteam der TU Berlin

Literaturdienst zur Handelsforschung 1999/2000.....385

Autorenverzeichnis.....407