

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

Handelsforschung 1997/98

Kundenorientierung im Handel

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

GABLER

Inhaltsverzeichnis

Kundenorientierung — Übersichtsbeiträge

Klaus Barth und Michaela Stoffl

Hat das Marketing im Handel versagt? Die Kundenorientierung als Ansatz einer Neubesinnung..... 3

Hans-Otto Schenk

Ansatzstellen der Kundenorientierung im Einzelhandel und ihre Implikationen.....21

Kundenorientierung — Spezifische Ansätze

Manfred Bruhn

Kundenorientierung im Handel durch professionelles Qualitätsmanagement - das Fallbeispiel Migros..... 47

Günther Haedrich, Adolpho Hoffmann-Linhard und Marco Olavarria

Zielgruppenorientierte Kundenbindungsstrategien im Lebensmitteleinzelhandel - Ergebnisse einer empirischen Untersuchung.....71

Hubert F. Marschner

IBIHS — Ein modulares Such- und Entscheidungsmodell zur Handhabung internationaler Handelsbarrieren im Rahmen internationaler Kundenorientierung 93

Dirk Möhlenbruch

Kundenorientierung durch Category Management — Kritische Analyse eines Kooperationsmodells zwischen Industrie und Handel.....113

Marco Schmäh

Integrative Wertschöpfungsprozesse als Umsetzung einer zunehmenden Kundenorientierung im Technischen Handel.....135

Hendrik Schröder und Ingo Tenberg

Zufriedenheit interner Kunden in mehrstufigen Handelssystemen.....155

Armin Töpfer und Petra Beck

Die Umsetzung einer Customer-Focus-Strategie in vertraglichen Vertriebssystemen.....179

Marketingstrategische Analysen

Martin Benkenstein und Antje Bastian

Ansätze zur Profilierung von Einkaufszentren - Konzeptionelle Grundlagen
und empirische Analysen.....209

Harald Greiner

Standortbewertung im Einzelhandel — Organisation und Durchführung der
Standortselektion am Beispiel der REWE-Gruppe.....233

Roland Mattmüller

Strategische Geschäftsfelder für Handelsbetriebe: Ein systemspezifischer
Segmentierungsansatz.....255

Gerhard Meyer und Jörn-Axel Meyer

Vom traditionellen Betriebsvergleich zum Benchmarking — Chancen und
Grenzen im mittelständischen Fachhandel.....275

Kundenverhalten

Franz-Rudolf Esch und Eva Thelen

Ein konzeptionelles Modell zum Suchverhalten von Kunden in
Einzelhandelsunternehmen.....297

Bernhard Swoboda

Auswirkungen der Ladenwahrnehmung auf Kaufverhalten und
Einkaufszufriedenheit — Ergebnisse einer situativen Analyse.....315

Informationssysteme

Jörg Becker und Reinhard Schütte

Handelsinformationssysteme — intra- und interorganisationale Aspekte.....343

Hans Robert Hansen und Christian Marent

Referenzmodellierung warenwirtschaftlicher Geschäftsprozesse in
Handelssystemen.....371

Online-Medien

Claudia Fantapie Altobelli und Susanne Fittkau

Formen und Erfolgsfaktoren der Online-Distribution.....397

Dietmar Geppert und Stefan Müller

Interaktive Medien als Kommunikations- und Distributionskanal für Güter und Dienstleistungen: Die Akzeptanz bei Handel und Herstellern..... 417

Konzentration

Rainer Olbrich

Evaluation von Konzentrationsprozessen im Konsumgüterhandel — Ein Meßinstrumentarium zur Identifizierung von Austausch- und Verkrustungsprozessen in der Spitzengruppe von hochkonzentrierten Märkten 441

Literaturdienst

Autorenteam der TU Berlin

Literaturdienst zur Handelsforschung 1997/98..... 467

Autorenverzeichnis..... 489