

Volker Trommsdorff (Hrsg.)

Handelsforschung 2000/2001

Kooperations- und Wettbewerbsverhalten
des Handels

Jahrbuch der FfH – Institut für
Markt- und Wirtschaftsforschung GmbH

Technische Universität Darmstadt
Fachbereich 1
Betriebswirtschaftliche Bibliothek
Inventar-Nr.: 52.802
Abstell-Nr.: A 4 / 228
.....
.....
00 331975

INHALTSVERZEICHNIS

Vertikale Kooperationen zwischen Herstellern und Handel

Roland Mattmüller und Ralph Tunder (Kursiv)

Ein neues Selbstverständnis der Hersteller gegenüber dem Handel – Theoretische Hintergründe und Umsetzungsalternativen.....3

Dirk Morschett und Joachim Zentes

Direktvertrieb von Konsumgüterherstellern im Spannungsfeld von Wettbewerb und Kooperation entlang der Wertschöpfungskette27

Torsten Tomczak und Marcus Schögel

Alternative Vertriebswege als neue Optionen für das Distributionsmanagement – Ergebnisse einer empirischen Studie in der deutschen Lebensmittelbranche.....51

Christian J. Jensen und Armin Töpfer

Automobilvertrieb im Zeitalter des Internet: Implikationen für den Wettbewerb und die Hersteller-Händler-Zusammenarbeit.....79

Andreas Unterreitmeier und Nikolaus Franke

Das Herstellerimage im Handel – Ergebnisse einer Replikation im Teppicheinzelhandel99

Horizontale Kooperationen zwischen Handelsunternehmen

Hermann Freter, Sonja Rethagen und Carsten Baumgarth

Imageprofilierung eines Einzelhandelsgeschäfts durch ein Verbundgruppenkonzept – Analyse am Beispiel der Verbundgruppe Intersport123

Peter Schnedlitz und Andreas Nezella

Pharmagroßhandel zwischen Kooperation und Wettbewerb139

Auswirkungen von Kooperationen auf den Wettbewerb

Jürgen Keßler und Ipek Ölcüm

Einkaufskooperationen im Handel im Lichte des neuen Kartellrechts 163

Hans-Otto Schenk

Die Wettbewerbsbesonderheiten des Handels und der Handelskooperationen 173

Günter Heinritz

Probleme mit dem Einzelhandel in Mittelzentren –

Erfahrung aus Gutachtertätigkeit..... 199

Informationsmanagement von Handelsunternehmen – autonom und kooperativ

Michael Korpiun und Michael Kohl

Supply Chain Management und Efficient Consumer Response als

Herausforderung für ein effektives und effizientes Projektmanagement 217

Klaus Barth, Anadreas Rühl und Stefan Steinicke

Knowledge Discovery in Databases (KDD) als ein Instrument zur Messung

soziodemografischer Einflussgrößen auf den Sortimentserfolg..... 239

Rainer Olbrich, Dirk Battenfeld und Martin Grünblatt

Methodische Grundlagen und praktische Probleme der

Scanningdatenforschung 263

Hubert Marschner

Wissenserwerb und Vertrauen in internationalen Handelskooperationen 283

Handel und Internet

Dirk Ducar

Technologie – Kultur – Raum: Der Einzelhandel im Internet 305

Thomas C. Rudolph, Jörg Finsterwalder und Sebastian Busch

Dienstleister Internet – empirische Ergebnisse des Internetnutzungsverhaltens
in der Schweiz325

Beiträge außerhalb des Themenschwerpunkts

Isabel Lausberg und Hendrik Schröder

Betriebsformenwettbewerb im Bekleidungseinzelhandel – Factory Outlet
Center im Nutzenvergleich.....347

Birgit Feldbauer

Handels-Controlling.....369

Michaela Hartmann

Preismanagement im Bekleidungseinzelhandel391

Günter Schweiger, Peter Koppe und Barbara Nährer

Lifestyle und Einkaufsstättenwahl von Konsumentinnen in Österreich,
USA und Japan415

Literaturdienst

Literaturdienst zur Handelsforschung 2000/2001437

Autorenverzeichnis455