

Prof. Rainer Kirchdörfer
Dr. Daniel C. Schmid (Hrsg.)

Der europäische Facheinzelhandel – Herausforderungen und Perspektiven

Festschrift für Hans Strothoff zum 60. Geburtstag



Nomos

Inhaltsverzeichnis

A. Entwicklungstendenzen im europäischen Einzelhandel

<i>Friedrich von Metzler</i> Der ehrbare Kaufmann – antiquiertes Modell oder zeitloses Ideal?	15
<i>Susanne Eichholz/Christian Lerch</i> Entwicklung des Einzelhandels in Europa	27
<i>Klaus Peter Teipel</i> Strukturwandel im deutschen Einzelhandel	43
<i>Dirk-Uwe Klaas</i> Entwicklungstendenzen im europäischen Einzelhandel – Überlegungen zur Vertikalisierung von Industrie und Handel unter besonderer Berücksichtigung der Möbelwirtschaft	63
<i>Kai Hudetz</i> Multi-Channel-Effekte im Einzelhandel – Empirische Ergebnisse und Konsequenzen für das Handelsmanagement	81
<i>Ludwig Veltmann</i> Internationalisierung – Möglichkeiten und Herausforderungen für Verbundgruppen	93
<i>Gerald Böse</i> Die Bedeutung von Messen für den Einkauf im Facheinzelhandel in der Möbel- und Küchenmöbelbranche – Status quo und Zukunftsperspektiven	105

B. Handelsmarketing/Betriebs- und Vertriebstypen

<i>Josef Sanktjohanser</i> Der Handel als Marke – Retail Branding am Beispiel der REWE Supermärkte	127
--	-----

<i>Regine Kalka</i> Die Messung der Markenstärke im Einzelhandel	145
<i>Daniel C. Schmid</i> Kundenzufriedenheitsmanagement im Handel	169
<i>Jürgen Maximow</i> Kundenzentriertes Wachstum durch „Customer Value Management“	193
<i>Sebastian Deppe</i> Erfolgsfaktoren im Handel	207
<i>Julia Rink/Daniel C. Schmid/Thomas Otter</i> Aktives Beschwerdemanagement im Handel – Bestandteile und Implikationen für die Einführung	221
<i>Reinhard Chr. Zinkann</i> Erfolgsfaktor „Premium“	247
<i>Werner Heilos/Julia Rink</i> Die Bedeutung von Handelsmarken und deren Anforderungen an das Marketing am Beispiel der Küchenbranche	267
<i>Michelle Gutting/Daniel C. Schmid</i> Verkaufsförderung im Handel – Konzepte, Instrumente und Wirkungsweisen	283
<i>Frank Hüther</i> Eventmarketing im Handel	297
<i>Thomas Grothkopp</i> Erlebnisstrategien im Handel	313
<i>Martin Natter</i> Preispolitik im Handel	331
<i>Friedemann Stöckle</i> Relevanz der Marktinformationen – insbesondere Handelspanelinformationen – für langlebige Gebrauchsgüter im Handel	351

<i>Bernd Skiera</i>	
Erfolgsstrategien für den Online-Handel: Empfehlungen für das Suchmaschinenmarketing	367
<i>Uwe Rosmanith/Lars Rosmanith</i>	
Erfolgreiche Kommunikation von Unternehmen, Marken und Personen	381
<i>Markus Preißner</i>	
Effektive Gebührengestaltung in Franchisesystemen	397
C. Unternehmensführung/Finanzierung/Recht	
<i>Sven Buchschatz</i>	
Risikomanagement in mittelständischen Handelsunternehmen	419
<i>Leo N. J. van der Velde</i>	
Systemansatz für das Supply-Chain-Design	437
<i>Frank Straub</i>	
Strategische Unternehmensführung – Erfahrungen aus der Praxis	461
<i>Eric Frère</i>	
Herausforderungen im Finanz- und Kreditmanagement für mittelständische Unternehmen	469
<i>Rainer Kirchdörfer</i>	
Einbindung von Stiftungen in die Vermögens- und Unternehmensnachfolge vor dem Hintergrund des neuen Erbschaftsteuerrechts	485
<i>Günter Scheipermeier</i>	
Ausgewählte Ansprüche des Verbrauchers gegen den Möbeleinzelhändler bei Sachmängeln des erworbenen Möbelstücks unter besonderer Berücksichtigung des europäischen Verbraucherprivatrechts	511
Autorenverzeichnis	567