

---

Joachim Zentes · Bernhard Swoboda ·  
Dirk Morschett · Hanna Schramm-Klein  
Herausgeber

# Handbuch Handel

Strategien – Perspektiven – Internationaler  
Wettbewerb

2., vollständig überarbeitete Auflage

 Springer Gabler

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>Autorenverzeichnis</b> .....	XIII
<b>1 Herausforderungen des Handelsmanagements</b> .....	1
Joachim Zentes, Bernhard Swoboda, Dirk Morschett und Hanna Schramm-Klein	
<b>Teil I Strategien im Handel</b>	
<b>2 Formatdiversifikation: Strategien und Erfolgswirkung</b> .....	21
Timo Sohl und Thomas Rudolph	
<b>3 Internationale Expansion von Handelsunternehmen</b> .....	37
Bernhard Swoboda	
<b>4 Internationale Marktbearbeitung</b> .....	63
Michael Lingenfelder und Henrike Düerkop	
<b>5 Vertikale Integration</b> .....	89
Joachim Zentes	
<b>6 Kooperationen im Handel (Verbundgruppen)</b> .....	103
Lothar Müller-Hagedorn und Ludwig Veltmann	
<b>7 Wachstum durch Filialisierung im Einzelhandel</b> .....	127
Dirk Möhlenbruch	
<b>8 Franchising – vier Erfolgsmerkmale eines Unternehmensnetzwerkes</b> .....	151
Torben Leif Brodersen	
<b>9 Wachstum durch Mergers und Acquisitions</b> .....	169
Günter Müller-Stewens und Johanna Spanninger	

<b>10</b>	<b>Neuorientierung von Wettbewerbsstrategien im Handel</b> . . . . .	189
	Bernhard Swoboda	

## Teil II Betriebs- und Vertriebstypen

<b>11</b>	<b>Betriebstypen des Handel – Begrifflichkeiten, Typologisierung und Entwicklungslinien</b> . . . . .	215
	Ernst Gittenberger und Christoph Teller	
<b>12</b>	<b>Vollsortimentsstrategien im Lebensmitteleinzelhandel – Entwicklung und Perspektiven in einem Discountumfeld</b> . . . . .	243
	Rainer P. Lademann	
<b>13</b>	<b>Dynamik im Handel: Vom Fachgeschäft zum Fachmarkt</b> . . . . .	259
	Peter Schnedlitz, Nicole Rychly und Eva Lienbacher	
<b>14</b>	<b>Food-Discounter</b> . . . . .	277
	Tanju Aygün	
<b>15</b>	<b>Non-Food-Discounter in Deutschland</b> . . . . .	291
	Joachim Hurth	
<b>16</b>	<b>Kauf- und Warenhäuser – Historie, Status quo und künftige Entwicklungen</b>	309
	Marko Schwertfeger, Alexander Lejschnig und Margit Enke	
<b>17</b>	<b>Shopping-Center</b> . . . . .	329
	Claas Christian Germelmann und Pablo Neder	
<b>18</b>	<b>Factory Outlet Center in Deutschland und Europa</b> . . . . .	351
	Joachim Will	
<b>19</b>	<b>Distanzhandel – Online-Shops u.ä. Formen</b> . . . . .	375
	Dirk Morschett	
<b>20</b>	<b>Convenience Stores</b> . . . . .	399
	Sabine Möller	
<b>21</b>	<b>Multi Channel Retailing – Erscheinungsformen und Erfolgsfaktoren</b> . . . . .	419
	Hanna Schramm-Klein	

## Teil III Handelsmarketing

<b>22</b>	<b>Retail Branding – Strategischer Rahmen für das Handelsmarketing</b> . . . . .	441
	Dirk Morschett	

---

<b>23</b>	<b>Customer Relationship Management</b> .....	463
	Maik Eisenbeiß und Alexander Bleier	
<b>24</b>	<b>Standortpolitik im Handel</b> .....	487
	Hanna Schramm-Klein	
<b>25</b>	<b>Sortimentspolitik</b> .....	507
	Stephan Zielke	
<b>26</b>	<b>Category Management</b> .....	527
	Hendrik Schröder	
<b>27</b>	<b>Handelsmarken – Erscheinungsformen, Potenziale und strategische Stoßrichtungen</b> .....	543
	Manfred Bruhn	
<b>28</b>	<b>Preisstrukturpolitik im Lebensmitteleinzelhandel</b> .....	565
	Martin Fassnacht, Eva Köttschau und Stefanie Wriedt	
<b>29</b>	<b>Preisorientierte Aktionspolitik</b> .....	585
	Udo Wagner, Jutatip Jamsawang und Friedrich Seher	
<b>30</b>	<b>Methoden der Preisbildung</b> .....	609
	Peter Kenning und Tim Eberhardt	
<b>31</b>	<b>Ladengestaltung: Wie man emotionale PoS-Welten inszeniert</b> .....	631
	Hans-Georg Häusel	
<b>32</b>	<b>Point-of-Sale-Marketing</b> .....	645
	Andrea Gröppel-Klein	
<b>33</b>	<b>Klassische Werbung – Strategien und Instrumente</b> .....	671
	Thomas Foscht und Marion Brandstätter	
<b>34</b>	<b>Neue Formen der Handelswerbung</b> .....	695
	Gianfranco Walsh, Patrick Hille, David Dose und Simon Brach	
<b>35</b>	<b>Servicepolitik im Handel</b> .....	719
	Anton Meyer und Silke Bartsch	

#### **Teil IV Beschaffung und Supply Chain Management**

<b>36</b>	<b>Beschaffungsmanagement und Wertschöpfungsarchitekturen</b> .....	735
	Joachim Zentes	

---

<b>37</b>	<b>Internationale Beschaffung</b> . . . . .	<b>747</b>
	Eva Thelen und Günther Botschen	
<b>38</b>	<b>Elektronische Beschaffung</b> . . . . .	<b>767</b>
	Jörg Pretzel	
<b>39</b>	<b>Lieferantenmanagement</b> . . . . .	<b>781</b>
	Waldemar Toporowski, Stephan Zielke und Julian Kellner	
<b>40</b>	<b>Beschaffungs- und Distributionslogistik in einer volatilen Welt</b> . . . . .	<b>801</b>
	Frank Straube, Stefan Doch, Klara Köhne und Sara Merker	
<b>41</b>	<b>Supply Chain Management und Warenwirtschaftssysteme</b> . . . . .	<b>815</b>
	Joachim Zentes und Hanna Schramm-Klein	
 <b>Teil V Unternehmensführung</b>		
<b>42</b>	<b>Primär- und Sekundärorganisation im Handel</b> . . . . .	<b>833</b>
	Roland Mattmüller und Ralph Tunder	
<b>43</b>	<b>Human Resource Management im Handel</b> . . . . .	<b>847</b>
	Andreas Kaapke	
<b>44</b>	<b>Handelscontrolling</b> . . . . .	<b>867</b>
	Jörg Becker, Justus Holler und Johannes Püster	
<b>45</b>	<b>Finanzcontrolling im Handel</b> . . . . .	<b>879</b>
	Gerd Bovensiepen, Vera Böttinger und Florian Kammerer	
	<b>Sachverzeichnis</b> . . . . .	<b>897</b>