

Handelsmanagement

von

Prof. Dr. Joachim Zentes, Prof. Dr. Bernhard Swoboda, Prof. Dr. Thomas Foscht

3., neu bearbeitete Auflage

Handelsmanagement – Zentes / Swoboda / Foscht

schnell und portofrei erhältlich bei beck-shop.de DIE FACHBUCHHANDLUNG

Thematische Gliederung:

Marketing, Handelsmanagement – Marketing, Medien und Handel – Marketing, Medien und Handel

Verlag Franz Vahlen München 2012

Verlag Franz Vahlen im Internet:

www.vahlen.de

ISBN 978 3 8006 4265 6

Stichwortverzeichnis

4 r-Konzept 588

7. Kartellnovelle 18

A

A-Artikel 484

ABC-Analyse 830

Ab-Hof-Verkauf 364

Abholkonzept 591

Ablauforganisation 719

Abnehmerdimension 293

Abrechnungsmodalitäten 277

Abrechnungsprozessmodell 670

Absatzlogistik 624

Absatzgebiet 202

Absatzmengeneffekte 496

Absatzorientierung 394

Absatzreichweite 14

Absatzschwankungen

monatliche 480

saisonale 480

tägliche 480

wöchentliche 480

Abschlagsspanne 830

Absentee Owner 195

Abstimmung

formale 519

inhaltliche 519

zeitliche 519

Abteilungs-Franchising 10, 193

Abwehrstrategien 205

Access-and-Legitimacy-Ansatz 778

Activity-Based-Costing 818

Adaption 139

vollständige 232

Additive Bundles 494

Adjustments 224

Administrationeffiziente 592

AFTA 16

After-Sales-Phase 561

Agglomeration 395

Agility 709

Airport Shopping 370

Agreement on Trade-Related Aspects
of Intellectual Property Rights *Siehe*

TRIPS

Agreement on Trade-Related Aspects
of Investment Measures *Siehe*

TRIMS

Akquisition 176

aktive 204

-sablauf 204

-srichtung 205

-sverbund 426

Aktive Interaktion 649

Aktivisten-Kreise 259

akustische Kommunikation 547

Alleinversorger 345

Alleinvertrieb 267

Alles unter einem Dach 335

Allgemein-Beduftung 548

Allianzen

europäische 263

strategische 245, 246

Allianz-Portfolios 261

Allied groups 248

Altersstruktur 30

Alterungsprozess 33

Ambiente 545

Analyse

horizontale 807

länderübergreifende 219

vertikale 807

Analyzer-Strategie 104

Angebotsentwicklung 290

Ankerpreis 481

Annäherung 314

Anpassungslernen 754

Anpassungsstrategie 105, 111

Anpassungstheorien 322

Anreiz-Beitrags-Theorie 71

Ansatz 65

deskriptiver 218

normativer 218

situativer 248

teleologischer 311

Anthroposophie 838

Arbeitsgruppen

teilautonome 741

Arbeitsintegriertes Lernen 842

Arbeitslosenquote 36
 Arbeitslosigkeit 31, 33
 Arbitragepotenzial 15
 Area Analysis 396
 Arenaprinzip 530
 Art
 des Inkasso 332
 des Warenübergangs 332
 Artikel 414
 -gleichgewicht 417
 -planung 432
 -platzierung 535
 artikelorientierte Prinzipien *Siehe*
 Kommissionierung
 Aspekte
 evolutionstheoretische 248
 machtstheoretische 248
 marktstheoretische 248
 Assimilierungsprozess 429
 Atmosphärische Ladengestaltung 540
 Attraktivität der Branche 106
 Auditoren 76
 Audit-Ziele 827
 Aufbauorganisation 719
 Aufbauphase 183, 195
 eines Filialsystems 185
 Aufgaben
 kundenabhängige 748
 kundenunabhängige 748
 Aufgaben
 -analyse 725, 747
 -synthese 725, 747
 Aufschlagsspanne 830
 Aufwertung 314
 Auktionen 487
 mobile 519
 Ausgabenintensität 436
 Auslandsfranchising
 indirektes 193
 Auslistung 676
 -sentscheidungen 426
 Ausschließlichkeitsvertrag 267
 Ausschüsse 741
 Außen(groß)handel 324
 Außenhandelsbetriebe 5
 Außenwerbung 508
 Gestaltung des 539
 Außer-Haus-Verzehr 365
 Ausstrahlungseffekte 833
 Austritte 223

Ausweichstrategien 105
 Ausweisfunktion 568
 Autokunden 338, 339
 -orientierung 356
 Automaten
 -handel 346
 -läden 346
 Automatic Replenishment 349
 Autonome Leistungserstellung 169
 Autopoiesetheorie 718

B

B2B-Handel 3
 Bahnhof-Shopping 362
 Balanced Scorecard 815
 Barcode-Systeme 612
 Barter 1
 Bauernmärkte 364
 Baunutzungsverordnung 20
 Bauvorschriften 399
 Bedarfs
 -analyse 601
 -bereiche 430
 -deckungsquote 435
 -ermittlung 601
 -prognose 601
 -verbund 425
 Bedienungsprinzip 332
 Bedingungen
 makroökonomische 227
 Bedürfnispyramide 792
 Bedürfnisse 293
 Befragungen 810
 Being cooperative 249, 273
 Being International 233
 Beleuchtung 545
 Belieferungsform 623
 Belieferungspolitik 324
 Belohnungssystem 773
 Benchmarking 198, 665, 709, 814
 Beobachtung 809
 Beratungsfläche 528
 Berechnungsmodus 561
 Beschaffung 470
 abverkaufssynchrone 623
 internationale 210
 Beschaffungs
 -bedingungen 367
 -konkurrenz 157

- logistik 620
- reichweite 14
- Beschilderung
 - digitale 546
- Beschwerde 576
 - foren 577
 - management 574
 - reaktion 576
- Beseitigungskanäle 628
- Best Practice 815
- Bestandsführung
 - artikelgenaue 672
- Bestands
 - management 593
 - managementsystem 595
 - verantwortung 605
- Bestellmenge
 - optimale 601
- Bestellmengenformel
 - klassische 602
- Bestell
 - mengenzusammenfassung 596
 - punktverfahren 601
 - rhythmusverfahren 601
- Bestlösungen 815
- Betätigungsform 224
- Betriebs
 - form 1
 - Franchising 10, 193
 - größe 332, 724
 - phase 183, 185, 197
- Betriebstypen 1, 323, 724
 - der Handelsvermittlung 330
 - des Einzelhandels 332
 - des Großhandels 323
 - für die Auslandsexpansion 234
- Betriebstypen
 - abhängigkeit 386
 - größe 182
 - lebenszyklus 313
 - Lebenszyklusmodelle 298
 - organisation 731
 - portfolio 299
 - profilierung 121
- Betriebsvergleich 806
- Bevölkerungsrückgang 30
- Beziehungsmanagement 509
- Bietverfahren 681
- Bindungsgrad 277
- Binnen(groß)handel 324

- Binnenhandelspolitik 5
- Binnenmarkt 14
- Biometrische Verfahren 612
- Blended-Learning 772
- Blickregistrierung 537
- BMI 605
- Bottom-up-Planung 282
- Boutique 335
- Branchen 13, 231, 724
 - differenzierung 227
 - merkmale 274
 - spezifische Unterschiede 212
 - spezifität 386
 - wettbewerb 13
- Break-bulk 621
- Brownfield Investments 396
- Brückenkopfmarkt 241
- Brutto-Nutzen-Ziffer 831
- Bruttorentabilität 831
- Bullwhip effect 708
- Business Intelligence 688
- Business-Intelligence-Prozessebene
 - 670
- Business-Process-Reengineering 721, 803
- Business-to-Business 3
- Business-to-Consumer 3
- Buying groups 248, 348

C

- C-Artikel 658
- Capital assets 707
- Cash & Carry-Großhandel 327
- Cash Flow-Gleichgewicht 295
- Cash-Cows 296
- Category 414, 416
 - Definitionsprozess 440
- Category Management 172, 272, 439, 587
 - Organisation 742
 - Prozess 441
- Category
 - Migration 437
 - Rolle 441
 - Strategien 441
 - Team 443
- Center Management 356, 360
- Chamberlin-Preisanpasser 485
- Chancen-Risiken-Analyse 294

- Chanel 305
- Change Agents 740
- Cherry Picking Behavior 410
- CHINA-ASEAN-Freihandelszone 17
- Chipkarten 612
- City-Logistik 621, 644
- Click & collect 145, 625
- Clickstream-Analysen 62
- Closure 224
- Club-, Event-, Fun-, Fan-, Tourist-Shopping 363
- CMI 605
- Codes of Conduct 73
- Cognitive Maps 531
- Commodities 658
- Company-managed-Stores 701
- Competence-based-Ansätze 318
- Competitive advantages 101
- Competitive strategies 101
- Compliance 73
- Composite Bundle Pricing 494
- Computer-aided-design-Systeme 708
- Computer-Computer-Interaction 412
- Concession-Shops 10
- Conduct 68
- Consolidation 621
- Consumer Catering 365
- Consumer Confusion 422
- Containerverkehr 637
- Continuous
 - Improvement 819
 - Replenishment 597, 602
- Contract
 - Buying 662
 - Manufacturer 469
 - Manufacturing 648, 650, 662
- Controlled Distribution 7, 9, 620
- Controlling 282, 711, 796
 - der Kundenzufriedenheit 811
 - dezentrales 803
 - erlösorientiertes 807
 - kostenorientiertes 805
 - kundenorientiertes 808
 - operatives 797
 - prozessorientiertes 803
 - strategisches 797
- Controllingansätze
 - klassische 804
 - neuere 804
- Controlling
 - aufgaben 800
 - instrumente 804
 - konzepte 805
 - organisation 802
 - system 800
- Convenience
 - Orientierung 43, 338
 - Produkte 124
 - Shopping 55
 - Store 341
- Converged retailing 53
- Cooperative
 - being 249, 273
 - going 249, 273
- Corporate
 - Behaviour 73
 - Brand 73, 453
 - Branding 454
 - Brands 451
 - Citizenship 74
 - Communications 73
 - Design 73
 - Governance 74
 - Identity 72
 - Social Performance 74
 - Social Responsibility 45, 509
 - Strategies 101
 - Universities 771
- Corporate-Governance-Grundsätze 308
- Countervailing Power 320
- Coupon
 - elektronischer 574
 - mobiler 519
- Couponing 514
- Cournot-Preispasser 485
- CPFR 606
- Creative Consumers 44
- Cross-Docking 632
 - Center 306
 - Systeme 41
- Crowdsourcing 143
- C-Stores 342
- Customer
 - Experience 378–380, 381
 - Experience Management 379
 - Lifetime Value 384, 812
 - Relationship Management 141, 168, 379, 587, 594, 661
- Customization 44

D

Dachmarkenstrategie 451
 Data Mining 693
 Data Warehouse 689, 690
 Database-Marketing 509, 571
 Datenbanken 689, 693
 Dauerniedrig
 -preise 471
 -preispolitik 497, 581
 -preisstrategie 477
 Defender-Strategie 103
 Defizitbedürfnisse 793
 Dekoration 546
 Delegation 757
 Deliberate strategies 98
 Demand
 & Supply Chain Management 587, 593
 Creation 593
 Management 597
 Supply 593
 Deregulierung 12
 Design-on-demand-retailing 703
 Desinvestition 223
 Desktop-Purchasing-Systeme 166
 Determinanten
 unternehmensexterne 234, 415
 unternehmensinterne 414
 Dezentralisation 742
 Dialektischer Ansatz 319
 Dienstleistungsangebot 129
 Dienstleistungsmentalität 162
 Differenzierung 75, 279
 Differenzierungen
 -funktion 560
 -potenzial 640
 -strategie 102
 Direct Marketing 509, 572
 Direct Selling 348
 Direct Store Delivery 630
 Director of Franchising 198
 Director of Real Estate Operations 198
 Director of Training 198
 Direkte Kommunikation 509
 Direkter Kontakt 355
 Direktes Auslandsfranchising 193
 Direktimport 650
 Direktinvestitionen 14

Direktvertrieb 347
 Discounter 340
 Discountstrategie 109
 Discrimination-and-Fairness-Ansatz 779
 Disintermediation 331
 Diskontinuitäten 56
 Dispositions
 -fähigkeit 324
 -prozessmodell 670
 Distanzhandel 625
 Distanzüberwindung 332
 Distribution
 Rationalisierung der 595
 -sorgane 348
 Diversifikation 202, 290, 292
 Grad der 724
 horizontale 290
 laterale 290
 vertikale 290
 Diversity Management 778
 Divestment 224
 Division 729
 Divisionalisierung 802
 Dominanztypen 277
 Door-to-Door-Versorgung 636
 Doppelstrategie 193
 Down-stream-Vermittlung 330
 DPP 831
 DPR 831
 Draufgabe 498
 Dreingabe 498
 Drogeriemarkt 342
 Drugstore 342
 Due-Diligence-Verfahren 207
 DuPont-Kennzahlensystem 818
 Durchdringung 292
 Durchschnittsbestand 600
 Durchsetzbarkeit 800
 Durchsetzungsmechanismen
 kontraktuelle 279
 soziale 279
 Duty-free-Handel 363
 Dynamische Netzwerke 742

E

EANCOM 616
 E-B2B-Handel 4
 Ebene

- dispositive 593
- logistische 593
- E-Business 39, 412, 655
 - Plattformen 654
- Echtzeit-Pricing 473
- Eckartikel 484, 694
- E-Commerce 3, 4, 39, 351, 412
- Economic-Value-Added-Konzept 822
- ECR 595
- E-Cruiting 769
- EDIFACT 615, 616, 655
- Effektivität 758, 824
- Efficient Consumer Response *Siehe* ECR
- Effizienz 824
 - Dimension 820
 - potenziale 120
 - ökonomische 766
 - soziale 766
- EG-Gruppenfreistellungsverordnungen 19
- Egoistisch-motivierter emotionaler Mehrwert 75
- Eigenmarken 306, 579
- Eigenschaftstheorien 783
- Eigentumsstruktur 228
- Eingangsbereich 539
- Einkaufs
 - allianzen 652
 - bündelung 652
 - controlling 834
 - gemeinschaften 250
 - genossenschaften 247
 - konditionen 119
 - kontore 247
 - motive 537
 - stättenidentität 107, 114
 - stättenpräferenz 113, 489
 - tourismus 363
 - trips 364
 - verbände 247, 250
- Einlinienorganisation 726
- Einstellungen 366
- Eintritts
 - barrieren 285
 - strategie 97
- Einwegverpackungen 629
- Einzelfallbeschaffung 623
- Einzelhandel 3
 - sbetriebstypen *Siehe* Betriebstypen
- des Einzelhandels
 - funktioneller 4
 - hybrider 445
 - institutioneller 4
 - svertriebstypen *Siehe* Vertriebs-typen des Einzelhandels
- Einzelhandelszentralität 835
- Einzelpreisentscheidungen 475
- Einzugsgebiet 400
- Electronic Data Interchange für Administration, Commerce and Transport *Siehe* EDIFACT
- Electronic
 - Business *Siehe* E-Business
 - Commercerce *Siehe* E-Commerce
 - Malls 354
 - Product Code 611
 - Retailing 351
 - Shops 353
- Elektronische
 - Händler 356
 - Kiosksysteme 349
 - Marktplätze 353, 649, 655
- E-Lifestyle 555, 556
- Elimination 465
- E-Logistik-Center 625
- E-Mail 516
- Emergent strategies 98
- Employer Branding 162, 776, 843
- Endverbraucherpreis 478
- Entdeckendes Lernen 840
- Enterprise-Resource-Planning-Systeme 668
- Entrance Maps 531
- Entscheidungen 314
 - proaktive 223
- Entscheidungs
 - baum 233
 - prozesse 258
 - strukturen 258
 - unterstützungssysteme 689
- Environmental Analysis 288
- EPCglobal-Netzwerk 611
- E-Procurement 588, 655
- Erfahrung 228
- Erfahrungs
 - austauschgruppen 740
 - kurveneffekt 296
- Ergänzungsrolle 417, 484
- Ergebnisqualität 559

ERG-Theorie 793
 Erinnerungsfunktion 568
 Erklärungsansätze
 behavioristische 249
 neo-behavioristische 63
 Erlebnis 525
 -bereiche 430
 -Discount-Strategie 110
 -orientierung 116
 -strategie 109, 116
 Erlösorientiertes Controlling 807
 ERP-Systeme 668, *siehe*
 Warenwirtschaftssysteme
 Ertragsverbesserungsfunktion 458
 E-Shopping 352
 E-Tailer 555
 Ethisch-motivierter Mehrwert 75
 Euro-Kooperationen 248
 Europäische Währungsunion 14
 Euro-Zone 14
 Event-Kommunikation 511, 572
 Event-Shopping 371
 Every Day Low Prices 477, 497
 Every-Day-Low-Price-Politik 601
 Evolutionäre Ansätze 320
 Evolutionäre Psychologie 550
 Evolutionary Store Atmospherics 549
 Evolutionstheoretische
 Aspekte 248
 Exklusivmarken 306
 Exklusivvertrieb 267
 Expansion 465
 Export 225
 direkter 224
 -handel 5
 Ex-post-Kontrolle 18
 Exterior Design 539
 Externes Wachstum 177
 Extra-EU-Handel 5
 Extremereignisse 650
 Eye Tracking 537

F

Fach
 -discounter 343
 -Filialisten 181
 -geschäft 333
 -geschäftskonzern 301
 -großhandel 326

 -markt 343
 -marktzentren 358
 -versandhandel 350
 Facings 832
 Factory
 Gate Pricing 620
 Outlet 346
 Outlet Center 347, 361
 Failure 223
 Faktoren
 interne 483
 kognitive 490
 kundenorientierte 483
 motivationale 490
 nachfrageorientierte 483
 situative 490
 unternehmensexterne 233
 unternehmensinterne 233
 wettbewerbsorientierte 483
 Fakturierung 685
 Familienpolitik 161
 Fan-Shopping 371
 Farben 545
 Fashion 590
 Fast Fashion 130, 702
 Fehl- und Nichtverkaufsanalyse 831
 Fein-Distribution 173
 Fernhandelshäuser 11
 Fertigungstiefe 647
 Field Supervisor 198
 Filialisierendes Franchising 193
 Filialisierung 176
 differenzierte 184
 standardisierte 184
 Filialisierungsstrategien 182
 Filialplanung 418
 Filialsystems
 Aufbauphase eines 185
 Finanzdienstleistungen 174
 Finanzholding 734
 Finanzierungsfunktion 568
 Finanzmarketing 161
 Finanzströme 590
 Fit 541
 externer 715
 interner 715
 situativer 321
 strategischer 280
 Fit-Ansätze 713
 Fit as Covariation 714

Fit as Mediation 714
 Fit as Moderation 714
 Fit as Profile Deviation 714
 Flächen
 -bewirtschaftungskonzept 656
 -leistung 538
 -planung 396, 418
 -substitution 537
 Flexible Preise 480
 Flussprinzip 632
 Fokussierungsstrategie 465
 Food
 Broker 329
 -Betriebstypen 337
 Formalisierung 258, 749
 Formattransferstrategie 233
 Four-Category-Ansatz 779
 Franchising 176, 187, 226
 Abteilungs- 10, 193
 Direktes Auslands- 193
 Director of 198
 Filialisiertes 193
 Franchise
 -nehmer 199
 -paket 195
 -Stores 701
 -system 737
 -vertrag 195
 Free-Flow Layout 529
 Freiwillige Ketten 247, 250
 Fremd
 -geschäft 330
 -organisation 718
 Frequent-Buyer-Programme 569
 Frequenzbringer 484
 Frill Services 560
 Frischware 590
 Früherkennungssystem 287
 Führungs
 -grundsätze 775
 -instrumente 775
 -konzept 276
 -prozesse 80
 -stil 784
 -verhalten 784
 Fulfillment 79, 625
 Full-Service
 -Fälle 259
 -Lieferanten 654
 Fun-Shopping 371

Funktionale Strategien 97
 Funktionsdelegation 191

G

Ganzheitlichkeit 61
 Gastländer 227
 Gastlandmarktbedingungen 231
 GATS 14
 GATT 13
 Gattungsmarken 462
 Gebietsschutz 26
 Gebrauchstheorie 754
 Gebrochene Preise 487
 Gefangenendilemma 72
 Gegenstromverfahren 282
 Gegenwartsbeurteilung 283
 Geldrabatt 498
 Gemeinde- bzw. Stadtteilzentren 356
 Gemischtwarengeschäft 345
 Genauigkeit 800
 Generalklausel 19
 Genetische Algorithmen 699
 Geografische(s)
 Aktionsfeld 324
 Ausrichtung 204
 Informationssysteme *Siehe* GIS
 Geovisualisierung 408
 Geruchsstoff 548
 Geruchswirkungsschemata 548
 Gesamtkostenverfahren 805
 Gesamtsystemoptimierung 587, 618
 Gesamtunternehmensstrategien 175, 724
 Geschäfts
 -bereiche 302
 -bereichsorganisation 729
 -beziehung 378
 -felder 175
 -feldstrategien 97
 Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb 22
 Gestalt-Marke 456
 Gewerbliche Schutzfunktion 458
 Gewinnspiele 519
 GIS 408
 Gleichgewichtsmatrix 732
 Gleichgewichtsmodelle 316
 Global
 Brands 657

Player 591
 Returnable Asset Identifier 611
 Scorecard 597
 Sourcing 14, 55, 210, 650
 Trade Item Number 61
 Globale Lokationsnummer 609
 Globalhandel 324
 Globalzufriedenheit 381
 Going
 Cooperative 249, 273
 International 215, 216
 Grad
 der Diversifikation 724
 der Internationalität 209
 der Standardisierung 182
 Gravitationsmodelle 404
 Greenfield Investments 395
 Grid
 Layout 530
 -Führungsmodell 785
 Großbetriebsform 178
 Größe 235
 Großhandel 3,
 Außen- 325
 Betriebstypen *Siehe* Betriebstypen
 des Großhandels
 naturnaher 324
 Großstücke 590
 Großverteiler 370
 Grounded Cognition 545
 Grüne Wiese 390
 GS1
 -128-Strichcode 610
 -Nummernsystem 609
 -XML 616
 G-Stores 342
 Güterverkehr 41
 Güterverteilzentren 644
 Gutschein 498

H

Halbstaatliche Initiativen und
 Organisationen 76
 Halbwertszeit des Wissens 751
 Handel
 ambulanter 345
 im funktionellen Sinne 1
 im institutionellen Sinne 2
 virtueller 37

 stationärer 624
 Handels
 -allianzen 652
 -branche 252
 -dominanz 266
 -fürsten 11
 -informationssysteme 668
 -kette 2
 -konzentration 49
 -kundenbindung 265
 -makler 330
 -marken 55, 120, 456, 461
 -markendehnung 467
 -markenmanagement 458
 -markenpositionierung 461
 -markenprogramm 236
 -marketing 377
 -Premiummarken 462
 -spanne 830
 -spannenrechnung 483
 -stufe 724
 Handelsunternehmen
 i.e.S 459
 globale 214
 Handels
 -vertreter 330
 -ware 2
 -Website 413
 Handlungskosten 805
 Handlungstheorie 754
 Health Care Management 781
 Heimatland 227
 Herkunft
 -bestimmung 449
 -orientierung 535
 Herstellerdominanz 266
 Hersteller-Handels-Interaktion 658
 Herstellerversandhandel 348
 Heterogenität 426
 Heuristische Methoden 369
 Hierarchien 726, 757
 High-End-Segment 44
 Hi-Lo-Politik 607
 Hinkunftsorientierung 534
 Hochpreisstrategie 477
 Holding-Konzept 308
 Holdingstruktur 734
 Home Scanning 349
 Homogenisierung 763
 Horizontale Kooperationen 167, 642

Huckepackverkehr 637
 Huff-Methode 404
 Human
 -Computer-Interaction 412
 -Resources-Ansatz 62
 Human Resource Cycle 788
 Human Resource Management 711,
 759
 internationales 781
 Hybridstrukturen 734
 Hygiene-Funktion 553
 Hypermarkt 339
 Hyperwettbewerb 764

I

Identifikationssysteme 611
 Identifizierungsfunktion 449
 Identity Consumption 44
 Image 107
 -positionierung 107
 -transfer 510
 Implementierung 241
 Importhandel 5
 Incentives 519
 Indirekter Vertrieb 348
 Indirektes Auslandsfranchising 193
 Individualablauf 529
 Individualität 558
 Individualmobilität 34
 Industrieökonomik 68
 Information Hub 170
 Informationsaustausch 602
 Informationsbasis 185
 Informationsdienste
 werbegetriebene 518
 Informations
 -funktion 493, 560
 -logistik 668, 688
 -netzwerken 273
 -ströme 590
 -versorgung 801
 Infotainment 511
 Inhaltstheorien 792
 Inhome-Systeme 352
 Inkasso
 Ar des 335
 Innovation 716
 Innovations- und marktorientierte
 Prozesse 132

Innovations
 -führerschaft 463
 -funktion 458
 -grad 716
 Innovationsprozess 80, 90
 Innovationstreiber 716
 Input-Output-System 58
 Input-Transformations-Output-Modell
 720
 Inside-Out-Perspektive 377
 Instanz 747
 Institutionalisierung 267, 276
 In-Store
 -Decision-Rate 500
 -Management 522
 -Marketing 522
 -Radio 547
 Intangibilität 69, 558
 Integration
 von Betrieben 333
 strategische 278
 vertikale 700, 724
 Integrationsabkommen
 regionale 12
 Integrationsmechanismen 757
 Integrationsstrategie 138
 Integrator 636
 Integrierte Kommunikation 519
 Integrierte Transportkette 42
 Intensität des Branchenwettbewerbs
 106
 Interaktion
 aktive 649
 Hersteller-Handels- 658
 Multipersonale 662
 Inter- und intratypische Konkurrenz-
 109
 Interbetriebstypenwettbewerb 109
 Interdependenzen 199, 266
 kundenbezogene 241
 Interior Design 538
 Intermediär 4, 331
 Inter-Mediaselektion 505
 Internationale Beschaffung 171
 Internationalisierung 591, 724, 763
 Internationalität 203
 Grad der 209
 Internationalitätsstufen 209
 Interne Kunden 163, 757
 Internet 37

Internetauftritt
 individualisierter 564
 Internet-Shopping 39, 591
 Inter-organisatorische Ebene 12
 Intrabetriebstypenwettbewerb 109
 Intra-EU-Handel 5
 Intra-Firm-Sourcing 647
 Intra-Logistik
 outletbezogene 627
 Intra-Mediasselektion 505
 Intra-organisatorische Ebene 12
 Inventur
 permanente 687
 Stichproben- 687
 Stichtags- 687
 Inventurdifferenzen 687
 Investitionsentscheidungen 368
 Investor Relations 162
 Involvement 520
 Isochronen 403

J

Joint
 Bundle Pricing 494
 Competitive Advantage 7
 Ventures 226
 Jointly-Managed Inventories 605
 Jugendkultur 390
 Just-in-time
 -Belieferung 602
 -Konzept 623
 -Lieferanten 650
 -Systeme 41, 707

K

Kannibalisierungseffekt 473
 Kann-Serviceleistungen 560
 Kapitalintensivität 484
 Kartellgesetz 23
 Kassivorgang 612
 Kategoriekreuzungen 322
 Kaufentscheidung 422
 Käufer
 -reichweite 435
 -verhalten 62
 Kauf
 -haus 337
 -kraft 15, 400, 408

 -phase 62
 -risiko 558
 -verbund 426, 833
 -verhalten 422, 423
 Kennzahlen 435, 826
 - systeme 799, 816, 828
 Kern
 -kompetenz 55, 164, 167, 592, 640, 760
 -prozess 80, 720
 -sortiment 419
 Key Supplier Management 661
 Key-Performance-Indikator 820
 Kinowerbung 507
 Kiosk 344
 Klassische Bestellmengenformel 602
 Klassische Losgrößenformel 602
 Klimaschutzbewusstsein 41
 Know-how-Quelle 76
 Kodierung 754
 Kognitive Landkarten 531
 Kojenprinzip 530
 Kolporteure 11
 Kombiniertes Verkehr 42
 Kommissionierung 633
 artikelbezogene 634
 auftragsorientierte 634
 filiallayoutbezogene 627
 Pick by Light 634
 Pick by Voice 634
 Ware zu Mann 634
 Kommissionsgeschäft 330
 Kommunikation
 akustische 547
 direkte 509
 Event 572
 integrierte 519
 olfaktorische 548
 Online 514
 visuelle 545
 Kommunikation
 -sbudget 504
 -sfunktion 560
 -sinstrumente 506
 -smanagement 499
 -sziel 504
 Kompetenz
 interkulturelle 782
 personenabhängige 260
 personenunabhängige 260

- systemische 260
- Komplementarität 426
- Komponentenanbieter 592
- Kondition
 - enpolitik 473, 498
 - ensystem 277
 - sverhandlungen 486
- Konfliktstrategien 105
- Kongruenz
 - Effizienz-Hypothese 65
 - inter- und intratypische 109
- Konkurrenten 366, 484
- Konkurrenz
 - artikel 484
 - situation 725
- Konsistenz 65, 712
- Konsolidierung 464
- Konsumentenbedürfnissen
 - Polaritäten in den 320
- Konsumentenrente 480
- Konsumgüterindustrie 591
- Kontaktpunktanalyse 563
- Kontextfaktoren
 - arbeitsmarktbezogene 762
 - ökonomische 763
 - technologische 763
- Kontingenz 65, 715
- Kontrakt
 - formen 265, 266
 - geber 170, 656
 - logistik 641
 - vertriebsformen 7
- Kontrolle 198, 796, 800
- Konvergenz 37, 211
- Konzentration 53, 200, 388
 - auf Schwerpunkte 102, 120
 - sprozess 591
 - squote 49
- Kooperation 71, 245, 642
 - Gründung 274
 - horizontale 167, 642
 - Management 274
 - Partner 273
 - Prüfung 273
- Kooperations
 - erfolg 246, 274
 - fähigkeit 280
 - felder 246
 - grad 384
 - intensität 246, 275
 - kontrakte 275
 - kultur 280
 - richtung 246
 - strategien 105
- Koordination 241, 801
 - des Warenflusses 170
 - sbereiche 246
 - seffizienz 758
 - sgruppen 741
 - smechanismen 757
 - sstruktur 246
- Kostenführerschaft 102
- Kosteninformationen 483
- Kostenorientierung 394
 - Größen der 421
 - Controlling der 805
- Kosten-Plus-Kalkulationen 475
- Kosten
 - rechnung 805
 - stellen 813
 - vorsprünge 322
- Kreditoren 166
- Kreismethode 402
- Krisenmanagement 509
- Kult-Shopping 363
- Kulturelle Distanz 228
- Kultursponsoring 511
- Kunden 91, 223, 224
- Kundenakquisition 758
- Kundenbindung 7, 22, 75
 - sfunktion 560
 - sprogramme 567
 - sziele 383
- Kundenclub 568
- Kundencluster 217, 241, *siehe*
 - Kundensegmente und Segmentierung
- Kunden
 - individualisierung 169
 - integration 143
- Kunden
 - interne 163, 757
- Kunden
 - karte 568
 - kooperation 248, 265
 - laufwege 527
 - lebenswert 384
 - lebenszeitwert 812
 - loyalität 113, 379, 382, 812
 - nutzen 384
- Kundenorientierte Sortimentsgestaltung

429
 Kundenorientiertes Controlling 808
 Kundenorientierung 366, 766
 Kundenperspektive 93, 816
 Kundensegmente 141, *siehe*
 Kundencluster und Segmentierung
 Kundenstruktur 324
 Kundenwert 168, 379, 384
 Kundenzufriedenheit 380, 811, 821
 Controlling der 811
 Künstliche Intelligenz 699

L

Laden
 -atmosphäre 541
 -frontgestaltung 539
 Ladengestaltung 525
 atmosphärische 540
 Ladenlayout 528
 Standardisierung des 522
 Laden
 -netzwerk 523
 -schlussgesetz 20
 -umfeld 539
 Lager
 -fähigkeit 558
 -großhandel 324, 329
 module 683
 Lagerstruktur
 horizontale 630
 vertikale 630
 Länder
 -analysen 305
 -cluster 239
 -marktsegmentierung 221
 -marktselektion 218
 -portfolios 223
 -ratings 289
 Landwirtschaftliche Direktvermarktung
 364
 Lead time management 133, 603
 Leader Bundle Pricing 494
 Leadership-Konzept 756
 Lean Managements 757
 Learning-and-Effectiveness-Ansatz
 778
 Lebensmittel 590
 Lebensstil 388
 Lebenswelten 388

Lebenszyklus 70
 Lebenszyklustheorien 313
 Leertransporte 638
 Leistungs
 -basis 560
 -ersteller 560
 -erstellung (autonome) 169
 -kennzahlen 807
 -Markt-Strategie 283
 -ort 560
 -programm 195, 258
 -programm-Franchising 193
 -prozesse 80
 -vorteile 302
 -zeitpunkt 561
 Leitbild 794
 Leithändler 269
 Leitungsspanne 726
 Leitungssysteme 726
 Lern- und Entwicklungsperspektive
 816
 Lernbarrieren 755
 Lernen im Kollektiv 751
 Lernen
 Anpassungs- 754
 entdeckendes 98
 im Kollektiv 751
 Individuelles 753
 Organisationales 751
 Prozess- 755
 Soziales 754
 Veränderungs- 755
 Lernende Organisation 753, 816
 Lernlinge 840
 Lerntheorie 788
 Liberalisierung 12
 der Ladenöffnungszeiten 21
 des Welthandels 211
 Lieferanten 91, 93
 -analyse 665
 -auswahl 665
 -bewertung 665, 691
 -entwicklung 665
 -evaluation 654, 665
 -kooperation 248, 265
 -management 172
 -reduktion 166
 -strategien 158
 Lifestyle
 of Health and Sustainability 45

- Marke 93
- Präsentation 539
- Listung 676
- Lizenzen 226
- Location Based Services 518
- LOCAVOREN 45, 652
- Lockvogelregelung 29
- Logistik 174
 - Audit 827
 - begriff 593
 - breite 639
 - controlling 827
 - Dienstleister 592
 - führerschaft 51, 120, 618
 - intensität 639
 - Kennzahlen 828
 - prozesse 120, 523
 - netzwerke 621
 - tiefe 639
- LOHAS-Bewegung 45
- Long Tail 444, 446
- Loop Layout 530
- Losgrößenformel
 - klassische 602
- Loyalität 383

M

- Machttheoretische
 - Aspekte 248
- M-Commerce *Siehe* Mobile Commerce
- Magnet
 - gruppe 534
 - karten 612
 - mieter 336
- Makroökonomische Bedingungen 227
- Makro-Umfeld 12
- Management 120, 167
 - der Versorgungskette 593
 - by Delegation 790
 - by Exception 791
 - by Motivation 791
 - by Objectives 791
- Management
 - entscheidung 220
 - fragen 246
 - holding 735
 - prozesse 80
 - techniken 790
 - unterstützungssysteme 688

- zyklus 60
- Managerial Grid 785
- Mandantenfähigkeit 676
- Mann zu Ware-Kommissionierung 634
- Marken 449
 - architektur 452
 - artikel 448
 - bekanntheit 149
 - dehnung 465
 - familienstrategie 451, 580
 - führung 55, 468
 - identität 447
 - management 447
 - positionierung 447
 - stärke 54
 - wert 449, 461
- Markenstrategien
 - horizontale 450
 - vertikale 447
- Market Selection 396
- Marketing
 - Effektivität 597
 - Kreise 259
 - Mix 230
 - vertikales 267
- Markt
 - abdeckung 388
 - anteil 407
 - austritt 223, 230
- Marktbearbeitung
 - internationale 305
 - Prozesse der 78
- Markt
 - beherrschung 26
 - dominanz 265
 - durchdringung 290
 - effizienz 758
 - eintritt 220
 - engagement 217
 - entwicklung 176, 290
 - evolution 136
 - frieden 11
 - gebiet 324
 - lebenszyklusmodell 296
 - lückentheorie 322
 - macht 19
 - modell 110
- Marktorientierung 324
 - Ansatz der 67
 - Größen der 421

Management 67
 Prozesse der 80
 Marktplätze
 elektronische 655
 Markt
 -position 106
 -reaktionsmodell 298
 -reduktion 224
 -segmentierung 385, *siehe*
 Segmentierung
 Marktselektion
 integrale 217
 Modelle 221
 Marktsituation 200, 725
 Markttransaktionen 39
 Markttheoretische
 Aspekte 248
 Markt
 -veranstaltungen 658
 -wahl 218
 -wirtschaft 1
 -wirtschaftliches Scheinparadoxon
 101
 Mass Customizing 37, 574
 Master-Franchise-Nehmer 194
 Matrixorganisation 731
 Mäzenatentum 510
 Medienarbeit 508
 Medienwerbung 506
 Meeting 741
 Mega Malls 359
 Mehrbranchen
 -fachhändler 336
 -verbände 256
 Mehrliniensystem 726
 Mehrmarkenstrategie 450
 Mehrwert 560
 ethnisch-motivierter 75
 Mental Maps 531
 Mercado Común del Sur *Siehe*
 MERCOSUR
 Mercers 11
 MERCOSUR 16
 Mergers & Acquisitions 200, 207, 226
 horizontale 205
 vertikale 205
 Messverfahren
 handelsunternehmensexterne 809
 objektive 811
 subjektive 811

Michigan-Studien 785, 788
 Migration eigener Filialen 197
 Mikro-Umfeld 13
 Minderheitsbeteiligung 226
 Misch-
 -allianzen 263
 -kalkulation 830
 -kulturstrategie 783
 Mitarbeiter
 -austritte 764
 -flusssystem 767
 -potenzial 764
 Mitnahmeeffekte 426
 Mittelstandskartelle 19
 Mixed Bundling 494
 Mixed Management 780
 Mobile
 Commerce 353, 412, 557
 Payment 353
 Shopping Assistent 546
 Systeme 352
 Mobilität 32
 Modelle zur Einkaufsstättenwahl 405
 Modesortiment 590
 Modularisierung 198
 Modul-Lieferant 168
 Mondpreise 22
 Monitoring 288, 665
 Mono
 -betriebstypenunternehmen 736
 -markenstrategie 450
 -systempolitik 182
 -typenfilialisierung 182
 Morphologische Synthese 323
 Motivation 792
 der Kunden 422
 extrinsische 776
 intrinsische 776
 Motivationstheoretische Ansätze 792
 Motivator-Funktion 553
 Motive 792
 MRO-Güter 658
 Multi Channel Retailing 52, 123, 138,
 625
 Multi-Agenten-System 834
 Multi
 -betriebstypenunternehmen 372
 -filialstrategie 182
 -kulturelle Strategie 783
 -netzpolitik 182

- optionalität 44, 525
- personale Interaktionen 662
- plikatoreffekt 382
- purpose Shopping 395
- spezialist 174
- typenfilialisierung 182
- Muss-Serviceleistungen 560
- Mystery-Shopping 809

N

- Nachahmungsstrategie 368
- Nachbarschafts
 - läden 341
 - zentren 356
- Nachfrage
 - macht 53
 - prognosen-Anpassung 596
 - verbund 426
- Nachhaltigkeit 74
- Nachhaltigkeitsdimensionen 75
- Nachhaltigkeits-Orientierung 618
- Nachkaufphase 63
- Nachschubversorgung 650
- Nachtbelieferung 638
- NAFTA 16
- Nahrungsmittelsicherheit 659
- Name your own price 488
- Nationale Führerschaft 202
- Natur-Imitationen 551
- Near-Food-Betriebstypen 337
- Neo-behavioristischer Erklärungsansatz 63
- Neo-Merkantilismus 14
- Netto-Nutzen-Ziffer 831
- Network-Governance-Kodex 74
- Netzwerk 246, 643
 - fokales 245
 - logistisches 591
 - regionales 245
- Netzwerk-Koordinator 169
- Netzwerkunternehmen 736
- Neue Grüne Wiese 391
- Neue Institutionenökonomik 64, 759
- Neue Technologien 375
- Niederlassungen 224
- Niedrigpreisstrategie 477
- No Names 456
- Non-Food-Betriebstypen 343
- Non-Governmental Organizations 76

- Normstrategien 295, 296
- North American Free Trade Agreement
 - Siehe* NAFTA
- Nummer der Versandeinheit 610
- Nummerierungsstandard internationaler 609
- Nutzen
 - hedonistischer 569
 - monetärer 569
 - symbolischer 569
 - utilitaristischer 568
- NVE *Siehe* Nummer der Versandeinheit

O

- Öffentlichkeitsarbeit 508
- Öffnung von Märkten 211
- Öffnungszeitengesetz 24
- Off-Price
 - Center 347
 - Malls 347
 - Store 347
- Ohio-State-Studien 784
- Olfaktorische
 - Kommunikation 548
 - Sinne 548
- One-Stop-Shopping 338, 341, 395, 430, 475
- Online
 - Analytical Processing 692
 - Customer Experience 556
 - Transactional Processing 691
- Online
 - Atmospherics 554
 - Couponing 574
 - Handel 387, 391, 444
 - Handelsvertreter 331
 - Händler *Siehe* E-Tailer
 - Kommunikation 514
 - Provider 355
 - Shop 353, 412
- Open Air Strip Center 356
- Operative Einheit 678, 682, 683, 692
- Operative Planung 282
- Opportunitätskosten 654
- Optical Character Recognition 612
- Optimale Bestellmenge 601
- Optimaler Preis 485
- Order fulfillment 708

Organisation 185, 718, 727, 718
 Ablauf 719
 Aufbau 719
 divisionale 729, 757
 duale 740
 Einlinien 726
 funktionale 727
 virtuelle 742
 Organisationale(r)(s)
 Lernprozesse 754
 Wissensbasis 752
 Wandel 750
 Lernen 318, 751
 Organisationsentwicklung 750
 Organisationsprozess 242
 Organisationsstruktur 242
 formale 726
 informale 726
 Organisationssystem 711
 Organisatorischer Fit 280, 713, 724
 Orientierungsprinzipien 418
 Outletbezogene Intra-Logistik
 Out-of-Stock 602, 831
 Outpacing-Strategie 134
 Outside-In-Perspektive 377
 Outsourcing 168, 592, 620, 639, 646,
 653, 658
 Overload 437

P

Pionier 171, 267
 Pareto-Regel 424
 Partizipationseffekt 436
 Partnermerkmale 274
 Partner-Relationship-Management 261
 Partnerschaften 246
 Partnerschaftstypen 266, 277
 Partnersuche 195
 Pay what you want 488
 Penetrationsstrategie 479
 Performance 68, 224, 230, 587
 -Dimension 820
 -Indikator 820
 -Messung 818
 -Pyramiden 821
 Personal Shopping Assistent 546
 Personal
 -beschaffung 768
 -beurteilung 773

-controlling 778, 816, 823
 -einsatzplanung 768
 -entlohnung 774
 -entwicklung 770
 -freisetzung 772
 -führung 774, 790
 -führungstheorien 783
 -marketing 764, 776
 -motivation 776
 -planung 768
 -verwaltung 778
 Persönlichen Verkauf 500, 512, 521
 Perspektive
 funktionale 808
 technische 808
 Pflichtrolle 417, 484
 Phase
 After-Sales- 561
 Post-Merger- 202, 207
 Pre-Merger- 207
 Pre-Sales- 561
 Sales- 561
 Phasen
 avantgardistische 256
 klassische 256
 Phasenmodell 750
 Pick by Light *Siehe* Kommissionierung
 Pick by Voice *Siehe*
 Kommissionierung
 Pick-up-Station 625
 Plan 274, 748
 Planung 800
 operative 282
 Planungskompetenz 414
 Planwirtschaft 1
 Platzierungsstrategien 537
 Polarisierungsfunktion 458
 Polarisierungstheoretischer Ansatz 320
 Politisch-rechtliches Umfeld 93
 Polysystempolitik 182
 Pool-Systeme 629
 Poor Dogs 296
 Portable Devices 349
 Portfolio 70
 Allianz- 261
 -analyse 435
 -optimierung 83
 -strategien 394
 -techniken 295
 von Läden 393

- Positionierung 476
 - skonzept 302
 - modelle 295
- PoS-Medien 514
- Post-Merger-Phase 202, 207
- Postponement 702
- Potenzialqualität 559
- Power-Center 358
- Präventivmaßnahmen 205
- Preference Matrix 550
- Preference Theory 779
- Preferred Supplier 269
- Preis
 - gebrochener 487
 - optimaler 485
- Preis-Absatz-Funktionen 486
- Preis
 - aktionen 471, 481
 - bindung 21
 - bündelung 494
 - dominanz 317
 - druck 471
- Preisdifferenzierung 480, 493
 - personelle 493
 - quantitative 493
 - räumliche 493
 - zeitliche 493
- Preise
 - flexible 480
 - gebrochene 487
 - optimale 485
- Preiselastizität 486, 696
- Preiselastizitätseffekt 473
- Preisempfehlung
 - unverbindliche 485
- Preis-
 - fluktuation 596
 - garantie 581
 - gestaltung 129
 - günstigkeitsurteil 490
 - hoheit 21
 - image 491, 497
 - intensität 47
 - kampf 472
 - konstanz 479
 - leistungsfunktion 457
- Preismanagement 471
 - Gestaltungsdeterminanten im 482
- Preis-Orientierung 44
- Preis
 - politik 332
 - positionierung 476
 - schwellen 490
- Preissenkung
 - indirekte 496
- Preissetzung
 - konkurrenzorientierte 485
- Preis
 - strategie 471
 - strategieentscheidung 479
 - transparenz 473
 - verfall 485
 - vergleichsgarantien 497
 - verlaufsprinzipien 479
 - wahrnehmung 489
 - würdigkeitsurteil 490
- Pre-Merger-Phase 207
- Premium-Handelsmarke 463
- Premium-Herstellermarken 462
- Pre-Sales-Phase 561
- Prestigefunktion 568
- Price Engine 695
- Primärnetz 393
- Primärorganisation 726, 734
- PR-Instrumente 509
- Private Label Manufacturer 648
- Procurement 588, 655
- Product Placement 514
- Produkt/Markt-Strategie 97, 283
- Produktentwicklung 290
 - kollaborative 659
- Produktionsfaktor-Ansatz 759
- Produktions
 - flexibilität 591
 - konfiguration 592
 - verbindungshandel 330
- Produkt
 - knappheit 705
 - lebenszyklus 296, 313
 - profitabilität 831
 - rentabilität 831
- Profilierung 75, 413
 - scategory 417
 - sfunktion 458, 560
 - srolle 484
- Profitabilität 413
- Profit-Center 729
- Prognosesystem 691
- Prognoseunsicherheit 607
- Programme 748

Programmsponsoring 510
 Projektorganisation 741
 Projektteam 741
 Prospect Refuge Theory 550
 Prospector-Strategie 103
 Prospekt-Website 413
 Prozesse
 einstufige 621
 kundenbezogene 757
 mehrstufige 621
 Prozess
 -effizienz 758
 -kosten 166, 654
 -kostenrechnung 813
 -lernen 755
 -management 277
 -organisation 719
 -orientierung 638, 802
 -qualität 559
 -theorien 310, 794
 Psychologie
 evolutionäre 550
 Public Relations 72, 508
 Pulkerfassung 612
 Pull-Strategie 215, 429, 594
 Punktbewertungsverfahren 667
 Purchasing 588
 Pure players 52
 Push-Prinzip 594
 Push-Pull-Prinzip 594
 Push-Pull-Push-Prozess 702

Q

Quadratmeteranzahl 235
 Qualitative Raumzuteilung 533
 Qualitätsbegriff
 objektiver 808
 subjektiver 808
 Qualitätsbeurteilung
 preisabhängige 492
 preisorientierte 492
 Qualitäts-Dimension 820
 Qualitätsmanagementsysteme 813
 Quantitative Raumzuteilung 537
 Question Marks 296
 Quick-Response-System 603
 Quick-Service-Gastronomieangebote
 129

R

Rabatt 498
 -gesetz 22
 -marken 574
 Racetrack Layout 530
 Rack Jobber 324, 328, 654, 658
 Radio Frequency Identification 612
 Radiofrequenzidentifikation 37
 Radio Frequency Identification *Siehe*
 RFID und Radiofrequenz-
 identifikation
 Rahmenbedingungen
 des Controlling 797
 externe 762
 interne 762
 politisch-rechtliche 763
 Rahmenplanung 418
 Rahmenvereinbarungen 267
 Ratenfinanzierung 498
 Rationierung 597
 Raum
 -anordnung 529
 -aspekt 246
 -aufteilung 528, 529
 -einrichtung 538
 -gestaltung 538
 -intensivität 484
 -planungsgesetz 27
 -produktivität 537
 -temperatur 548, 549
 -umfeld 538
 Räumliches Marktmodell 110
 Raumzuteilung
 qualitative 533
 quantitative 537
 Reactor-Strategie 104
 Reaktivierung der Innenstädte 391
 Real-Ideal-Distanz 111
 Realisationstechnologiepolitik 61
 Realoptionsansätze 369
 Rechnungsprüfung 685
 Rechtliche Anbindung 333
 Rechtsform 277
 Recycling 619
 Redistributionskanäle 628
 Reduktion der Sortimente 437
 Referenzpreis 485, 490, 497
 Regalgroßhändler 328
 Regaloptimierung 537, 832

Regiefaktor Ware 58
 Regionale Integrationstendenzen 211
 Regionale Produkte 414
 Regionalorganisation 731
 Reintegration
 globale 13
 Reintermediation 331
 Relationship Marketing 113, 146
 Relationship Management 160
 Relationspotenzial 384
 Rentabilitätsgrenze 445
 Replenishment-Lösungen 623
 Residenzprinzip 324, 328
 Ressourcen 69, 70, 213, 224, 260, 414
 -allokation 223
 -ausstattung 106
 -effizienz 758
 tangible 69
 Ressourcenorientierter Ansatz 68
 Retail Brand 204, 453, 454, 457
 Retail Branding 250
 Retail Simulation Engines 473
 Retail Store Equity 454
 Retail-Performance-Measurement-Konzept 820
 Retrodistribution 619
 Reverse Auctions 658, 681
 Reverse Marketing 158, 248, 265
 RFID-Systeme 612
 RFM-Modell 812
 Rohertrag 830
 Roll Cage Sequencing 627
 Rotationssortimente 437
 Route 407
 Rückkopplungen
 anbieterbezogene 241
 institutionelle 241
 konkurrenzbezogene 241
 Rücknahmelogistik 628
 Rückstandszyklen 628
 Rückverfolgbarkeit 612
 Rückwärtsintegration 2, 51, 593, 620, 659
 Rückzug 465
 Rundfunkwerbung 507

S

Saisonale Rolle 417
 Saisonschlussverkauf 480

Sales-Phase 561
 Sales-Promotion 513
 Sättigung der Heimatmärkte 211
 Savanna Hypothesis 550
 SB-Warenhaus 339
 Scanning 288, 595
 Schaufenster 539
 Schaufensterkalkulation 475
 Schichtenmodell 198
 der organisatorischen Wissensbasis 752
 Schlüssel
 -artikel 484
 -bedürfnisse 793
 -position 197, 525
 Schnelligkeit 800
 Schnittstellen
 -gestaltung 638
 -problematik 443, 719
 Schrumpfung 223
 Schwache Signale 283
 Secured Distribution 10
 Segmentierung 198
 -sansätze 388
 -skriterien 388
 strategische 386
 Sektorale Abkommen 14
 Sekundärnetz 20, 393
 Sekundärorganisation 740
 Selbst
 -abholer-Konzepte 174, 638
 -abstimmung 748
 -controlling 803
 -organisation 718, 771
 Selektions
 -kriterien 221
 -prozess (länderspezifischer) 220
 -schritte 221
 -strategie 368
 Self-Leadership 788
 Selfliquidating Offers (SLO) 436
 Separationsstrategie 139
 Service Merchandiser 331
 Service
 -Audit 810
 -führerschaft 116
 -instrumente 565
 -konzeption 562
 -management 557;
 -Merchandiser 55, 329, 658

- Merkmale 558
- orientierung 129, 327, 567
- programm 562
- Serviceleistungen 565
 - Kann- 560
 - Muss- 560
 - personenbezogene 565
 - produktbezogene 565
 - prozessbezogene 565
 - risikominimierende 567
 - Soll- 560
- Servicequalität 559
 - Messung der 808
 - wahrgenommene 808
- Servicezufriedenheit 381
- Seven rights 589
- Share of stomach 365
- Shareholder-Value 160
 - Ansätze 822
 - Netzwerk 822
- Shop-in-Shop-Konzept 335, 534
- Shop-in-Store
 - Filialisierungsstrategien 182
 - Konzepte 236
- Shop-Konzepte
 - modularisierte 236
- Shopping Center 355
- Shopping Mall 356
- Sicherheitsbestand 600
- Sicherstellung der Versorgung 78
- Signalfunktion 493
- Singleisierung 35
- Single-Source 166
- Sinnproblematik 525
- Site Analysis 408
- Site Evaluation 396
- Situativer Ansatz 248, *siehe* Fit
 - Ansätze
- Situative Theorien 787
- Situativer Fit 321
- Skimmingstrategie 479
- Skonto 498
- Smart Mirror 546
- Smart Shopper 44
- Social Media 41, 44, 516, 768
 - Marketing (SMM) 412
 - Plattformen 143
- Solidarisierungsfunktion 458
- Soll-Ist-Vergleich 380
- Sollrechnungsschreibung 685

- Soll-Serviceleistungen 560
- Sonderaktionen 496
- Sonderangebotspolitik 477, 496
- Sonderwerbformen 514
- S-O-R-Modell 63
- Sorten- und Typenreduktion 433
- Sortiment 129, 413, 724
 - Aufnahme neuer Artikel in das 434
 - Breite des 420
 - Dimensionen des 420
 - Gestaltung des 428
 - herkunftsorientiertes 428
 - Kern- 419
 - lieferantenorientiert 429
 - Modifikation des 434
 - portfolio 434
 - Reduktion des 437
 - Sorten- und Typenreduktion des 433
 - Struktur des 414, 419, 428
 - Tiefe des 420
 - Umfang des 420
 - Wahrnehmung des 431
 - wettbewerbsorientiertes 429
- Sortiments
 - controlling 829
 - dynamik 37
 - gestaltung 429
 - gleichgewicht 418
 - größe 182
 - großhandel 324
 - kennzahlen 829
 - leistungsfunktion 458
 - management 413, 416
 - marken 451
 - planung 416
 - politik 235, 324, 332
 - pyramide 423
 - reduktion 437
 - verbundbeziehung 425
- Sourcing 588
 - Konzepte 646
 - Toolbox 646
- Soziale
 - Konstruktion 66
 - Netzwerke 770
 - Kapital 75
- Sozialsponsoring 510
- Space Management 537, 832
- Space-Utilization 533, 832
- Spannensicherungsfunktion 458

- Spartenorganisation 729
- Speed 706
- Spezial-Themen-Center 358
- Spezial-Filialisten 182
- Spezialgeschäft 334
- Spezialgroßhandel 324, 326
- Spezialisierung 326, 746, 757
- Spezialversandhandel 350
- Sponsoring 510
- Sportsponsoring 510
- Spot-Geschäfte 641, 662
- Stab-Linien-Organisation 726, 734
- Stabs-Projektorganisation 741
- Stadtkern 390
- Stakeholder 113
 - Scanning 72
 - Value-Konzept 71
- Stakeholder-Ansatz 819
- Stammdaten 616, 676
- Standardisierung 757
 - vollständige 232
 - sgrad 168, 182
- Standardsoftware-Systeme 669
- Standort 107, 486
 - analyse 396
 - controlling 835
 - entwicklung 292
 - erfolgswirkfaktoren 835
 - faktor 399
 - management 390
 - planung 395
 - wahl 395
- Stapelware 590
- Stärken-Schwächen-Analyse 294
- Stellenbildung 747
- Stiftung 735
- Stimulus-Organismus-Response-Theorie 753
- Store
 - Branding 114
 - Choice 410
 - Company-managed- 701
 - Erosion 313
 - Flyer 514
- Storeloc-Modell 407
- Stoßrichtung
 - strategische 283
- Strategie 106
 - der Imagedominanz 316
 - der Internationalisierung 213
 - der M&A 204
 - dynamische 477
 - statische 477
 - taxonomien 101
 - typologien 101
 - wandel 224
- Strategisches
 - emergent 98
- Strategische(s)
 - Allianzen 6
 - Planung 282
 - Fits 280, 713
 - Kontrakte 246
 - Management 316
 - Verhalten 228
- Strategy
 - As Pattern 98
 - As Perspective 98
 - As Plan 98
 - As Ploy 98
 - As Position 98
 - follows Structure 711
- Strecken
 - fakturierung 685
 - geschäfte 329
 - großhandel 324, 329
- Stromhandel 18
- Structure 68
 - follows Process 720
 - follows Strategy 711
- Struktur(en)
 - differenzierte 738
 - hierarchische 719
 - integrierte 738
 - segregierte 738
 - unspezifische 738
- Strukturwandel 47
- Stufentheorie 323
- Subadditive Bundles 494
- Substitution 285
 - seffekt 436
 - sgefahr 37
- Suchdienste 355
- Suchmaschinen
 - Marketing (SEM) 412
 - Optimierung (SEO) 412
 - werbung 516
- Superadditive Bundles 494
- Supermarkt 337
- Supplier Relationship Management

587, 661
 Supply Chain Management 272, 587
 kollaboratives 658, 659
 -Partnerschaften 657
 -Performance 828
 -Synchronisation 602
 Supply Chain
 -orientierte Prozesse 80, 132
 -Prozesse 78
 Supply Security 646
 Support
 -funktionen 167
 -leistungen 245
 -prozess 720
 -prozesse 80, 81
 Survival of the fittest 321
 Sustainability 45, 74
 Development 75
 Management 74
 Switches 230
 Synergiepotenziale 231
 System
 -anbieter 592
 -effizienz 259
 -orientierung 638
 -trägerschaft 193
 -verantwortung 167
 zentrale 199

T

Talent Management 765
 Tangible Ressourcen 69
 Target Costing 814
 Tauschhandel 11
 Teams 740
 Technologien 725
 Teilkostenkalkulation 483
 Telefon-Selling 348
 Teleologische Ansätze 311
 Teleselling 352
 Teleshopping 357
 Tertiärnetz 393
 Textilaufhäuser 337
 Theorie der Autopoiese 66
 Theorie der charismatischen Führung
 783
 Time
 based competition 133
 to market 133, 222

to react 133
 to serve 133
 Timing
 länderspezifisches 222
 länderübergreifendes 222
 -strategien 222
 Tochtergesellschaften 225
 Top-down-Planung 282
 Tourenplanung 638
 Tourist-Shopping 363
 Tracking & Tracing 612
 Trade Marketing 248, 265
 Trading-down 317
 Trading-up 316
 Transaktionale
 Austauschformen 661
 Beziehungen 649
 Führung 783
 Transaktions
 -form 652
 -kostentheorie 318
 -potenzial 384
 -formation 80
 Transithandel 5, 324
 Transitivität von Verbundeffekten 426
 Transitlager 632
 Transportkette 635
 integrierte 42
 Transportprozesse 638
 TRIMS 14
 TRIPS 14
 TV-Werbung 507
 Typologien über Werthaltungen 388

U

Überholspur-Strategie 134
 Übernahme
 Art der 205
 feindliche 205
 freundliche 205
 vollständige 200
 Ubiquität 552
 Umfang der Akquisition 204
 Umfeld
 -faktoren 366
 -merkmale 274
 Umsatz
 -analyse 830
 -entwicklung 807

- kostenverfahren 805
- Umschlags
 - häufigkeit 830
 - läger 632
- Umwelt
 - psychologie 540
 - sponsoring 510
- Ungebrochener Verkehr 635
- Universal-Filialisten 181
- Universalversandhandel 350
- Unrealized strategies 98
- Unternehmen
 - globale 240
 - internationale 209
 - multinationale 240
 - vertikal integrierte 736
 - virtuelle 245
- Unternehmens
 - externe Determinanten 234, 415
 - gesamtstrategie 97
 - interne Determinanten 414
 - kultur 242, 760, 794
 - leistung 502
 - leitbild 837
 - marken 451
 - philosophie 702
 - Umwelt-Koordination 286
 - website 515
- Unterschiede
 - branchenspezifische 212
- Unverbindliche Preisempfehlung 21, 485
- Up-stream-Vermittlung 330
- Up-stream-Vertikalisierung 653
- Urban Entertainment Center 358
- Urbanisierung 362
- User Generated Content 516

V

- Value from the Customer 385
- Value to the Customer 385
- Value-Adding-Partnerschaften 271
- Variety Seeking 381
- Veränderungs
 - lernen 755
 - prozesse 80
- Veranstaltungen 508
- Verbot der Irreführung 22
- Verbraucherleitbild 22

- Verbrauchermarkt 338
- Verbundeffekte 422, 425, 496, 833
 - asymmetrische 426
 - reflexive 426
 - symmetrische 426
- Verbundgruppen 6, 161, 247, 253, 273, 737
 - Diversifikationsphase 255
 - Entwicklungsphasen 255
 - Internationalisierungsphase 255
 - offensive 259
 - Segmentierungsphase 255
 - straffe 259
- Verbundpräsentation 534
- Verdrängungsstrategie 19, 111
- Verfügungsrechte 589
- Vergleichende Werbung 22
- Vergütung 569
- Verhalten der Marktteilnehmer 62
- Verhaltenskodex 13
- Verhaltensorientierte Ansätze 784
- Verhaltensweisen
 - profitabilitätswirksame 383
- Verhandlungsmacht 284
- Verkauf, persönlicher 512
- Verkaufsfläche 528
- Verkaufsförderung 513
 - konsumentengerichtete 513
 - verkaufspersonalgerichtete 513
- Verkaufsorgane
 - externe 348
- Verkaufspersonal
 - Beurteilung des 544
- Verkaufsraum
 - Funktion des 527
- Verkaufsraumgestaltung 528
 - virtuelle 552
- Verkaufssteuerung 824
- Verkaufszonenwertigkeiten 533
- Vermittlung
 - durch Broker 355
 - Up-Stream- 330
- Vernetzungskompetenz 414
- Verpackungssysteme 629
- Versand
 - großhandel 324, 327
 - handel 350, 624
 - handelsvertreter 330
- Versorgungs
 - kette 587

- konzept 167
- lücken 346
- versorgungsorientierte
 - Ladengestaltungstrategien 525
- Versorgungs-Qualitäts-Strategie 110
- Versorgungs
 - sicherheit 2
 - strategien 78
- Vertikale
 - Integration 120, 707
 - Kooperationen 642
 - Wertschöpfungspartnerschaft 170
 - Marketing 267
- Vertikalisierung 10, 591
 - absatzmarktorientierte 51
 - Up-Stream- 653
- Vertraglichen Regelungen 275
- Vertragsfreiheit 26
- Vertragshändler 10
- Vertriebs
 - agenturen 330
 - bindungsvertrag 267
 - linienorganisation 731
 - logistik 624
- Vertriebstypen 1, 323, 724
 - des Einzelhandels 332
- Vertriebswegeentwicklung 292
- Verwendungsanlässe 430
- Video-Werbung 518
- Virtual Reality Retailing 555
- Virtuelle Shopping Malls 354
- Virtuelle Verkaufsraumgestaltung 552
- Visuelle Kommunikation 545
- Vollsortiment 102, 174
- Voluntaristische Option 140
- Voluntary groups 248
- Vorkaufphase 62
- Vorlieferanten 725
- Vorratsbeschaffung 623
- Vorratslager 632
- Vorwärtsintegration 9, 20, 250

W

- Wachstum der Bevölkerung 35
- Wachstum
 - endogenes 49
 - exogenes 49
 - externes 117
 - organisches 49, 178, 180, 223, 225

- Wachstumsbedürfnisse 793
- Wachstumsstrategien 290
- Wahl von Betriebs- und Vertriebstypen 2, 365
- Wahrgenommene Qualität 468
- Wandel 750
 - der Betriebs-/Vertriebstypen 1, 309, 365
 - organisationaler 723
- Ware zu Mann-Kommissionierung
 - Siehe* Kommissionierung
- Waren
 - abholung 620
 - absatz 324
 - arten 324
 - aufkauf 324
 - börsen 658
 - eingangskalkulation 808
 - einsatzkosten 805
 - einstandskosten 475
 - fläche 528
- Warengruppen 416
 - Franchising 193
 - management 439
 - marken 451
- Waren
 - haus 335
 - korbanalyse 425, 833
 - prozessmodell 669
 - risiko 168
 - strom 589
 - strukturplanung 418
 - termingeschäften 658
- Warenübergangs
 - Art des 335
- Warenwirtschaftssysteme 587, 589, 671
 - dezentrale 672
 - isoliert geschlossene 673
 - isoliert-offene 672
 - mehrstufige 672
 - rechnergestützte 595
 - teilintegrierte 673
 - vollintegrierte 673
 - zentrale 672
- Web
 - 2.0 516
 - Atmospherics 554
 - EDI 615, 655
- Webmospherics 554

Weg-Ziel-Theorie 787
 Weisung 748
 Weiterempfehlungsverhalten 385
 Werbe
 -ausgaben 499
 -banner 516
 -budget 500, 506
 -formen 506
 -plan 505
 Werkhandelsunternehmen 330
 Werte 366
 Wertkette 3, 58, 78, 120
 -nanalyse 286
 -nkonzept 766
 Wertkreislauf 627
 Wertschätzung 149
 Wertschöpfung
 Dimensionen der 825
 -sfunktionen 101
 -smessung 825
 -sorientierung 766
 -spartnerschaften 248, 265, 267,
 271, 591, 798, 801
 -system 241
 -stiefe 2
 -szentrum 825
 Wettbewerb 101
 unlauterer 29
 Wettbewerber 93
 Wettbewerbsabreden 26
 Wettbewerbsautonomes Verhalten 105
 Wettbewerbs-
 Deregulierungsgesetz 23
 -dynamik 134
 -ignorantes Verhalten 105
 -orientierung 758
 -position 474
 -situation 91
 -umfeld 105, 224, 366
 -vorteil 69, 101, 164, 245
 Win-Win-Lösungen 587
 Win-Win-Win-Konzepte 271
 Wirkung
 atmosphärische 541
 Wirtschaftlichkeit 800
 Wissen 760
 explizites 760

implizites 760
 Wissenschaftssponsoring 511
 Wohngebietslage 390
 Work-Life-Balance 781
 WTO 14
 WOTS-UP-Analyse 287

X

X-Allianzen 6

Y

Y-Allianzen 6

Z

Zahlungsbereitschaft 486, 487
 Zeitdistanz-Methode 402
 Zeitfenster 638
 Zeitschriftenwerbung 507
 Zeitüberbrückungsfunktion 329
 Zentralisation 258, 592, 725, 743
 Ziel
 -hierarchien 274
 -internationales 213
 -kostenrechnung 814
 -lücke 291
 -prioritäten 275
 -systeme 216
 -vereinbarung 816
 Zielgruppen 46
 -bestimmung 385
 länderübergreifende 241
 Zollrunden 14
 Zollunion 16
 Zugabeverordnung 22
 Zukunftsbeurteilung 283
 Zusammenschlüsse 205
 Zustell
 -dienste 591
 -großhandel 324, 327
 -service 175, 625
 Zwangsablauf 529
 Zwei-Faktoren-Theorie 793