

Volkmar Ackmann

**Zur Ausgestaltung und Problematik einer
Erfolgskontrolle von
Category-Management-Kooperationen
zwischen einem Konsumgüterhersteller
und dessen Absatzmittlern**

Diplomarbeit

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

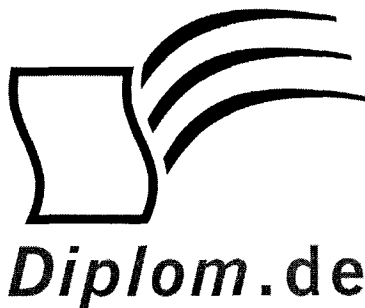
Copyright © 2000 Diplomica Verlag GmbH
ISBN: 9783832449179

Zur Ausgestaltung und Problematik einer Erfolgskontrolle von Category-Management-Kooperationen zwischen einem Konsumgüterhersteller und dessen Absatzmittlern

Volmar Ackmann

Zur Ausgestaltung und Problematik einer Erfolgskontrolle von Category- Management-Kooperationen zwischen einem Konsumgüterhersteller und dessen Absatzmittlern

Diplomarbeit
an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster
Fachbereich BWL
April 2000 Abgabe



Diplomica GmbH _____
Hermannstal 119k _____
22119 Hamburg _____

Fon: 040 / 655 99 20 _____
Fax: 040 / 655 99 222 _____

agentur@diplom.de _____
www.diplom.de _____

ID 4917

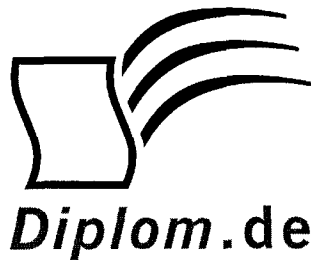
Ackmann, Volmar: Zur Ausgestaltung und Problematik einer Erfolgskontrolle von Category-Management-Kooperationen zwischen einem Konsumgüterhersteller und dessen Absatzmittlern / Volmar Ackmann - Hamburg: Diplomica GmbH, 2002
Zugl.: Münster, Universität, Diplom, 2000

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden, und die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Diplomica GmbH
<http://www.diplom.de>, Hamburg 2002
Printed in Germany



Wissensquellen gewinnbringend nutzen

Qualität, Praxisrelevanz und Aktualität zeichnen unsere Studien aus. Wir bieten Ihnen im Auftrag unserer Autorinnen und Autoren Wirtschaftsstudien und wissenschaftliche Abschlussarbeiten – Dissertationen, Diplomarbeiten, Masterarbeiten, Staatsexamensarbeiten und Studienarbeiten zum Kauf. Sie wurden an deutschen Universitäten, Fachhochschulen, Akademien oder vergleichbaren Institutionen der Europäischen Union geschrieben. Der Notendurchschnitt liegt bei 1,5.

Wettbewerbsvorteile verschaffen – Vergleichen Sie den Preis unserer Studien mit den Honoraren externer Berater. Um dieses Wissen selbst zusammenzutragen, müssten Sie viel Zeit und Geld aufbringen.

<http://www.diplom.de> bietet Ihnen unser vollständiges Lieferprogramm mit mehreren tausend Studien im Internet. Neben dem Online-Katalog und der Online-Suchmaschine für Ihre Recherche steht Ihnen auch eine Online-Bestellfunktion zur Verfügung. Inhaltliche Zusammenfassungen und Inhaltsverzeichnisse zu jeder Studie sind im Internet einsehbar.

Individueller Service – Gerne senden wir Ihnen auch unseren Papierkatalog zu. Bitte fordern Sie Ihr individuelles Exemplar bei uns an. Für Fragen, Anregungen und individuelle Anfragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung. Wir freuen uns auf eine gute Zusammenarbeit.

Ihr Team der Diplomarbeiten Agentur

Diplomica GmbH _____
Hermannstal 119k _____
22119 Hamburg _____

Fon: 040 / 655 99 20 _____
Fax: 040 / 655 99 222 _____

agentur@diplom.de _____
www.diplom.de _____

Inhaltsverzeichnis

	Seite
Abbildungsverzeichnis.....	V
Abkürzungsverzeichnis.....	VI
Symbolverzeichnis.....	VIII
Anhangsverzeichnis.....	IX
1 Einleitung.....	1
1.1 Hinführung zum Thema.....	1
1.2 Zielsetzungen und Gang der Untersuchung.....	2
2 Grundlagen der Erfolgskontrolle und des Category Management.....	3
2.1 Einordnung der Erfolgskontrolle in das Controlling.....	3
2.2 Category Management als Element des Efficient Consumer Res- ponse.....	8
2.2.1 Situation der Konsumgüterindustrie als Ausgangspunkt für das Category Management.....	8
2.2.2 Abgrenzung vom Efficient Consumer Response und Bestand- teile des Category Management.....	11
2.2.3 Verständnis des Category Management in der Praxis.....	17
2.2.4 Prozeß und Ziele des Category Management auf Hersteller- und Absatzmittlerseite.....	20
3 Probleme der Erfolgskontrolle einer Category Management-Koopera- tion.....	24
3.1 Konfliktäre Ziele der Hersteller und Absatzmittler.....	24
3.2 Bestimmung des Kooperationserfolges.....	29
3.2.1 Definitionsableitung des Category Management-Kooperations- erfolges.....	29
3.2.2 Verständnis des Category Management-Kooperationserfolges in der Praxis.....	33
3.2.3 Spezifische Anforderungen der Kooperationsform an die Erfolgskontrolle.....	34
4 Ausgestaltung einer Erfolgskontrolle der Category Management- Kooperation.....	38
4.1 Beurteilung von Instrumenten zur Messung des Category Management- Erfolges.....	38
4.1.1 Prozeßkostenrechnung.....	38
4.1.2 Balanced Scorecard.....	41
4.1.3 Nutzwertanalyse.....	44
4.1.4 Benchmarking.....	48

4.2 Grenzen einer Erfolgskontrolle von Category Management-Kooperationen.....	51
5 Zusammenfassung der Ergebnisse und Ausblick.....	54
Anhang.....	56
Literaturverzeichnis.....	79

Abbildungsverzeichnis

Abb.1	Qualitative und quantitative Zielsetzungen der Hersteller und Absatzmittler	S.21/22
Abb.2	Der Category Management-Kooperationserfolg	S.32

Abkürzungsverzeichnis

Abb.	=	Abbildung
ABC	=	Activity Based Costing
Abs.	=	Absatz
AG	=	Aktiengesellschaft
Bd.	=	Band
bspw.	=	beispielsweise
bzw.	=	beziehungsweise
ca.	=	circa
CCRRC	=	Coca-Cola Retailing Research Council
CCRGE	=	Coca-Cola Retailing Research Groupe – Europe
CM	=	Category Management
Co	=	Company
d.h.	=	das heißt
Diss.	=	Dissertation
dt.	=	deutsch
e.V.	=	eingetragener Verein
EA	=	Efficient Assortment
ECR	=	Efficient Consumer Response
EDI	=	Electronic Data Interchange
EDV	=	Elektronische Datenverarbeitung
EGV	=	Vertrag zur Gründung der Europäischen Gemeinschaft
EP	=	Efficient Promotion
EPI	=	Efficient Product Introduction
ER	=	Efficient Replenishment
et al.	=	et alii
etc.	=	et cetera
f., ff.	=	folgende [Seite], folgende [Seiten]
FfH	=	Forschungsstelle für den Handel
FMI	=	Food Marketing Institute
ggf.	=	gegebenenfalls
GmbH	=	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
GWB	=	Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen
Hrsg.	=	Herausgeber
i.d.R.	=	in der Regel
Inc.	=	incorporated (amerikanische Bezeichnung für eingetragenen [von Vereinen o.ä.]
Jg.	=	Jahrgang
KG	=	Kommanditgesellschaft
KGaA	=	Kommanditgesellschaft auf Aktien
LEH	=	Lebensmitteleinzelhandel
LKW	=	Lastkraftwagen
Mrd.	=	Milliarde[n]
N.V.	=	Naamloze Vennootschap (dt.: Aktiengesellschaft)
Nr.	=	Nummer
o.B.	=	ohne Befund