

Maud Voigtländer

Innovation im Handel

Untersucht am Beispiel der Betriebsform
Selbstbedienungswarenhaus

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 © 2004 Diplom.de
ISBN: 9783832484491

Maud Voigtländer

Innovation im Handel

Untersucht am Beispiel der Betriebsform Selbstbedienungswarenhaus

Maud Voigtländer

Innovation im Handel

*Untersucht am Beispiel der Betriebsform
Selbstbedienungswarenhaus*

Diplomarbeit
Universität Leipzig
Fachbereich Wirtschaftswissenschaften
Abgabe Februar 2004



Diplomica GmbH ———
Hermannstal 119k ———
22119 Hamburg ———

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

agentur@diplom.de ———
www.diplom.de ———

ID 8449

Voigtländer, Maud: Innovation im Handel -

Untersucht am Beispiel der Betriebsform Selbstbedienungswarenhäuser

Hamburg: Diplomica GmbH, 2004

Zugl.: Universität Leipzig, Diplomarbeit, 2004

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 2004

Printed in Germany

Lebenslauf

Name:

Maud Voigtländer

Email:

maudvoi@web.de

Geburtsdatum/-Ort:

18. Juni 1973 in Karl-Marx-Stadt

Familienstand:

ledig

Staatsangehörigkeit:

deutsch

Ausbildung:

1980 - 1982

POS "Schloß-OS"

1982 - 1990

POS "W.-I.-Lenin" - mit erweitertem Russisch-Unterricht

1989

8-wöchiger Schüleraustausch in Moskau

1990 - 1992

EOS "Friedrich Engels"

1990

Abitur Russisch

1991

Abitur Englisch

25.06.1992

Abitur

25.06.1992

Sprachkundigenprüfung SKP IIa Englisch

01.10.1992

Immatrikulation an der Universität Leipzig - Fakultät der Rechtswissenschaften

29.09.1995

Fachsprachenzertifikat der Universität Leipzig - Englisch für Rechtswissenschaftler

13.09.1999

Studiengangwechsel zur Betriebswirtschaftslehre

Schwerpunkte: Personalwirtschaftslehre, Handel und Distribution, Betriebliche

12.07.2000

Fachsprachenzertifikat der Universität Leipzig - Englisch für Wirtschaftswissenschaftler

07.02.2002

SL-Schein ABWL: Unternehmensprüfung und -Analyse

14.08.2002

HS-Schein SBWL: Personalwirtschaftslehre

04.12.2002

HS-Schein SBWL: Handel und Distribution

19.12.2002

DATEV-Zertifikat "Praxisgerechte Steuerberatung"

07.01.2003

SL-Schein AVWL: Wirtschaftspolitik

17.07.2003

SL-Schein SBWL: Betriebliche Steuerlehre

06.02.2004

Teilnahmeschein "Arbeits- und Organisationspsychologie"

23.04.2004

Studienabschluss "Diplom-Kauffrau (Uni)" mit "gut"

Abschluss der Diplomarbeit zum Thema "Innovation im Handel, untersucht am



Tätigkeiten:

Goldman, Sachs & Co. oHG, Frankfurt am Main (seit Juni 2004)	Administrative Assistant im Bereich Private Wealth Management
Deutsche Bank, Frankfurt am Main (April / Mai 2004)	Assistenz im Bereich Private Wealth Management
Ernst & Young AG, Frankfurt am Main (18.08.-04.10.2003)	Werkstudentin und Aushilfe in der Abteilung Tax Compliance & Accounting Services
Deutsche Post AG, Leipzig (März 2003)	Bürohilfe im Bereich Marketing
Arthur Andersen, Eschborn (29.07.-06.09.2002; 30.07.-10.08.2001; 26.02.-23.03.2001; 26.02.-23.03.2001; 07.08.-15.09.2000; 02.03.-31.03.2000)	Aushilfe Abteilung AMB, Eschborn
Techem-Services AG & Co.KG, Eschborn (Februar/März 2002)	Praktikum in der Rechtsabteilung:
Arthur Andersen, Leipzig (April 2000 - November 2001)	Aushilfe Abteilung Audit, Admin:
Franke, Rumpf und Partner - WPG und StBG, Wetzlar (August 2001)	Praktikum Bereich Wirtschaftsprüfung und Steuerberatung
Andersen Legal, Eschborn (September 2001)	Aushilfe Abteilung Arbeitsrecht, Eschborn
Rechtsanwaltskanzlei Eva-Maria Frege, Machern (November - Dezember 1999)	Sekretariat und Büroorganisation
proArt GmbH, Leipzig (Oktober 1999 - Februar 2000)	Telefonmarketing, Beratung, Telefonservice Deutsch/ Englisch
Arthur Andersen, Eschborn (Juli - September 1999)	Fremdsprachensekretariat und Wissenschaftsassistentin in der Rechtsabteilung eines Frankfurter Wirtschaftsunternehmens
Time Power, Leipzig (März - Juni 1999)	interne MA-in als Telefonmarketer zur Kundenakquise und Kundenpflege sowie Angebotserstellung
Fiat, Goldman Sachs und DG-Bank, Frankfurt (Juli - September 1998)	Übersetzungsarbeiten Englisch/Deutsch/Englisch, Schreibarbeiten nach Diktat vom Band, Datenerfassung, Empfang/ Rezeption, Telefonvermittlung, div. organisatorische Tätigkeiten
PRÄZISA Wohnanlagen Verwaltungsgesellschaft mbH, Leipzig (März - Dezember 1998)	Bürohilfe, Aushilfssekretärin, Telefonmarketing, Kundenbetreuung
Mitfahr- und Mitwohnzentrale, Leipzig (1995-1998)	Maklertätigkeiten (hauptsächlich im Bereich des Wohnungswesens), Büroarbeiten, Telefonmarketing, Kundenbetreuung, Sachbearbeitung
Gothaer Versicherungen Bezirksdir., Leipzig (1998)	Telefonmarketing, Beratung

Software-Kenntnisse:

Windows XP, NT, 2000, 98, 95, 3.1; DOS, SAP-R/3, PAISY
MS Word, MS Excel, MS PowerPoint, Access (MS Office 95, 97, 2000), DATEV Steuerberatungssoftware.
Lotus Notes, Outlook u.v.a.m.

Sonstige Fähigkeiten:

Maschineschreiben nach Diktat/Band
Englisch Fachsprachenzertifikat (FCE 2) Wirtschaftsenglisch (gut) - 2000
Englisch Fachsprachenzertifikat (FCE 2) für Juristen (gut) - 1994

Englisch SKP IIa - 1992
Russisch (Abitur 1990, SKP Ia - 1992)

Führerschein Klasse: A1, A, B, C1, BE, C1E, CE, M, L

Hand Abghände

Inhalt

Abbildungsverzeichnis	IV
Abkürzungsverzeichnis	VI
1 Problemstellung	1
2 Die Bedeutung von Innovation für das Handelsunternehmen	3
2.1 Der Begriff Betriebsform im Handel	3
2.2 Innovation als Begriff im Handel	4
2.3 Die Veränderung von Betriebsformen	7
2.3.1 Die Veränderung von Betriebsformen im Zeitablauf	7
2.3.2 Die Veränderung von Betriebsformen durch Innovation	9
2.4 Wettbewerbsvorteile durch Innovation im Einzelhandelsunternehmen	10
2.5 Innovationsmanagement im Handelsunternehmen zur Sicherung von Wettbewerbsvorteilen	11
2.5.1 Gegenstand des Innovationsmanagements	11
2.5.2 Entwicklung von Innovationsstrategien	13
2.5.3 Innovationsbarrieren und Innovationsrisiken	14
3 Die Entstehung und Entwicklung der Betriebsform SB-Warenhaus	17
3.1 Die Andienungsform Selbstbedienung als Begriff im Handel	17
3.2 Entwicklung der Selbstbedienung im Laufe der Geschichte	17
3.3 Die Betriebsform SB-Warenhaus als Begriff im Handel	21
3.4 Realhistorische Betrachtung der Entwicklung der Betriebsform SB-Warenhaus	21

II

4	Innovationsumsetzung in der Betriebsform SB-Warenhaus	24
4.1	Standortplanung für das SB-Warenhaus und die Restriktionen durch die BauNVO	24
4.2	Kommunikation im SB-Warenhaus-Unternehmen	27
4.3	Flächenmanagement und Layoutgestaltung im SB-Warenhaus	31
4.3.1	Betriebsraumaufteilung und Verkaufsraumgestaltung	31
4.3.2	Kundenleitsysteme und Warenplatzierung	33
4.3.3	Das Shop-in-the-Shop-Konzept	37
4.3.4	Gestaltung der SB-Warenhaus-Peripherie	38
4.4	Innovative Sortimentsgestaltung und Sortimentsinnovation im SB-Warenhaus	39
4.5	Preispolitik im SB-Warenhaus	45
4.6	Innovative verkaufstechnische Hilfsmittel und ihre Einbindung in das SB-Warenhaus	50
4.7	Die Rolle des Personals im innovativen SB-Warenhaus	54
4.8	Innovative Verkaufsförderung im SB-Warenhaus	56
4.8.1	Zielgruppenorientierung im SB-Warenhaus	56
4.8.2	Kundenkarten im SB-Warenhaus	57
5	Neue Medien als technische Innovation und ihre Einbindung in das SB-Warenhaus-Unternehmen mit Kritischen Anmerkungen	59
5.1	Instore-Medien im SB-Warenhaus	59
5.2	Homepages und Online-Werbung als Ergänzung zum stationären SB-Warenhaus	61
5.2.1	Gestaltung der Homepage für das SB-Warenhaus	61
5.2.2	Email-Newsletter	64
5.2.3	E-Commerce	65

III

6	Kritische Betrachtung der Innovation im Handel und ihrer Umsetzung in der Betriebsform SB-Warenhaus	65
6.1	Innovation und Innovationsmanagement im Handel	65
6.2	Innovation und Lebenszyklus der Betriebsform SB-Warenhaus	67
6.3	Die Betriebsform SB-Warenhaus und die Umsetzung innovativer Strategien	69
6.3.1	Markteintrittsstrategie des SB-Warenhauses	69
6.3.2	Standortplanung für das SB-Warenhaus	69
6.3.3	Die Sortimentsstrategien des SB-Warenhauses	70
6.3.4	Die Preisstrategien des SB-Warenhauses	71
6.3.5	Innovative Verkaufstechnik im SB-Warenhaus	72
7	Fazit und Ausblick	73

Anhang	74
--------	----

Literaturverzeichnis	86
----------------------	----

Fallstudie: Das SB-Warenhaus als innovative Betriebsform im Handel konkretisiert am Beispiel der Wal-Mart Supercenter in Deutschland	
---	--

Eidesstattliche Erklärung	
---------------------------	--

Abbildungsverzeichnis

- Abb. 1: Innovationskategorien im Einzelhandel
- Abb. 2: Innovationsmatrix
- Abb. 3: Lebenszyklus
- Abb. 4: Lebenszyklus mit Innovation
- Abb. 5: Barrieren im Innovationsprozess
- Abb. 6: Das Unternehmensrisiko von Handelsunternehmen im Risikoraster
- Abb. 7: Grundprinzipien der Regalanordnung
- Abb. 8: Beispiele für eine Sortimentspyramide
- Abb. 9: Sortimentsbreite der SB-Warenhäuser in Deutschland 2003
- Abb. 10: Anzahl der Scannermärkte in Deutschland 1977 – 1996
- Abb. 11: SB-Kasse im Extra Future Store der Metro Group
- Abb. 12: Personalkosten der Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser
1975 - 2001
- Abb. 13: Startseite des Internetauftritts des SB-Warenhauses Real
- Abb. 14: Umsätze je SB-Warenhaus in Deutschland 1975 – 2001
- Abb. 15: Umsätze je m² Verkaufsfläche der SB-Warenhäuser in
Deutschland 1975 – 2001
- Abb. 16: Betriebsformen im Einzelhandel
- Abb. 17: Der idealtypische Lebenszyklus von Produkten
- Abb. 18: Zusammenstellung von Definitionen des SB-Warenhausbegriffs
- Abb. 19: Anzahl der SB-Warenhäuser und Verbrauchermärkte in Deutschland
1966 – 2003
- Abb. 20: Verkaufsflächen der SB-Warenhäuser und Verbrauchermärkte in
Deutschland 1966 – 2003
- Abb. 21: Umsätze der SB-Warenhäuser und Verbrauchermärkte in Deutschland
1966 – 2002
- Abb. 22: Zahl und Verkaufsfläche der SB-Warenhäuser 2003
- Abb. 23: § 11 Abs. 3 BauNVO
- Abb. 24: § 7 UWG

- Tab. 1: Entwicklung der SB-Warenhäuser in den USA 1958 – 1964
- Tab. 2: Kommunikation außerhalb der Einkaufsstätte
- Tab. 3: Top 30 der Handelsunternehmen weltweit
- Tab. 4: Top 30 der deutschen Handelsunternehmen
- Tab. 5: Marktanteile der Betriebsformen im Einzelhandel 1999 bis 2002
- Tab. 6: Anzahl, Verkaufsfläche und Umsatz der SB-Warenhäuser 1966 – 2003
- Tab. 7: Top 15 Hypermärkte und deren Umsätze 1999

Abb. 1 F.: Unternehmensgrundsätze des Sam Walton

Abb. 2 F.: Die 10 Erfolgsregeln von Sam Walton

Abb. 3 F.: Der Wal-Mart-Cheer

Abb. 4 F.: Übersichtsplan Wal-Mart im Saale-Park

Tab. 1 F.: Historische Meilensteine in der Entwicklung von Wal-Mart

Tab. 2 F.: Umsatz- und Verkaufsflächenentwicklung von Wal-Mart in Deutschland
1998-2000

Tab. 3 F.: Umsatz- und Verkaufsflächenentwicklung von Wal-Mart in Deutschland
1998-2000

Abkürzungsverzeichnis

a.a.O.	am angegebenen Ort
Abb.	Abbildung
Abs.	Absatz
Aufl.	Auflage
BauNVO	Baunutzungsverordnung
BMWA	Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit
BVerwG	Bundesverwaltungsgericht
bspw.	beispielsweise
bzgl.	bezüglich
DEM	Deutsche Mark
Diss.	Dissertation
durchschn.	durchschnittlich
EHI	Europäisches Handelsinstitut
et al.	et alii
erg.	ergänzte
EUR	Euro
F	Food
F.	Fallstudie (auf Abbildungen u. Tabellen in der Fallstudie bezogen)
f.	folgende Seite
ff.	folgende Seiten
FfH	Forschungsstelle für den Handel
gem.	gemäß
ggf.	gegebenenfalls
GWB	Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen
Hrsg.	Herausgeber
i.d.F.	in der Fassung
i.d.R.	in der Regel
IfH	Institut für Handelsforschung
iTV	interactive Television
LZ	Lebensmittelzeitung