

Lars Müller

Eine kritische Analyse der Chancen und Risiken einer großen Sortimentsbreite aus Sicht des Lebensmitteleinzelhandels

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 © 2008 Diplom.de
ISBN: 9783836624626

Eine kritische Analyse der Chancen und Risiken einer großen Sortimentsbreite aus Sicht des Lebensmitteleinzelhandels

Lars Müller

Eine kritische Analyse der Chancen und Risiken einer großen Sortimentsbreite aus Sicht des Lebensmitteleinzelhandels

Lars Müller

Eine kritische Analyse der Chancen und Risiken einer großen Sortimentsbreite aus Sicht des Lebensmitteleinzelhandels

ISBN: 978-3-8366-2462-6

Herstellung: Diplomica® Verlag GmbH, Hamburg, 2009

Zugl. FernUniversität Hagen, Hagen, Deutschland, MA-Thesis / Master, 2008

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 der Verlag, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

© Diplomica Verlag GmbH

<http://www.diplomica.de>, Hamburg 2009

INHALTSVERZEICHNIS

	Seite
Inhaltsverzeichnis	II
Verzeichnis der Abbildungen	III
Verzeichnis der Tabellen	IV
Abkürzungsverzeichnis	V
1. Die Bedeutung des Sortiments im LEH.....	1
1.1. Problemstellung der Arbeit.....	1
1.2. Aufbau der Arbeit.....	3
2. Grundlagen und Begriffsabgrenzung.....	5
2.1. Erscheinungsformen des Lebensmitteleinzelhandels.....	5
2.2. Marketingstrategien im LEH.....	7
2.2.1. Marktsegmentierung.....	8
2.2.2. Positionierung.....	9
2.3. Sortiments-Marketing.....	11
2.3.1. Komponenten des Sortiments.....	11
2.3.2. Die Gestaltung des Sortiments.....	12
2.3.3. Determinanten der Sortimentsgestaltung.....	16
3. Chancen einer großen Sortimentsbreite.....	20
3.1. Außerbetriebliche Chancen.....	20
3.2. Innerbetriebliche Chancen.....	22
3.3. Marktbezogene Chancen.....	23
3.3.1. Absatzmarktbezogene Chancen.....	23
3.3.2. Beschaffungsmarktbezogene Chancen.....	31
4. Risiken einer großen Sortimentsbreite.....	33
4.1. Außerbetriebliche Risiken.....	33
4.2. Innerbetriebliche Risiken.....	35
4.3. Marktbezogene Risiken.....	37
4.3.1. Absatzmarktbezogene Risiken.....	37
4.3.2. Beschaffungsmarktbezogene Risiken.....	43
5. Fazit und Ausblick.....	47
5.1. Zusammenfassung der Ergebnisse.....	47
5.2. Zukünftige Entwicklungen.....	50
SUMMARY	51
Literaturverzeichnis	52

VERZEICHNIS DER ABBILDUNGEN

	Seite
Abb. 1: Bsp. für eine mehrstufige Klassifizierung von Handelsbetrieben.....	5
Abb. 2: Bsp. für eine Typisierung von Handelsbetrieben.....	6
Abb. 3: Positionierung von Betriebsformen.....	10
Abb. 4: Bsp. für die Sortimentspyramide.....	11
Abb. 5: Sortimentsbreite und –tiefe.....	13