

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort.....	V
Vorwort	VII
Inhaltsverzeichnis.....	IX
Abbildungsverzeichnis	XIII
Tabellenverzeichnis.....	XV
Abkürzungsverzeichnis.....	XVII
Zusammenfassung.....	XIX
Abstract.....	XXI
1 Einleitung	1
1.1 Problemstellung und Forschungsbedarf	2
1.2 Methodisches Vorgehen, empirisches Forschungsdesign und Aufbau der Arbeit.....	9
2 Konzeptionelle Grundlagen des Managements der Filiallogistik	19
2.1 Merkmale des Managements der Filiallogistik	19
2.1.1 Logistikkonzeption als Ausgangspunkt für das Management der Filiallogistik.....	19
2.1.2 Management der Filiallogistik als Teilbereich der Handelslogistik	23
2.1.3 Zielgrößen und Implikationen für das Management der Filiallogistik.....	27
2.2 Gestaltungsgrößen des Managements der Filiallogistik.....	38
2.2.1 Logistikprozesse als Gestaltungsgrößen in Handelsfilialen	39
2.2.2 Gestaltungsgröße Prozessorganisation	56
2.2.3 Gestaltungsgröße Mitarbeiter	63
2.2.4 Gestaltungsgröße Technik	69
2.2.5 Zusammenführung der Gestaltungsgrößen des Managements der Filiallogistik.....	77
2.3 Gestaltungsgrößen der Filiallogistik anhand von Fallbeispielen	78
2.3.1 Handelsunternehmen 1	79
2.3.2 Handelsunternehmen 2	82
2.3.3 Handelsunternehmen 3	85
2.4 Resource-based View als Erklärungsansatz für das Management der Filiallogistik.....	88
2.4.1 Intentionale und terminologische Grundlagen ressourcenorientierter Ansätze.....	90
2.4.2 Ressourcenorientierte Anforderungen an das Management der Filiallogistik.....	93
2.4.3 Kausalstruktur des Resource-based View zur Analyse des Managements der Filiallogistik	97

2.4.4	Nachhaltigkeit des Managements der Filiallogistik	99
2.4.5	Aneignungsfähigkeit der Regalverfügbarkeit.....	103
2.4.6	Erklärungsangebot des Resource-based View für das Management der Filiallogistik.....	104
2.5	Zwischenfazit: Überblick der Gestaltungsgrößen des Managements der Filiallogistik im Rahmen einer ressourcenorientierten Betrachtung	106
3	Kontext des Managements der Filiallogistik im stationären Lebensmitteleinzelhandel	109
3.1	Stationärer Lebensmitteleinzelhandel als Betrachtungsgegenstand.....	110
3.1.1	Betriebstypen des Einzelhandels	110
3.1.2	Charakterisierung des Lebensmitteleinzelhandels.....	114
3.2	Handelsunternehmens-Kontext der Filiallogistik.....	118
3.2.1	Leistungsprogrammpolitik als Differenzierungsmerkmal der Positionierung von Handelsfilialen	119
3.2.2	Sortimentspolitik	121
3.2.3	Ladengestaltungspolitik und Warenpräsentation.....	128
3.2.4	Preispolitik.....	134
3.2.5	Zusammenfassende Darstellung des Handelsunternehmens-Kontextes des Managements der Filiallogistik.....	139
3.3	Supply Chain-Kontext der Filiallogistik	141
3.3.1	Optimal Shelf Availability zur Einordnung des Supply Chain-Kontextes	142
3.3.2	Belieferungskonzepte als Bezugspunkt für die Filiallogistik.....	144
3.3.3	Struktur- und prozessbezogene Kontextgrößen der Belieferungskonzepte	151
3.3.4	Integrationsoptionen der Belieferungskonzepte	157
3.3.5	Zusammenfassende Darstellung des Supply Chain-Kontextes des Managements der Filiallogistik	163
3.4	Handelsunternehmens- und Supply Chain-Kontext für die Filial-logistik anhand von Fallbeispielen.....	164
3.4.1	Handelsunternehmen 1	165
3.4.2	Handelsunternehmen 2	167
3.4.3	Handelsunternehmen 3	169
3.5	Zwischenfazit: Einordnung des Handelsunternehmens- und Supply Chain-Kontextes in den Bezugsrahmen des Managements der Filiallogistik.....	172
4	Formen des Managements der Filiallogistik im stationären Lebensmitteleinzelhandel	175
4.1	Vorgehensweise zur Ableitung von Gestalten des Managements der Filiallogistik.....	176
4.1.1	Entwicklungspfad der situativen Betrachtungsweise	176

4.1.2	Typologien und Taxonomien zur kontextspezifischen Ausgestaltung	180
4.1.3	Gestalten von Handelsunternehmen als Ansatzpunkt für das Management der Filiallogistik.....	183
4.2	„Channel Retailer“ – Verbrauchermärkte mit hoher Integration von Logistikprozessen.....	186
4.2.1	Handelsunternehmens-Kontext der Filiallogistik des Channel Retailers	186
4.2.2	Supply Chain-Kontext der Filiallogistik bei Channel Retailern.....	189
4.2.3	Filialspezifische Logistikprozesse von Channel Retailern.....	192
4.2.4	Mitarbeiter und Technikeinsatz in der Filiallogistik bei Channel Retailern	195
4.2.5	Prozessorientierte Ressourcenbündel im Management der Filiallogistik von Channel Retailern.....	198
4.3	„Content Retailer“ – Supermärkte mit hoher Integration von Logistikprozessen.....	200
4.3.1	Handelsunternehmens-Kontext der Filiallogistik des Content Retailers	201
4.3.2	Supply Chain-Kontext der Filiallogistik bei Content Retailern	204
4.3.3	Filialspezifische Logistikprozesse von Content Retailern.....	207
4.3.4	Mitarbeiter und Technikeinsatz in der Filiallogistik bei Content Retailern	209
4.3.5	Prozessorientierte Ressourcenbündel im Management der Filiallogistik von Content Retailern	211
4.4	„Lean Discounter“ – Discounter mit geringer Integration von Logistikprozessen.....	215
4.4.1	Handelsunternehmens-Kontext der Filiallogistik des Lean Discounters	215
4.4.2	Supply Chain-Kontext der Filiallogistik bei Lean Discountern	218
4.4.3	Filialspezifische Logistikprozesse von Lean Discountern	220
4.4.4	Mitarbeiter und Technikeinsatz in der Filiallogistik bei Lean Discountern.....	222
4.4.5	Prozessorientierte Ressourcenbündel im Management der Filiallogistik von Lean Discountern	224
4.5	Handlungsempfehlungen für das Management der Filiallogistik in den beschriebenen Fallbeispielen.....	226
4.5.1	Handelsunternehmen 1	227
4.5.2	Handelsunternehmen 2	229
4.5.3	Handelsunternehmen 3	231
5	Zusammenfassung und Ausblick auf weitere Forschungsfelder	233
	Literaturverzeichnis.....	239