

Marc Knuff

## Die Selektion auszulistender Artikel im Einzelhandel

Ein Beitrag zur Sortimentspolitik

Reihe „**Marketing, Handel und Management**“, Band 8

Herausgegeben von Prof. Dr. Rainer Olbrich,  
FernUniversität in Hagen

Gefördert durch das

Lohmar – Köln 2008, 362 Seiten

ISBN 978-3-89936-663-1

€ 54,- (D) ♦ € 55,60 (A) ♦ sFr 89,50



Bundesministerium  
für Bildung  
und Forschung

Dem Entscheidungsproblem der Selektion auszulistender Artikel ist bislang im Schrifttum der Handelsforschung sehr wenig Beachtung geschenkt worden. Unter anderem fehlt es zur Zeit weitgehend an einer kritischen Auseinandersetzung mit dem bisher genutzten Verfahren.

Eine kritische Diskussion dieser bestehenden Verfahren deckt auf, dass sie alle mit Blick auf das Entscheidungsproblem der Selektion auszulistender Artikel einen wesentlichen Mangel aufweisen: Sie lassen außer Acht, dass Käufer eines Handelsunternehmens in unterschiedlicher Weise auf die Auslistung von Artikeln reagieren. Da die Verfahren diese unterschiedlichen Verhaltensreaktionen nicht berücksichtigen, können sie die aus den unterschiedlichen Verhaltensreaktionen resultierenden Verbundbeziehungen zwischen den verschiedenen Artikeln des Sortiments auch nicht abbilden. Die so ermittelten Veränderungen der Erfolgsbeiträge von Handelsunternehmen können daher stark von den tatsächlichen Veränderungen abweichen.

Die vorliegende Arbeit stellt nun mit der Verhaltensorientierten Sortimentserfolgsrechnung ein Verfahren vor, das der geäußerten Kritik Rechnung trägt. Dieses Verfahren hat gegenüber den bestehenden Verfahren den Vorteil, dass es die Verhaltensreaktionen von Käufern berücksichtigt. Wie die Diskussion verschiedener Entscheidungsprobleme zeigt, schafft die Verhaltensorientierte Sortimentserfolgsrechnung damit i. d. R. die Voraussetzung, die Anzahl Erfolg versprechender Handlungsalternativen zu verringern sowie die betriebswirtschaftlichen Auswirkungen der Auslistung von Artikeln besser eingrenzen und abschätzen zu können.

Mit einem Geleitwort von Univ.-Prof. Rainer Olbrich, FernUniversität in Hagen

*Marc Knuff, geboren am 16.11.1973 in Hagen, studierte von 1994 bis 1999 Wirtschafts- und Sozialwissenschaften in Dortmund. Nach seinem Studium arbeitete er von 1999 bis 2002 im nationalen und internationalen Vertrieb von Softwareunternehmen. Von Oktober 2002 bis Dezember 2006 war er wissenschaftlicher Mitarbeiter von Univ.-Prof. Dr. Rainer Olbrich an der FernUniversität in Hagen, wo er im Januar 2008 zum Dr. rer. pol. promoviert wurde. Seit Januar 2007 arbeitet er als Marketing Consultant bei der GfK AG, Bereich GfK Panel Services, in Hamburg.*

# Inhaltsübersicht

1. **„Überlegene Sortimente“ als Erfolgspotenziale im Einzelhandel**
  - 1.1 Problemstellung der Arbeit – Die Bedeutung des Sortiments im Konzentrationsprozess
  - 1.2 Aufbau der Arbeit
2. **Grundlagen der Sortimentspolitik im Handel**
  - 2.1 Handel
  - 2.2 Sortiment
  - 2.3 Sortimentspolitik
3. **Die Selektion auszulistender Artikel als spezifisches Entscheidungsproblem der Sortimentspolitik**
  - 3.1 Stellenwert des Entscheidungsproblems „Selektion auszulistender Artikel“ im Schrifttum der Handelsforschung
  - 3.2 Zielsetzung der Selektion auszulistender Artikel
  - 3.3 Entscheidungsspezifischer Informationsbedarf und Möglichkeiten zur Deckung des Informationsbedarfs
  - 3.4 Vorgehensweise im Rahmen der Selektion auszulistender Artikel
  - 3.5 Eine kritische Diskussion der im Schrifttum der Handelsforschung dargestellten Verfahren zur Selektion auszulistender Artikel
4. **Konzeption und methodische Darstellung von Verfahren zur Selektion auszulistender Artikel**
  - 4.1 Überblick
  - 4.2 Das Confidenceindex-Flächenproduktivität-Positionierungsmodell als Verfahren zur Selektion auszulistender Artikel
  - 4.3 Die Verhaltensorientierte Sortimentserfolgsrechnung als Verfahren zur Selektion auszulistender Artikel
5. **Fazit und Ausblick**
  - 5.1 Zusammenfassung der Ergebnisse
  - 5.2 Ausblick auf zukünftige Forschung

✂-----

## Bestellungen bitte an:

**JOSEF EUL VERLAG GmbH, Brandsberg 6, 53797 Lohmar, Fax: 0 22 05 / 90 10 6-88**

Hiermit bestelle ich \_\_\_\_\_ Exemplar(e) des Titels „**Die Selektion auszulistender Artikel im Einzelhandel**“ von **Marc Knuff, ISBN 978-3-89936-663-1** zum Preis von € 54,- (D). Die Lieferung erfolgt innerhalb Deutschlands versandkostenfrei gegen Rechnung.

Name: \_\_\_\_\_

Firma: \_\_\_\_\_

Straße: \_\_\_\_\_

PLZ/Ort: \_\_\_\_\_

Telefon: \_\_\_\_\_

Datum

Unterschrift