

## Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort</b> .....	5
<b>Einleitung</b> .....	11
<i>Barbara Sporn</i> WU Competence Day 2006: Publicity für die Forschung.....	13
<i>Fritz Scheuch</i> Marketing an der Wirtschaftsuniversität – gestern, heute, morgen.....	15
<i>Fritz Aichinger</i> Die Bedeutung des Handels.....	20
<b>Innovationen in Handel und Marketing</b> .....	21
<i>Peter Schnedlitz</i> Innovationen in Marketing und Handel: Ausgangsüberlegungen – Perspektiven – Praxisdialog.....	23
<i>Lothar Müller-Hagedorn</i> Innovationen im Handel – zur Entwicklung der Handelswissenschaft.....	35
<i>Peter Schnedlitz</i> Der Supermarkt der Zukunft.....	47
<i>Christian Homburg, Matthias Bucerius</i> Kundenzufriedenheit als Managementherausforderung .....	92
<b>Entscheidungsunterstützung in Handel und Marketing</b> .....	117
<i>Thomas Reutterer</i> Zur Bedeutung von daten- und modellgestützten Entscheidungshilfen in Marketing und Handel .....	119
<i>Andreas Mild, Martin Natter, Thomas Reutterer, Alfred Taudes, Jürgen Wöckl</i> Retail Revenue Management .....	124
<i>Michael Hahsler, Kurt Hornik, Thomas Reutterer</i> Warenkorbanalyse mit Hilfe der Statistik-Software R .....	144
<i>Salome Nies, Martin Natter</i> Analyse der Preisbereitschaft für Hersteller- und Handelsmarken unter Berücksichtigung der Vertriebsschienenwahl und Markencharakteristika.....	164
<i>Nikolaus Franke, Martin Schreier</i> Wenn Kunden arbeiten und dafür bezahlen: Ein Forschungsprogramm zum Wertzuwachs durch Mass Customization Toolkits.....	180
<b>Distributions- und Handelsforschung</b> .....	187
<i>Christoph Teller</i> Phänomene der Distributionsforschung im Spannungsfeld zwischen Akquisition und Logistik .....	189

<i>Ernst Gittenberger</i> Strukturwandel im österreichischen Einzelhandel – Status quo und Ausblick .....	192
<i>David B. Grant, Herbert Kotzab, Yuan Xing</i> success@tesco.com – Erfolg im Online-Lebensmittelhandel oder „Wie macht das der Tesco?“ .....	203
<i>Christoph Teller, Herbert Kotzab, David B. Grant</i> Betriebstypen und Konsumentenlogistik .....	214
<i>Marcus Einbock, Arne Niehaus</i> Bewertung von Zustelloptionen im B2C E-Commerce – Ergebnisse einer Conjoint-Measurement-Untersuchung .....	233
<i>Herbert Kotzab, Gerald Reiner, Christoph Teller</i> Verkaufsstellenlogistik als Intralogistiksystem des Handels – Konzeptionelle Entwicklung und empirische Leistungsüberprüfung .....	246
<i>Arne Floh, Johannes Cech</i> Der Einfluss von Preisvergleichsplattformen auf die kognitiven Prozesse des Konsumentenverhaltens – Eine empirische Studie anhand des Preisvergleichsportals www.geizhals.at .....	257
<b>Konsumentenforschung</b> .....	271
<i>Renate Buber</i> Methodenpluralismus in der Konsumentenforschung .....	273
<i>Claudia Klausegger, Monika Koller, Thomas Salzberger</i> Das Phänomen der kognitiven Dissonanz – Empirische Neubetrachtung eines etablierten Konstrukts der Käuferverhaltensforschung .....	284
<i>Astrid Dickinger, Horst Treiblmaier, Mario Wiletial</i> Determinanten der Nutzung mobiler Selbstbedienungstechnologien .....	294
<i>Wolfgang Mayerhofer</i> Die Attraktivität von Handelsunternehmen als Arbeitgeber – Aus der Sicht unterschiedlicher Zielgruppen am Beispiel Hofer/Aldi.....	305
<i>Christoph Teller, Thomas Reutterer, Peter Schnedlitz</i> Attraktivitätsbewertung von Handelsagglomerationen im Zuge des Kauf-/Besuchsprozesses von Kunden.....	317
<i>Marina Dabic</i> Einflussfaktoren auf die individuelle Ausstattungswahl im Automobilmarkt.....	336
<i>Elisabeth Götze</i> Innovationen in Familien – Wie Kinder das Kauf- und Verwendungsverhalten ihrer Bezugspersonen beeinflussen .....	348
<i>Renate Buber, Bernhart Ruso, Johannes Gadner</i> Evolutionäres Design von Verkaufsräumen – Wasser, Pflanzen, Tiere und Sichtschutz als verhaltenssteuernde Gestaltungselemente .....	361
<i>Karl-Michael Brunner</i> Konsumbiografien: Ernährungspraktiken und Nachhaltigkeit .....	379

*Danijela Vucic, Renate Buber*

Kulturelle Einflüsse auf das Schenken und den Geschenkkauf – Kroatische  
Migrantinnen in Österreich und ihr Schenkverhalten bei Hochzeiten ..... 390

**Forschungsschwerpunkt Mittel- und Osteuropa ..... 419**

*Arnold Schuh*

Entwicklungen in der Forschung zum Marketing und Handel in Mittel-Osteuropa ..... 421

*Sonja Zechman-Hamidi*

Das Marketingprofil erfolgreicher österreichischer Unternehmen in Mittel- und  
Osteuropa – Eine branchenübergreifende Betrachtung ..... 426

*Edgar Hoffmann*

Eurasien als Leitkonzept für eine regionale Marktbearbeitung..... 443

*Arnold Schuh, Tobias Schediw*

Ländervergleich zur Verbreitung der Handelsmarken in Mittel- und Osteuropa..... 459

*Agnes Hofmeister-Tóth, Judit Simon*

Aktuelle Trends im Handel und Handelsmarketing in Mittel-Osteuropa..... 475

*Kristína Viestová*

Thesen zu Entwicklungstrends im Handel mit Verbrauchsgütern in der  
Slowakischen Republik..... 483

*Silvia Megyesiová*

Der slowakische Einzelhandel und seine Transformation seit 1990 ..... 491

*Vanda Lieskovská, Vladimír Gazda*

Entscheidungskriterien bei der Einkaufsstättenwahl im Einzelhandel – Eine Studie  
zum Käuferverhalten in der Ostslowakei ..... 497

**Dissertationen in Marketing und Handel – Eine Auswahl ..... 503**

*Doris Berger*

Lebensstilorientiertes Kaufentscheidungsverhalten von Konsumenten im  
Allgemeinen und Betriebstypenwahl im Speziellen – Eine empirische  
Zielgruppentypologie am Beispiel des Wiener Kaffeelokalmarktes ..... 505

*Christoph Breidert*

Schätzung von Zahlungsbereitschaften ..... 507

*Cordula Cerha*

Nahversorger im Lebensmitteleinzelhandel – Situationsanalyse und Ansätze für eine  
Neupositionierung ..... 508

*Thomas Haller*

Marketing im liberalisierten Strommarkt – Kommunikation und Produktplanung im  
Privatkundenmarkt..... 510

*Daniel F. Leutgeb*

Der Beitrag ausgewählter Controlling-Instrumente in der Handelslogistik vor dem  
Hintergrund des Efficient Consumer Response..... 511

<i>Birgit Löcker</i>	
Diffusion und Auswirkungen satellitengestützter Telematik im Rahmen des Staumanagements.....	512
<i>Maria Madlberger</i>	
Internetbasierte Marketinginstrumente und Marktforschungsmethoden für Electronic Retailing .....	515
<i>Andreas Newzella</i>	
Der Handel mit Arzneimitteln – Erfolgsfaktoren im Apothekeneinzelhandel .....	517
<i>Doris Posch</i>	
Impulskaufverhalten im Handel am Beispiel einer empirischen Analyse im Textilhandel .....	519
<i>Peter Rinnebach</i>	
Leistungsorientierte Vergütung im deutschen Schuh- und Textileinzelhandel – Eine Untersuchung der positiven und normativen Leistungsfähigkeit der Prinzipal-Agenten-Theorie.....	520
<i>Michael Scheuch</i>	
Verkaufsraumgestaltung und Ladenatmosphäre im Handel .....	523
<i>Albert Schmitt</i>	
Strategisches Controlling im Handel – Eine kritische Bestandsaufnahme anhand empirischer Case Studies .....	526
<i>Ferdinand Schwenkert</i>	
Das Käuferverhalten bei legalen Musikdownloads – Analyse des Auswahlverhaltens, der Qualitätsbeurteilung und der Kundenbindung im Hinblick auf den Anbieter .....	527
<i>Borris Wiebusch</i>	
Beziehungsmarketing und Kundenbindung in mehrstufigen Geschäftsbeziehungen – Eine empirische Analyse im Automobilvertrieb .....	528
<b>Die Autoren und Herausgeber</b> .....	533
<b>Stichwortverzeichnis</b> .....	547