

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
Einleitung	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
Innovationen in Handel und Marketing	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
Entscheidungsunterstützung in Handel und Marketing	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
Distributions- und Handelsforschung	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
Konsumentenforschung	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
Die Autoren und Herausgeber	533
Stichwortverzeichnis	547