

Hendrik Schröder (Hrsg.)

Category Management: Aus der Praxis für die Praxis

Konzepte – Kooperationen – Erfahrungen

Edition Lebensmittelzeitung

Frankfurt am Main: Deutscher Fachverlag, 2001

Inhaltsverzeichnis

Grundlagen und Perspektiven im Category Management

Hendrik Schröder

Category Management – Eine Standortbestimmung 13

Markus Großweischede, Claas Meineke und Dominique Locher

Virtuelle Sortimente kundenorientiert steuern –
Zum Prozess des Category Managements für Online-Shops 47

Hendrik Schröder und Stefan Geister

Internationales Category Management im europäischen Einzelhandel –
Anforderungen und Gestaltung 75

Kooperationsmodelle im Category Management

Uwe Rosik und Bernhard Koopsingraven

Vom Projekt zum Prozess – Modernes, kooperatives Category Management
von Karstadt und Schwarzkopf & Henkel 91

Andreas Blankenhorn

Category Management im Lebensmittelgroßhandel –
Eine Herausforderung für Industrie und Handel 103

Marcus Ebsen

Die OTC-Allianz im Category Management –
Chance oder Risiko für den Handelspartner? 131

Stefan Borchert, Silvia Lehmann und Jürgen Ritzek

Trilaterales Category Management im Frischesortiment eines SB-Warenhauses –
Die komplementäre Sortimentsführung durch zwei Industrie- und ein
Handelsunternehmen im Käse SB-Regal 151

Datengrundlagen und Informationsverarbeitung im Category Management

Dieter Ebbers

Welche Daten können was im Category Management-Prozess?
Leistungen der unterschiedlichen Datenquellen für ein effektives Category Management 167

Norbert Wittmann

Promotion am Point of Purchase – die Kundensicht entscheidet 187

Nadine Berghaus

Blickaufzeichnung zur Gewinnung kundenbezogener Daten
für das Category Management 203

Andreas Rödl

Der Customer Lifetime Value von Kunden des Lebensmittel-
Einzelhandels als Steuerungsgröße im Category Management 233

Franz Speer

Lebenszyklusorientierte Abgrenzung von Zielgruppen im Bereich
Fast Moving Consumer Goods – dargestellt am Beispiel der
Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel 259

Thomas Rotthowe, Andreas Helweg und Kai Raab

Web-enabled Category Management – Probleme und Lösungen der IT-Unterstützung 285

Umsetzungsfragen im Category Management

Dirk Seifert

ECR-Erfolgsfaktorenstudie Deutschland –
Kompetenzführer in der Umsetzung und relevante Stellhebel für die ECR-Implementierung 301

Christian L. Münstermann

Veränderung der Organisation in Industrieunternehmen durch Category Management –
Organisatorische Voraussetzungen von Projekten und Prozessen im Bereich
des Category Managements 321

Stephan Dörfler und Markus Weis

Category Management im Segment Babynahrung 341

Stefan Hoff

Category Management im Segment Bier – Anwendbarkeit und Umsetzung
des Category Management Prozesses in unterschiedlichen Vertriebsschienen 365