

Dieter Ahlert, Rainer Olbrich, Hendrik Schröder (Hrsg.)
Jahrbuch Handelsmanagement 2001
Vertikales Marketing und Markenführung im Zeichen von Category Management
Edition Lebensmittelzeitung
Frankfurt am Main: Deutscher Fachverlag, 2001

Literaturverzeichnis der Autoren der Uni-Essen:

- Feller, M. (2001): Informationen über das Kaufverhalten als Grundlage zur Steuerung von Categories im Lebensmittel-Einzelhandel, in: Ahlert, D.; Olbrich, R.; Schröder, H. (Hrsg.): Jahrbuch Handelsmanagement 2001 - Vertikales Marketing und Markenführung im Zeichen von Category Management, Frankfurt a.M., S.203-233.
- Großweischede, M. (2001): Category Management im eRetailing – Konzeptionelle Grundlagen und Umsetzungsansätze am Beispiel der Lebensmittelbranche, in: Ahlert, D.; Olbrich, R.; Schröder, H. (Hrsg.): Jahrbuch Handelsmanagement 2001 - Vertikales Marketing und Markenführung im Zeichen von Category Management, Frankfurt a.M., S.293-337.
- Mehling, K. (2001): Category Management in der Partievermarktung – Herausforderungen an die wirtschaftsstufenübergreifende Vermarktung von Aktionswaren, in: Ahlert, D.; Olbrich, R.; Schröder, H. (Hrsg.): Jahrbuch Handelsmanagement 2001 - Vertikales Marketing und Markenführung im Zeichen von Category Management, Frankfurt a.M., S.233-260.
- Schröder, H. (2001): Wer hat bei Category Management an Efficient Shelf Presentation gedacht? – Informationen für kundenorientierte Flächenzuteilung und Warenpräsentation im Lebensmittel-Einzelhandel, in: Ahlert, D.; Olbrich, R.; Schröder, H. (Hrsg.): Jahrbuch Handelsmanagement 2001 - Vertikales Marketing und Markenführung im Zeichen von Category Management, Frankfurt a.M., S.261-291.