

Timo Mussler

**Eine kritische Analyse von "Efficient
Consumer Response" als Kooperationsform
zwischen Industrie und Handel**

Diplomarbeit

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Copyright © 1998 Diplomica Verlag GmbH
ISBN: 9783832434519

Timo Mussler

Eine kritische Analyse von "Efficient Consumer Response" als Kooperationsform zwischen Industrie und Handel

Timo Mussler

Eine kritische Analyse von "Efficient Consumer Response" als Kooperationsform zwischen Industrie und Handel

Diplomarbeit

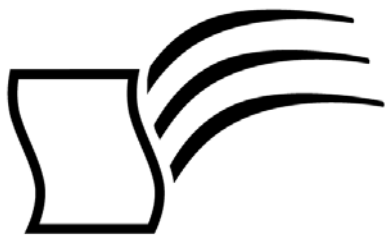
an der Johann Wolfgang Goethe-Universität Frankfurt am Main

Fachbereich Wirtschaftswissenschaften

Institut für Agrarmarketing, Lehrstuhl für Prof. Dr. Dr. h. c. Rudolf

Gümbel

März 1998 Abgabe



Diplom.de

Diplomica GmbH _____

Hermannstal 119k _____

22119 Hamburg _____

Fon: 040 / 655 99 20 _____

Fax: 040 / 655 99 222 _____

agentur@diplom.de _____

www.diplom.de _____

ID 3451

Mussler, Timo: Eine kritische Analyse von " Efficient Consumer Response " als Kooperationsform zwischen Industrie und Handel / Timo Mussler - Hamburg: Diplomica GmbH, 2001
Zugl.: Frankfurt am Main, Universität, Diplom, 1998

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden, und die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Diplomica GmbH
<http://www.diplom.de>, Hamburg 2001
Printed in Germany



Wissensquellen gewinnbringend nutzen

Qualität, Praxisrelevanz und Aktualität zeichnen unsere Studien aus. Wir bieten Ihnen im Auftrag unserer Autorinnen und Autoren Wirtschaftsstudien und wissenschaftliche Abschlussarbeiten – Dissertationen, Diplomarbeiten, Masterarbeiten, Staatsexamensarbeiten und Studienarbeiten zum Kauf. Sie wurden an deutschen Universitäten, Fachhochschulen, Akademien oder vergleichbaren Institutionen der Europäischen Union geschrieben. Der Notendurchschnitt liegt bei 1,5.

Wettbewerbsvorteile verschaffen – Vergleichen Sie den Preis unserer Studien mit den Honoraren externer Berater. Um dieses Wissen selbst zusammenzutragen, müssten Sie viel Zeit und Geld aufbringen.

<http://www.diplom.de> bietet Ihnen unser vollständiges Lieferprogramm mit mehreren tausend Studien im Internet. Neben dem Online-Katalog und der Online-Suchmaschine für Ihre Recherche steht Ihnen auch eine Online-Bestellfunktion zur Verfügung. Inhaltliche Zusammenfassungen und Inhaltsverzeichnisse zu jeder Studie sind im Internet einsehbar.

Individueller Service – Gerne senden wir Ihnen auch unseren Papierkatalog zu. Bitte fordern Sie Ihr individuelles Exemplar bei uns an. Für Fragen, Anregungen und individuelle Anfragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung. Wir freuen uns auf eine gute Zusammenarbeit.

Ihr Team der Diplomarbeiten Agentur

Diplomica GmbH _____
Hermannstal 119k _____
22119 Hamburg _____

Fon: 040 / 655 99 20 _____
Fax: 040 / 655 99 222 _____

agentur@diplom.de _____
www.diplom.de _____

Inhaltsverzeichnis

	Seite
ABBILDUNGSVERZEICHNIS	III
ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	IV
1 EINLEITUNG	1
1.1 PROBLEMSTELLUNG.....	1
1.2 GANG DER UNTERSUCHUNG	1
2 VERTIKALE KOOPERATION ZWISCHEN INDUSTRIE UND HANDEL	2
2.1 KOOPERATIONSFÖRDERNDE ENTWICKLUNGEN.....	2
2.2 DIE KOOPERATION AUS TRANSAKTIONSKOSTENTHEORETISCHER SICHT.....	5
2.2.1 <i>Begrenzte Rationalität und Opportunismus</i>	6
2.2.2 <i>Spezifische Investitionen</i>	6
2.2.3 <i>Weitere transaktionskostenbeeinflussende Determinanten</i>	7
2.3 DIE GENERIERUNG UND DIE AUFTEILUNG DER QUASI-RENTE	9
2.3.1 <i>Gemeinsame Gewinnmaximierung</i>	9
2.3.2 <i>Die Gewinnaufteilung</i>	10
2.3.2.1 Lösung bei vollkommener Information	11
2.3.2.2 Lösung bei unvollkommener Information	13
2.4 KOOPERATION ODER DEFEKTION?.....	16
3 EFFICIENT CONSUMER RESPONSE (ECR)	18
3.1 DIE RAHMENBEDINGUNGEN VON ECR	18
3.1.1 <i>Rechtliche Rahmenbedingungen</i>	18
3.1.2 <i>Informations- und kommunikationstechnologische Instrumente</i>	19
3.1.2.1 Scanning	20
3.1.2.2 Efficient Information Response (EIR).....	21
3.1.2.3 Electronic Data Interchange (EDI)	22

3.2	DARSTELLUNG VON ECR	23
3.2.1	<i>Die Kooperation in der Logistik - Efficient Replenishment</i>	23
3.2.2	<i>Die Kooperation im Marketing</i>	26
3.2.2.1	Category Management	26
3.2.2.2	Der Category Captain	30
3.2.2.3	Efficient Store Assortment	31
3.2.2.4	Efficient Promotion	33
3.2.2.5	Efficient Product Introduction	36
4	ÖKONOMISCHE BETRACHTUNG VON ECR.....	38
4.1	SPEZIFISCHE INVESTITIONEN BEI ECR	38
4.2	VERHALTENSUNSICHERHEIT BEI ECR.....	39
4.3	MACHTVERHÄLTNISSE.....	44
4.4	TENDENZAUSSAGEN ZUR MACHTVERTEILUNG	46
5	DIE IMPLEMENTIERUNG VON ECR	49
5.1	VERTRAUEN ZUR FÖRDERUNG EINER KOOPERATION	49
5.2	ORGANISATIONSVERÄNDERUNGEN	50
5.3	BEWERTUNGSSYSTEM.....	54
5.4	DIE ANPASSUNG DES MACHTNIVEAUS	56
5.5	DIE QUALITÄT EINER GESCHÄFTSBEZIEHUNG.....	57
6	FAZIT.....	61
7	ANHANG	64
7.1	VERGLEICH DER AUSGANGSSITUATIONEN IN DEN USA VERSUS EUROPA..	64
7.2	SCORECARD	64
7.3	PRAXISBEISPIELE FÜR ECR-KOOPERATIONEN	65
	LITERATURVERZEICHNIS.....	V

Abbildungsverzeichnis

	Seite
Abb. 1: ECR-Basis-Strategien.....	4
Abb. 2: Renten bei gemeinsamer Gewinnmaximierung.....	10
Abb. 3: Gewinnaufteilung bei vollkommener Information.....	12
Abb. 4: Gewinnaufteilung bei unvollkommener Information.....	15
Abb. 5: Vom Push- zum Pull-System.....	25
Abb. 6: Kontinuierliche Verbesserung der Warengruppe.....	28
Abb. 7: Renten bei opportunistischer Gewinnmaximierung.....	43
Abb. 8: Das Machtverhältnis zwischen Industrie und Handel.....	44
Abb. 9: Traditionelle Organisationsform des Handels.....	51
Abb. 10: Neue Organisationsform des Handels.....	52
Abb. 11: Die Schnittstelle bei traditioneller Organisation.....	53
Abb. 12: Die Schnittstelle bei multifunktionalen Teams.....	53
Abb. 13: Die Determinanten der Beziehungsqualität.....	58
Abb. 14: Positionierungswürfel der Beziehungsqualität.....	59
Abb. 15: Die Einsparungspotentiale von ECR in Deutschland.....	64