

Information

Zukunft im Handel

Joachim Zentes / Lambert Scheer /

Markus Lehnert

Internationalisierungspotenziale für Verbundgruppen

1. Auflage, 256 Seiten, gebunden, mit zahlreichen Tabellen und Grafiken, Euro 68,--
ISBN 978-3-86641-089-3 / ISSN 1433-8130

Verlagsgruppe Deutscher Fachverlag GmbH, Buchverlag,
Mainzer Landstrasse 251, 60326 Frankfurt am Main

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort des ZGV	XI
Vorwort	13

Erstes Kapitel: Einführung und Grundlagen

A. Theoretischer Bezugsrahmen	17
I. Ausgangslage der Studie	17
II. Verbundgruppen in Deutschland	17
III. Internationalisierungstendenzen der Verbundgruppen	23
B. Empirische Untersuchung	31
I. Problemstellung, Zielsetzung und modularer Aufbau der Untersuchung	31
II. Vorgehensweise	32
III. Merkmale der untersuchten Verbundgruppen	34

Zweites Kapitel: Absatzseitige Internationalisierung

A. Status quo, Entwicklungstendenzen und Perspektiven	45
I. Status quo der Internationalisierung	45
II. Entwicklungsprozesse und Perspektiven der Internationalisierung	50
III. Motive der Internationalisierung	61
IV. Voraussetzungen der Internationalisierung und deren Erfüllungsgrad	70
V. Barrieren der Internationalisierung	70

Bitte senden Sie uns zu allen Veröffentlichungen je zwei Beleg-Exemplare.

Verlagsgruppe Deutscher Fachverlag - Buchverlag
Mainzer Landstrasse 251 D-60326 Frankfurt am Main
Tel. 069/75 95-2112 Fax. 069/75 95-2110
e-mail Buchverlag@dfv.de Internet: www.dfv-fachbuch.de

dfv DEUTSCHER
FACHVERLAG
FACHBUCH
Da steckt viel Praxis drin!



B. Wahl der Absatzmärkte	86	
I. Länderselektionskriterien	86	
II. Marktsegmentierung	96	
III. Timing-Strategien	100	
IV. Methoden der Ländermarktanalyse	105	
V. Vorgehensweisen bei der Ländermarktanalyse	111	
C. Betätigungsformen und Geschäftsmodelle auf ausländischen Absatzmärkten		115
I. Betätigungsformen in Auslandsmärkten	115	
II. Determinanten der Wahl von Betätigungsformen	120	
III. Wechsel der Betätigungsform	124	
IV. Geschäftsmodelle in Auslandsmärkten	125	
V. Determinanten der Geschäftsmodellwahl	130	

Drittes Kapitel: Beschaffungsseitige Internationalisierung

A. Status quo, Entwicklungstendenzen und Perspektiven der internationalen Beschaffung	135	
I. Anteil des ausländischen Einkaufsvolumens	135	
II. Internationale Beschaffung in Abhängigkeit der Charakteristika des Warenbereichs	138	
III. Vergleich der internationalen Beschaffung von Markenartikeln, Handelsmarken und Commodity-Artikeln	141	
IV. Verteilung des internationalen Einkaufsvolumens auf Produktionsländer und zukünftige Bedeutung der Produktionsländer	142	
B. Wahl der Beschaffungsmärkte	143	
I. Kriterien zur Beurteilung von Produktionsländern	143	
II. Beurteilung ausländischer Produktionsländer gegenüber dem heimischen Produktionsmarkt	149	
C. Beschaffungskanäle	151	
I. Kriterien der Beschaffungskanalwahl	151	
II. Analyse heutiger und zukünftiger internationaler Beschaffungskanäle	154	

Viertes Kapitel: Praktische Vorgehensweisen und Fallbeispiele

A. Gegenstand	165
B. Konkretisierung der Länderselektion am Beispiel der Unterhaltungselektronik/ Informationstechnologie-Branche in Polen	165
I. Überblick	165
II. Analyse der relevanten Selektionskriterien	169
III. Bewertung auf Basis eines Scoring-Modells	199
C. Fallbeispiel Einkaufsbüro Deutscher Eisenhändler GmbH (E/D/E)	204
I. Unternehmensportrait	204
II. Absatzseitige Internationalisierung	206
III. Fazit und Ausblick	217
D. Fallbeispiel SPORT2000	218
I. Unternehmensportrait	218
II. Beschaffungsseitige Internationalisierung	223
III. Fazit und Ausblick	227

Fünftes Kapitel: Zusammenfassende Schlussbetrachtung

Literatur	235
Autoren	255

Bitte senden Sie uns zu allen Veröffentlichungen je zwei Beleg-Exemplare.

Verlagsgruppe Deutscher Fachverlag - Buchverlag
Mainzer Landstrasse 251 D-60326 Frankfurt am Main
Tel. 069/75 95-2112 Fax. 069/75 95-2110
e-mail Buchverlag@dfv.de Internet: www.dfv-fachbuch.de

 **DEUTSCHER
FACHVERLAG
FACHBUCH**
Da steckt viel Praxis drin!