

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	III
Tabellenverzeichnis.....	III
Abkürzungsverzeichnis.....	IV
Management Summary.....	V
1 Einleitung.....	1
1.1 Motivation und aktueller Hintergrund.....	1
1.2 Zielsetzung und Gang der Arbeit	2
2 Grundlagen der Untersuchung.....	5
2.1 Einzelhandel in Deutschland.....	5
2.1.1 Bestandsaufnahme	5
2.1.2 Handelsmarketing	7
2.1.3 Marktforschung.....	9
2.1.4 Perspektiven.....	11
2.2 Moderne Informationskonzepte im Handel und Marketing.....	13
2.2.1 Warenwirtschafts- und Handelsinformationssysteme	13
2.2.2 Data Warehousing, Data Mining und OLAP	14
2.2.3 Wissensmanagement und Business Intelligence.....	18
2.3 Radio Frequency Identification.....	20
2.3.1 Auto-ID-Systeme	20
2.3.2 RFID-Tags	21
2.3.3 RFID-Systeme	23
2.3.4 RFID-Systeme in der Supply Chain	25
3 Potenziale von RFID-Systemen im Handelsmarketing	29
3.1 Einordnung und Anwendungsfelder von RFID-Systemen im Marketing.....	29
3.2 Entwicklung und Ausgestaltung eines konzeptionellen Bezugsrahmens	29
3.3 Herleitung erfolgsrelevanter Faktoren des Einsatzes von RFID-Systemen	34

3.3.1 Grundlagen der Erfolgsfaktorenforschung	34
3.3.2 Erfolgsfaktoren des Einzelhandels.....	36
3.3.3 Erfolgsfaktoren des Handelsmarketing.....	39
3.3.4 Erfolgsfaktoren von Informationstechnologien	42
3.3.5 Summe der relevanten Erfolgs- und Einflussfaktoren	46
3.4 Betrachtung ausgewählter Marketingstrategien und -konzepte	48
3.4.1 Customer Relationship Management	48
3.4.2 Database Marketing und Direct Marketing.....	51
3.4.3 Efficient Consumer Response und Category Management	53
3.5 Zusammenfassende Beurteilung der Potenziale von RFID-Systemen.....	56
4 Empirische Untersuchung zu RFID-Systemen im Einzelhandel.....	61
4.1 Modellbeschreibung und Vorgehensweise.....	61
4.2 Entwicklung des Gesprächsleitfadens.....	63
4.2.1 Allgemeine Grundannahmen	63
4.2.2 Fragenkatalog.....	64
4.3 Auswahl zu befragender Unternehmen des Einzelhandels	72
4.3.1 Anforderungskriterien und Betriebsformenbezug	72
4.3.2 Anwendung der Kriterien auf den deutschen Einzelhandel.....	76
4.4 Analyse und Interpretation der Ergebnisse	77
4.4.1 Grundsätzliche Erkenntnisse.....	77
4.4.2 Auswertung der einzelnen Fragenkomplexe.....	80
4.5 Vergleich und kritische Reflexion.....	83
5 Zusammenfassung, zukünftige Entwicklung und Fazit	86
Literaturverzeichnis.....	92

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Zielsetzung und Aufbau der Arbeit.....	4
Abbildung 2: Komponenten des Data Warehouse	16
Abbildung 3: Stufen des Data Mining Prozesses	18
Abbildung 4: Aufwand und Kosten der Dateneingabe bei Auto-ID-Systemen	21
Abbildung 5: Komponenten von RFID-Systemen	25
Abbildung 6: Einsatzgebiete von RFID-Systemen in der Supply Chain.....	28
Abbildung 7: Konzeptioneller Bezugsrahmen der Untersuchung.....	30
Abbildung 8: Erfolgs- und Einflussfaktoren von RFID-Systemen im Einzelhandel	48
Abbildung 9: SWOT-Analyse zu RFID-Systemen im Einzelhandel	57
Abbildung 10: Beurteilung der Potenziale von RFID-Systemen	59
Abbildung 11: Hype Cycle Konzept zur Technologiefolgenabschätzung	87

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Merkmale eines RFID-Tag.....	23
Tabelle 2: Bestimmungsfaktoren des Erfolgs im Einzelhandel.....	37
Tabelle 3: Erfolgsfaktoren des Einzelhandels	38
Tabelle 4: Anforderungen an Warenwirtschaftssysteme.....	42
Tabelle 5: Betriebsformen des Einzelhandels	73
Tabelle 6: Auswahl der zu untersuchenden Betriebsformen	76
Tabelle 7: Übersicht der zu befragenden Einzelhandelsunternehmen.....	77