

Martin Grünblatt

Warengruppenanalyse mit POS- Scanningdaten

Reihe „**Marketing, Handel und Management**“, Band 2

Herausgegeben von Prof. Dr. Rainer Olbrich,
FernUniversität in Hagen

Lohmar – Köln 2004, 462 Seiten

ISBN 3-89936-230-6

€ 59,- (D) ♦ € 60,70 (A) ♦ sFr 96,-

Gefördert durch das:



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

Scanningdaten stellen seit geraumer Zeit eine wichtige Informationsgrundlage des Handelsmanagement und auch des industriellen Vertriebsmanagement dar. In der Unternehmenspraxis, insbesondere in kleinen und mittelständischen Unternehmen, sind jedoch die Verfahren zur Analyse von Scanningdaten und die damit verbundenen Probleme der Scanningdaten-Forschung weitgehend unbekannt. Folglich werden die Informationspotenziale von Scanningdaten in der Deutschen Unternehmenspraxis nicht ausreichend, im Mittelstand praktisch überhaupt nicht genutzt. Aus Sicht der kleinen und mittelständischen Unternehmen entsteht somit häufig ein Wettbewerbsnachteil gegenüber Großunternehmen, die zum Teil über eigene Auswertungsmethoden verfügen oder kostenintensive Datenauswertungen von Marktforschungsinstituten erkaufen können. Als ein Indiz für diesen Zustand sei die in der Bundesrepublik Deutschland kaum artikulierte Nachfrage kleiner und mittelständischer Unternehmen nach Scanningdaten genannt. In den USA hingegen gehört die Auswertung von Scanningdaten zu den üblichen Verfahren der Gewinnung von Marktdaten. Dieses Szenario verdeutlicht den Rückstand der Nutzung von Scanningdaten in der Bundesrepublik Deutschland.

In der vorliegenden Schrift wird der aktuelle Stand der Nutzung von Scanningdaten in der Deutschen Konsumgüterwirtschaft skizziert. Darüber hinaus werden die Problemfelder der Nutzung von Scanningdaten in der Deutschen Unternehmenspraxis offen gelegt und entsprechende Lösungsansätze herausgearbeitet. Anhand eines konkreten Fallbeispiels aus dem filialisierten Lebensmittel Einzelhandel werden Verfahren zur Analyse von Warengruppen dargestellt.

Mit einem Geleitwort von Prof. Dr. Rainer Olbrich, FernUniversität in Hagen

***Martin Grünblatt**, geboren am 23.09.1972 in Lima (Peru) studierte von 1994 bis 1998 Betriebswirtschaftslehre an der Ernst-Moritz-Universität Greifswald (Dezember 1998 Abschluss als Diplom-Kaufmann). Nach dem Studium arbeitete er von 1999 bis 2003 als wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Marketing, der Fernuniversität in Hagen. Hier promovierte er im Dezember 2003 bei Prof. Dr. Rainer Olbrich zum Dr. rer. pol. Seit Januar 2004 ist er als Marktforscher und Berater im Bereich POS- und Consumer Research bei der Münchner Unternehmensberatung Gruppe Nymphenburg Retail Consult GmbH tätig.*

Inhaltsübersicht

- 1. Einleitung**
 - 1.1 Problemstellung
 - 1.2 Zum Stand der Scanningdaten-Forschung in der Literatur
 - 1.3 Vorgehensweise und Ziele der Untersuchung
- 2. Der Einsatz von Scanningdaten in der Konsumgüterwirtschaft**
 - 2.1 Die Bemühungen zur Rationalisierung der Informationsversorgung zwischen Industrie und Handel
 - 2.2 Die Gewinnung von Scanningdaten in der Unternehmenspraxis
- 3. Konzeptionelle Grundlagen einer Nutzung von Scanningdaten in Handel und Industrie**
 - 3.1 Überblick
 - 3.2 Die Nutzung von Scanningdaten im Handel
 - 3.3 Die Nutzung von Scanningdaten in der Industrie
 - 3.4 Die Kooperative Nutzung von Scanningdaten
- 4. Empirische Untersuchung zum Stand der Nutzung von Scanningdaten in der Deutschen Konsumgüterwirtschaft**
 - 4.1 Ziele der Untersuchung
 - 4.2 Grundgesamtheit und Stichprobe der Untersuchung
 - 4.3 Charakteristika der befragten Stichprobe
 - 4.4 Ergebnisse der empirischen Untersuchung
 - 4.5 Ansätze zur Lösung der Probleme in Industrie und Handel
 - 4.6 Zusammenfassung der wesentlichen Ergebnisse der Untersuchung
- 5. Konzeption und methodische Darstellung von Verfahren zur Analyse von Scanningdaten**
 - 5.1 Datenbasis
 - 5.2 Überblick über die untersuchte Warengruppe
 - 5.3 Ausgewählte Nutzenpotenziale von Scanningdaten
 - 5.4 Zusammenfassung der Ergebnisse und kritische Würdigung
- 6. Zukünftige Herausforderungen an die Scanningdaten-Forschung**
 - 6.1 Erarbeitung von Richtlinien für die Ausbildung der Mitarbeiter
 - 6.2 Verbesserung der Infrastruktur zur Nutzung von Scanningdaten
 - 6.3 Schaffung eines zentralen Datenpools zur Verbesserung des bi- und multilateralen Datenaustausches
 - 6.4 Verbesserung der EAN-Codierung von Frischwaren
 - 6.5 Intensivierung der Forschung zur Entwicklung von praxisorientierten Analyseverfahren

Literaturverzeichnis

✂-----

Bestellungen bitte an:

JOSEF EUL VERLAG GmbH, Brandsberg 6, 53797 Lohmar, Fax: 0 22 05 / 90 10 6-88

Hiermit bestelle ich _____ Exemplar(e) des Titels „**Warengruppenanalyse mit POS-Scanningdaten**“ von **Martin Grünblatt, ISBN 3-89936-230-6** zum Preis von € 59,- (D). Die Lieferung erfolgt innerhalb Deutschlands versandkostenfrei gegen Rechnung.

Name: _____

Firma: _____

Straße: _____

PLZ/Ort: _____

Telefon: _____

Datum

Unterschrift