

MICHAEL LINGENFELDER

Die Internationalisierung im europäischen Einzelhandel

**Ursachen, Formen und Wirkungen
im Lichte einer theoretischen Analyse und
empirischen Bestandsaufnahme**



DUNCKER & HUMBLOT · BERLIN

MICHAEL LINGENFELDER

Die Internationalisierung im europäischen Einzelhandel

SCHRIFTEN ZUM MARKETING

hrsg. von Prof. Dr. Dr. h. c. Erwin Dichtl, Mannheim
Prof. Dr. Franz Böcker †, Regensburg
Prof. Dr. Hermann Diller, Nürnberg
Prof. Dr. Hans H. Bauer, Mannheim
Prof. Dr. Stefan Müller, Dresden

Band 42

Die Internationalisierung im europäischen Einzelhandel

**Ursachen, Formen und Wirkungen
im Lichte einer theoretischen Analyse und
empirischen Bestandsaufnahme**

Von

Michael Lingenfelder



Duncker & Humblot · Berlin

Die Deutsche Bibliothek – CIP-Einheitsaufnahme

Lingenfelder, Michael:

Die Internationalisierung im europäischen Einzelhandel :
Ursachen, Formen und Wirkungen im Lichte einer
theoretischen Analyse und empirischen Bestandsaufnahme /
von Michael Lingenfelder. – Berlin : Duncker und Humblot, 1996
(Schriften zum Marketing ; Bd. 42)

Zugl.: Mannheim, Univ., Habil.-Schr., 1996

ISBN 3-428-08833-6

NE: GT

Alle Rechte vorbehalten

© 1996 Duncker & Humblot GmbH, Berlin

Fremddatenübernahme und Druck:

Berliner Buchdruckerei Union GmbH, Berlin

Printed in Germany

ISSN 0343-5970

ISBN 3-428-08833-6

Gedruckt auf alterungsbeständigem (säurefreiem) Papier
entsprechend ISO 9706 ∞

„Kein Buch kann jemals fertig werden: während wir daran arbeiten, lernen wir immer gerade genug, um seine Unzulänglichkeit klar zu sehen, wenn wir es der Öffentlichkeit übergeben.“

Karl Popper, Die offene Gesellschaft und ihre Feinde,
Band I: Der Zauber Platons, 2. Aufl.,
Bern 1970, Vorwort S. 7.

Vorwort

Die Internationalisierung im institutionellen Handel schreitet mit Macht voran. Einzelhandelsunternehmen engagieren sich in allen Winkeln dieser Erde, und zwar sowohl auf seiten der Beschaffung als auch auf seiten des Absatzes. Diese Tatsache findet ihren Reflex darin, daß die Anzahl an praxisbezogenen und wissenschaftlichen Publikationen zu diesem Thema explosionsartig gestiegen ist. Als ich Mitte 1991 begann, mich mit der Materie zu beschäftigen, war die Literaturlage vergleichsweise schlecht. Als die Arbeit im Oktober 1995 abgeschlossen wurde und als Habilitationsschrift der Fakultät für Betriebswirtschaftslehre an der Universität Mannheim eingereicht wurde, war zu erkennen, daß sich die Handelsforschung im In- und Ausland zunehmend mit Fragen der grenzüberschreitenden Betätigung von Handelsbetrieben beschäftigt und ihre Anstrengungen in diesem Sektor weiter forcieren wird.

Der Verfasser ist seinem akademischen Lehrer, Mentor und Förderer Herrn Professor Dr. Dr.h.c. Erwin Dichtl, zu unschätzbar großem Dank verpflichtet. Er hat von Anfang an das Werk begleitet, verschiedene Teile konstruktiv kritisch geprüft, zahlreiche wertvolle Hinweise gegeben und vor allem Rückhalt gegeben, was für einen Habilitanden sehr wichtig ist. Seine Unterstützung und Fürsorge drückten sich u. a. darin aus, daß er mich bereits im Oktober 1992 ermunterte, eine Lehrstuhlvertretung anzunehmen. Am deutlichsten werden die Verlässlichkeit und großartige Menschlichkeit von Herrn Professor Dichtl daran, daß er mir trotz seiner schweren Krankheit, von der er im September 1995 erfuhr, unermüdlich den Rücken gestärkt hat. Er hat in unvergleichlicher Manier die Schrift in Rekordzeit und mit seiner ihm eigenen akribischen Gründlichkeit begutachtet sowie mich in allen weiteren Phasen der Habilitation nachhaltig unterstützt.

Großen Dank schuldet der Bearbeiter ferner den Herren Professoren Dres. Klaus Conrad und Manfred Perlit, beide Universität Mannheim, die sich als Gutachter zur Verfügung stellten und innerhalb kurzer Zeit die Schrift bewerteten.

Ferner bin ich Herrn cand. rer. pol. Thomas Täschner zu Dank verpflichtet, der sich um die EDV-technische Formatierung bzw. das Layout der Arbeit kümmerte. Schließlich schulde ich den Mitarbeitern des Marburger Marketing- und Handelslehrstuhls, Frau Dipl.-Kff. Stephanie Dann und Frau Ortrud Müller sowie Herrn Dipl.-Kfm. Thomas Reis, Dank dafür, daß sie mich bei der technischen Fertigstellung des Buches unterstützt haben.

Daß das Werk vollbracht wurde, ist zu einem großen Teil das Verdienst meiner Frau; denn sie hat mir den Freiraum, die Kraft und die Ruhe gegeben, ohne die ich

die sich immer wieder in den Weg stellenden Klippen nicht hätte umschiffen können. Sie hat unsere Tochter erzogen, als ich zwischen Marburg, Jena (wo ich Lehrstuhlvertretungen wahrnahm) und Mannheim hin- und herpendelte. Meine Tochter mußte in den letzten zwei Jahren auf ihre Frage „Spielst Du mit mir?“ viel zu oft mit der Antwort leben „Keine Zeit. Der Papa muß arbeiten“. In der Hoffnung, daß sich das ändern möge, widme ich dieses Buch den Menschen, die ich am meisten liebe: Silke und Laura-Charlotte.

Marburg, im Februar 1996

Michael Lingfelder

Inhaltsverzeichnis

1. Kapitel

Die Bearbeitung des europäischen Marktes als Herausforderung für den Einzelhandel	19
1. Die Relevanz der Internationalisierung im Einzelhandel in Wissenschaft und Praxis	19
2. Die grenzüberschreitende Tätigkeit des Einzelhandels in verschiedenen handels- geschichtlichen Entwicklungsphasen	23
2.1. Die Herausbildung von Fern- und Klein- bzw. Detailhandel bis zur Mitte des 19. Jahrhunderts	24
2.2. Die Wandlung des Klein- bzw. Detailhandels bis zum Ersten Weltkrieg	26
2.3. Die Beeinträchtigung der Entwicklung des Einzelhandels bis Anfang der 50er Jahre	30
2.4. Die Veränderung der Einzelhandelsstruktur bis zur Mitte der 80er Jahre	32
3. Ein länderbezogener Überblick über Auslandsaktivitäten im europäischen Einzel- handel	39
4. Die Vorgehensweise bei der Untersuchung und die dieser zugrundeliegende Ziel- setzung	45

2. Kapitel

Die Internationalisierung der Geschäftstätigkeit des Einzelhandels als Gegenstand theoretischer Überlegungen und strategischer Konzepte	50
1. Der Objektbereich der Internationalisierung im Einzelhandel und Implikationen für die Auswahl der heranzuziehenden Theorien sowie strategischen Konzepte	50
2. Die Internationalisierung von Handelsunternehmen aus wirtschaftswissenschaft- licher Sicht	65
2.1. Die Fundierung von Internationalisierungsentscheidungen durch volkwirt- schaftliche Erklärungsansätze	65
2.1.1. Die Außenhandelslehre	65
2.1.2. Die Mikroökonomik	80

2.1.3. Wettbewerbstheorien	92
2.1.4. Die Industrieökonomik	109
2.2. Die Fundierung von Internationalisierungsentscheidungen durch betriebswirtschaftliche Erklärungsansätze	119
2.2.1. Die Lehre von den Handelsfunktionen	119
2.2.2. Theorien des Wandels der Marktstellung von Handelsunternehmen	126
2.2.3. Gate keeper- und Interaktionstheorien	134
2.2.4. Die Transaktionskostentheorie	147
2.2.5. Die Erfolgsfaktorenforschung	161
2.2.6. Die Entscheidungstheorie	168
3. Die Internationalisierung von Handelsunternehmen als Gegenstand strategischer Konzepte	173
3.1. Das Global Sourcing	174
3.2. Economies of large scale- und Erfahrungskurveneffekt	181
3.3. Strategische Netzwerke und strategische Allianzen	188
3.4. Das EPRG-Konzept	198
3.5. Die Globalisierungskonzepte von <i>Ohmae</i> und <i>Porter</i>	203
3.6. Der Strategic Fit-Approach	214
4. Die theoretische Basis der Untersuchung im Überblick	218

3. Kapitel

Ursachen, Formen und Wirkungen der Europäisierung im Einzelhandel 252

1. Gründe für die Europäisierung im Einzelhandel	252
1.1. Antriebskräfte des „going international“ im Lichte sekundärstatistischer Befunde	253
1.1.1. Die Veränderung der Makroumwelt von Einzelhandelsbetrieben	253
1.1.1.1. Die politisch-rechtliche Integration Europas	254
1.1.1.2. Unterschiede in bezug auf ausgewählte ökonomische Rahmenbedingungen	266
1.1.1.3. Die Überwindung sozio-kultureller Divergenz in den Kernländern Europas	286
1.1.1.4. Die informationstechnologische und infrastrukturelle Verzahnung europäischer Länder	293