

Vorwort zur zweiten Auflage

Wenngleich die bewährte Grundkonzeption der ersten Auflage beibehalten wurde, ist die zweite Auflage ein neues Buch geworden. Die strategischen Neuorientierungen von Handelsunternehmen, so hinsichtlich der Gestaltung der Wertschöpfungsarchitekturen, die gesellschaftlichen und ökologischen Herausforderungen, so im Zusammenhang mit Fragen der Nachhaltigkeit (Sustainability) und der unternehmerischen Verantwortung (Corporate Social Responsibility), die rasanten informations- und kommunikationstechnologischen Entwicklungen, so „Web 3.0“ und mobile Anwendungen, die weit reichenden Fortschritte auf dem Gebiet Data Mining/Artificial Intelligence bringen tief greifende Veränderungen der Supply-Chain-Prozesse und der sie steuernden bzw. ihnen zugrunde liegenden Warenwirtschaftssysteme mit sich.

Anliegen dieser Auflage ist, diese veränderte „SCM/WWS-Welt“ mit all ihren Facetten aufzuzeigen und auch künftige Entwicklungen zu diskutieren. Der Fokus liegt weiterhin auf dem Gebiet des Konsumgüterhandels, i.e.S. des Einzelhandels, wenngleich – wie in dem Buch zu zeigen ist – die Grenzen zwischen den unterschiedlichen Wirtschaftsstufen (Industrie, Großhandel, Einzelhandel) immer mehr „verschwimmen“. Stärker als in der ersten Auflage wird der Non-Food-Bereich, so bspw. der Fashion-Bereich, in seinen spezifischen warenwirtschaftlichen und logistischen Ausprägungen diskutiert. Die Grundgliederung des Buches wurde im Wesentlichen beibehalten, wenngleich die detaillierte Ausgestaltung der einzelnen Kapitel sich doch wesentlich von der ersten Auflage unterscheidet.

Unser Dank gilt allen Mitarbeitern, die zum Entstehen dieser zweiten Auflage wesentlich beigetragen haben, so aus Saarbrücken Herrn Sebastian Rittinger, Herrn Dr. Karsten Konrad und aus Siegen Herrn Gerhard Wagner. Nicht zuletzt danken wir Frau Ute Frantz, Frau Gabriele Thös und Frau Sina Mildenerger (Saarbrücken) für die äußerst sorgfältigen Schreibarbeiten. Frau Carmen Richter (Siegen) danken wir darüber hinaus für die Layout- und redaktionellen Abschlussarbeiten.

Bewährt hat sich auch die durchgängige Verwendung der männlichen Form „Mitarbeiter“, „Manager“ oder „Entscheidungssträger“, wohl wis-

send, dass ein Großteil unserer Leser Frauen sind und auch in der Wirtschaftspraxis immer mehr Frauen in Führungspositionen tätig sind. Die männliche Form soll keineswegs eine Diskriminierung sein, sondern eine Kurzform für beide Geschlechter darstellen.

Über inhaltliche und redaktionelle Hinweise zu diesem Buch danken wir schon im Voraus. Am einfachsten erreichen Sie uns per E-Mail.

Saarbrücken und Siegen, im Dezember 2010

Joachim Hertel

(joachim.hertel@dacos.com)

Joachim Zentes

(hima@mx.uni-saarland.de)

Hanna Schramm-Klein

(schramm-klein@marketing.uni-siegen.de)



<http://www.springer.com/978-3-642-19178-7>

Supply-Chain-Management und
Warenwirtschaftssysteme im Handel
Hertel, J.; Zentes, J.; Schramm-Klein, H.
2011, XIII, 442 S. 182 Abb., Hardcover
ISBN: 978-3-642-19178-7