

Glossar

Artikel: Kleinste selbständige Einheit eines Sortimentes. Die Selbständigkeit ist gegeben, sofern eine eigene Artikelnummer vorliegt. Wird ein Produkt in verschiedenen Einheiten angeboten (z. B. unterschiedliche Packungsgrößen), handelt es sich um unterschiedliche Artikel. Einige Autoren verwenden, anders als hier, unterhalb der Artikelebene noch den Begriff Sorte (*Merkle (1981), S. 15*).

Doppelfacing: Ein Artikel wird in zweifacher Ausführung nebeneinander auf dem Warenträger platziert.

Facings: Anzahl Frontstücke eines Artikel auf dem Warenträger (vgl. *Günther / Mattmüller (1993), S. 80*).

Käufer: Als Käufer wird jede Person bezeichnet, die einen Einzelhandelsbetrieb aufsucht und dort einen oder mehrere Artikel aus einer oder mehreren Warengruppen erwirbt (*Fischer T. (1993), S. 21*).

Kontaktstrecke: Ergibt sich aus der Facinganzahl multipliziert mit der Frontstücklänge eines Artikels.

Kunde: Als Kunden werden diejenigen Einzelpersonen innerhalb des Marktgebietes einer Einkaufsstätte bezeichnet, die einen Teil oder die Gesamtheit ihres branchenspezifischen Bedarfs in dieser Einkaufsstätte decken (*Fischer T. (1993), S. 20*).

Mehrfachplatzierung: Wird für die Platzierung eines Artikels verwendet, der in einer Verkaufsstelle mehrfach an unterschiedlichen Orten platziert ist.

Produkt: Alle homogenen Wareneinheiten unabhängig von der Packungsgröße (z. B. ein Artikel in unterschiedlichen Packungsgrößen) (*Merkle (1981), S. 15*).

Regalfläche: Ergibt sich aus der Regallänge multipliziert mit der Regaltiefe.

Regalkapazität: Gibt für einen Artikel auf einem Regalboden eines bestimmten Regalmöbels an, wie viel Artikel maximal bei einem Facing hintereinander platziert werden können.

Regallänge: Regalplatz für das nebeneinander Platzieren von Artikeln (Regalbreite wird oft synonym verwendet).

Regaltiefe: Regalplatz für das hintereinander Platzieren von Artikeln.

Sortiment: Gesamtheit aller zum Verkauf angebotenen Artikel eines Handelsunternehmens (*Merkle (1981)*, S. 15).

Sortimentsteil: Teilsortiment, Teileinheit eines Sortiments; es kann sich dabei in Abhängigkeit vom Untersuchungszweck um einen Artikel, Artikelgruppe, Warengruppe oder beliebige Menge von Artikeln handeln.

Verbraucher: Als Verbraucher sind diejenigen Personen zu bezeichnen, die an der Nutzung eines Produktes beteiligt sind und somit im Fall von Gebrauchs- und haltbaren Verbrauchsgütern zu einem allmählichen oder im Fall von verderblichen Verbrauchsgütern zu einem sofortigen Aufbrauch des Produktes beitragen (*Fischer T. (1993)*, S. 20).

Warengruppe: Eindeutige Zusammenfassung mehrerer Artikel mit gleichen warentypischen, nachfragebedingten oder organisatorischen Merkmalen (*Merkle (1981)*, S. 15).

Warenkorb: Der Warenkorb ist das Ergebnis eines Käuferbesuchs in einer bestimmten Einkaufsstätte und beinhaltet die im zeitlichen Rahmen eines Einkaufsaktes gekauften Posten einer oder mehrerer Artikel aus einer oder mehreren Warengruppen (*Fischer T. (1993)*, S. 23).