

Inhaltsverzeichnis

Schwerpunkt Betriebswirtschaft

Lernfeld 6: Besondere Verkaufssituationen bewältigen

1	Kundeneinwände, Kaufabschluss, Verabschiedung des Kunden	13
1.1	Behandlung von Kundeneinwänden	13
1.1.1	Gründe für Kundeneinwände	13
1.1.2	Methoden der Behandlung von Kundeneinwänden	14
1.1.3	Vorgehensweise bei Kundeneinwänden	17
1.1.4	Alternativangebote	18
1.2	Herbeiführen des Kaufabschlusses	22
1.2.1	Abschlusssignale des Kunden	22
1.2.2	Abschlusstechniken	23
1.2.3	Abschlussverstärker	25
1.3	Serviceleistungen an der Kasse	27
1.3.1	Bekräftigung der Kaufentscheidung	27
1.3.2	Serviceleistungen beim und nach dem Zahlungsvorgang	28
1.4	Verabschiedung des Kunden	29
2	Kundenverhalten	34
2.1	Unterschiedliches Verhalten der Kunden	34
2.2	Kundengruppen	34
2.2.1	Frau und Mann als Käufer	34
2.2.2	Stammkunden und Laufkunden	36
2.2.3	Kinder und Jugendliche als Käufer	36
2.2.4	Senioren als Käufer	39
2.3	Kudentypen	40
2.3.1	Sachverständiger Kunde	40
2.3.2	Misstrauischer Kunde	41
2.3.3	Überheblicher (rechthaberischer) Kunde	42
2.3.4	Unentschlossener Kunde	42
2.3.5	Gesprächiger Kunde	43
2.3.6	Sparsamer Kunde	44
2.3.7	Smartshopper (preisorientierter Kunde)	44
2.4	Konsumtypen	45
3	Spezielle Verkaufssituationen	48
3.1	Verkaufen bei Hochbetrieb	48
3.2	Verkaufen kurz vor Ladenschluss	50
3.3	Verkauf an Kunden in Begleitung	51
3.4	Geschenkauf	53
3.5	Besorgungskauf	55
3.6	Finanzierungskauf (Ratenkauf)	59

4	Reklamationen (Beschwerden)	63
4.1	Gründe von Reklamationen	63
4.2	Bearbeiten einer Reklamation	63
4.3	Reklamation wegen mangelhafter Lieferung beim Verbrauchsgüterkauf	64
4.3.1	Arten von Mängeln	64
4.3.2	Abgrenzung von Gewährleistung und Garantie	66
4.3.3	Gewährleistungsrechte und Rückabwicklung	67
5	Produkthaftung	69
6	Kulanz und Umtausch	71
7	Ladendiebstahl	75

Lernfeld 7: Waren beschaffen, annehmen und lagern

1	Einkaufskooperation	80
1.1	Kooperation zwischen Einzelhandelsbetrieben	80
1.2	Kooperation zwischen Einzelhandelsbetrieben und Großhandelsbetrieben	81
2	Anbahnung von Kaufverträgen	85
2.1	Anfrage	85
2.2	Angebot	85
2.2.1	Begriff Angebot	85
2.2.2	Bindung an das Angebot	87
2.2.3	Inhalt des Angebots	88
2.2.3.1	Art, Güte, Beschaffenheit und Menge der Ware	88
2.2.3.2	Preis der Ware	88
2.2.3.3	Zahlungsbedingungen	89
2.2.3.4	Lieferungsbedingungen	90
2.2.3.5	Leistungsort und Gerichtsstand	91
2.2.3.6	Lieferzeit	94
2.2.4	Bestellung	94
3	Abschluss eines Kaufvertrags	100
3.1	Zustandekommen eines Kaufvertrags	100
3.2	Arten des Kaufvertrags	100
4	Warenannahme	106
4.1	Äußere Warenprüfung (Annahme der Warensendung)	106
4.2	Innere Warenprüfung (inhaltliche Kontrolle)	108
4.3	Erfassung des Wareneingangs	108
4.3.1	Lagerbuchhaltung	108
4.3.2	Etikettierung	109
5	Störungen bei der Warenbeschaffung durch den Lieferer	113
5.1	Begriff Leistungsstörungen	113
5.2	Mangelhafte Lieferung beim zweiseitigen Handelskauf	113
5.2.1	Mängelrüge	113
5.2.2	Rechte des Käufers (Gewährleistungsrechte)	114

5.3	Mangelhafte Lieferung beim Verbrauchsgüterkauf (einseitiger Handelskauf)	116
5.4	Lieferungsverzug (Nicht-Rechtzeitig-Lieferung) bearbeiten	121
5.4.1	Voraussetzungen des Lieferungsverzugs	121
5.4.2	Rechte des Käufers	122
6	Lagerung der Ware	128
6.1	Aufgaben eines Lagers (Lagerfunktionen)	128
6.2	Lagerarten	129
6.3	Lagerorganisation	133
6.4	Warengerechte Lagerung	134
6.4.1	Lagergrundsätze	134
6.4.2	Warenpflege	134
6.4.3	Warensicherungssysteme	135
6.4.4	Kontrolle des Lagerbestands (Ermittlung von Inventurdifferenzen)	136
6.5	Sicherheit und Umweltschutz im Lager	137

Schwerpunkt Steuerung und Kontrolle

Lernfeld 12: Geschäftsprozesse bei der Beschaffung, Kalkulation und Lagerung der Ware erfolgsorientiert planen, kontrollieren und steuern

1	Planung des Beschaffungsprozesses	141
1.1	Ermittlung der Bestellmenge	141
1.1.1	Lagerbestandsarten	141
1.1.2	Optimale Bestellmenge	142
1.1.3	Zielkonflikt zwischen Beschaffung und Lagerhaltung	143
1.2	Bestellverfahren	144
1.2.1	Möglichkeiten der zeitlichen Planung	144
1.2.2	Bestellverfahren bei Vorratsbeschaffung	145
1.2.3	Automatische Bestellmengenermittlung	146
1.3	Ermittlung der Bezugsquellen bei Neulistungen	151
1.3.1	Interne Bezugsquellen	151
1.3.2	Externe Bezugsquellen	152
1.4	Angebotsvergleich	156
1.4.1	Quantitative Angebotsvergleiche	156
1.4.2	Qualitativer Angebotsvergleich	160
2	Kalkulation	164
2.1	Vorwärtskalkulation	164
2.1.1	Selbstkostenkalkulation	164
2.1.2	Verkaufskalkulation ohne Kundennachlässe	166
2.1.3	Verkaufskalkulation mit Kundennachlässen	169
2.2	Rückwärtskalkulation	172
2.3	Differenzkalkulation	175

3	Verkürzte Kalkulationsverfahren	177
3.1	Kalkulationszuschlag	177
3.2	Kalkulationsfaktor	178
3.3	Kalkulationsabschlag	180
3.4	Handelsspanne	181
4	Preisstrategien und Preisgestaltungen im Einzelhandel	185
4.1	Preisstrategien	185
4.1.1	Hochpreisstrategie	186
4.1.2	Niedrigpreisstrategie	186
4.1.3	Weitere Formen von Preisstrategien	187
4.2	Preisgestaltung im Einzelhandel	187
4.2.1	Kostenorientierte Preisgestaltung	188
4.2.2	Nachfrageorientierte Preisgestaltung	188
4.2.3	Konkurrenzorientierte Preisgestaltung	189
5	Wareneingang	191
5.1	Kontrolle des Wareneingangs	191
5.2	Buchung des Wareneingangs	192
6	Lagerhaltung	194
6.1	Konflikt zwischen Lieferbereitschaft und Lagerkosten	194
6.1.1	Lagerkosten	194
6.1.2	Lagerumfang	195
6.2	Optimierungsmöglichkeiten der Lagerhaltung mithilfe von Lagerkennziffern	195
6.3	Risiken der Lagerhaltung	198

Lernfeld 13: Kennziffern im Verkauf analysieren und erfolgswirksame Geschäftsprozesse erfassen

1	Controlling	204
2	Kennziffern im Verkauf	205
2.1	Formen von Umsatzkennziffern	205
2.2	Statistische Aufbereitung der Umsatzentwicklung	208
3	Vergleichsmethoden	212
3.1	Zeitvergleich	212
3.2	Soll-Ist-Vergleich	213
3.3	Betriebsvergleich	214
4	Kontenrahmen, Kontenplan	217
5	Ergebniskonten (Erfolgskonten)	223
5.1	Aufwendungen, Erträge, Aufwandskonten, Ertragskonten	223
5.2	Buchungen auf den Ergebniskonten	225
5.3	Abschluss der Aufwands- und Ertragskonten	231
6	Buchungen auf den Warenkonten	235

Lernfeld 2: Wirtschaftliches Handeln in der Sozialen Marktwirtschaft analysieren

1	Wechselseitige Beziehungen der Wirtschaftssubjekte mittels Wirtschaftskreislauf darstellen und analysieren	243
1.1	Einfacher Wirtschaftskreislauf	243
1.2	Erweiterter Wirtschaftskreislauf	244
1.3	Vollständiger Wirtschaftskreislauf	245
2	Bruttoinlandsprodukt als Maß für die wirtschaftliche Leistung eines Landes berechnen und beurteilen	249
2.1	Begriff Bruttoinlandsprodukt	249
2.2	Entstehung und Verwendung des Bruttoinlandsprodukts und die Verteilung des Volkseinkommens	249
2.2.1	Entstehungsrechnung	250
2.2.2	Verwendungsrechnung	250
2.2.3	Verteilungsrechnung	251
2.3	Reales und nominales Bruttoinlandsprodukt	252
2.4	Kritik am Modell des BIP als Wohlstandsindikator	253
2.5	Alternativer Wohlstandsindikator	253
3	Grundgedanken und Ordnungsmerkmale der Sozialen Marktwirtschaft in der Bundesrepublik Deutschland beschreiben und deren Einfluss untersuchen	255
3.1	Wirtschaftsordnungen	255
3.2	Begriff Soziale Marktwirtschaft	256
3.3	Ordnungsmerkmale der Sozialen Marktwirtschaft	256
3.3.1	Garantierte Freiheitsrechte des Grundgesetzes	256
3.3.2	Einschränkung der Freiheitsrechte in der Sozialen Marktwirtschaft	257
3.3.3	Tarifautonomie und Sozialgesetzgebung	259
4	Formen und Ziele der Kooperation und Konzentration unterscheiden und bearbeiten	261
4.1	Begriffe Kooperation und Konzentration	261
4.2	Ziele der Kooperationen	262
4.3	Formen der Kooperation durch Unternehmenszusammenschlüsse	263
4.3.1	Kartell	263
4.3.2	Konzern	265
4.3.3	Trust	265
4.4	Folgen der Unternehmenskonzentration	266
4.5	Sicherung des Wettbewerbs durch staatliche Wettbewerbspolitik	266
4.5.1	Grundlagen der Wettbewerbspolitik	266
4.5.2	Kartellkontrolle	267
4.5.3	Missbrauchsaufsicht	268
4.5.4	Fusionskontrolle (Zusammenschlusskontrolle)	268

5	Markt als Ort des Zusammentreffens von Angebot und Nachfrage systematisieren und analysieren	270
5.1	Systematisierung von Märkten	270
5.1.1	Begriff Markt	270
5.1.2	Marktarten	270
5.2	Preisbildung, wenn unzählige Anbieter und Nachfrager auf einem vollkommenen Markt (vollkommenes Polypol) auftreten	271
5.2.1	Begriff vollkommenes Polypol	271
5.2.2	Angebot	271
5.2.3	Nachfrage	272
5.2.4	Berechnung und die Auswirkungen des Gleichgewichtspreises für Anbieter und Nachfrager	273
5.2.5	Voraussetzungen für das Entstehen eines Gleichgewichtspreises	275
5.2.6	Änderung des Gleichgewichtspreises	275
5.3	Zusammenhang von Angebot, Nachfrage und Preis, wenn unzählige Anbieter und Nachfrager auf einem unvollkommenen Markt (unvollkommenes Polypol) auftreten	277
5.4	Wirtschaftspolitische Eingriffe des Staates in die Marktpreisbildung	280
5.4.1	Marktkonforme Staatseingriffe	280
5.4.2	Marktkonträre Staatseingriffe	281
6	Preisbildung des vollkommenen Angebotsmonopols	284
6.1	Begriff Angebotsmonopol	284
6.2	Preis-Absatz-Kurve des Monopolisten	285
6.3	Monopolistische Preispolitik	285
7	Preisbildung des vollkommenen Angebotsoligopols	286
7.1	Begriff vollkommenes Angebotsoligopol	286
7.2	Preisbildung bei kooperativem Verhalten	287
7.3	Preisbildung bei nicht kooperativem Verhalten	287
	Stichwortverzeichnis	290
	Schulkontenrahmen	