

# Inhaltsverzeichnis

## ■ Schwerpunkt Betriebswirtschaft (SBW)

### Lernfeld 6: Besondere Verkaufssituationen bewältigen

<b>1</b>	<b>Kundeneinwände</b>	<b>10</b>
1.1	Einwände – Signale des Kunden im Verkaufsgespräch.	11
1.2	Verhalten des Verkaufspersonals bei Kundeneinwänden	13
1.3	Methoden der Einwandbehandlung	14
<b>2</b>	<b>Alternativangebote</b>	<b>18</b>
2.1	Sinn von Alternativangeboten.	18
2.2	Unterbreitung von Alternativangeboten	19
<b>3</b>	<b>Kaufabschluss</b>	<b>22</b>
3.1	Unterstützung der Kaufentscheidung	22
3.2	Kaufsignale der Kunden	23
3.3	Abschlusstechniken.	24
3.4	Abschlussverstärker	25
3.5	Abschluss ohne Kaufentscheidung	26
<b>4</b>	<b>Serviceleistungen an der Kasse</b>	<b>28</b>
4.1	Kasse als Info-Theke	28
4.2	Kasse als Ort des Kaufabschlusses und der Verabschiedung	29
4.3	Kasse als Anlaufpunkt für Umtausch und Kundenbeschwerden.	33
<b>5</b>	<b>Verabschiedung der Kunden.</b>	<b>35</b>
5.1	Zwischen Kaufentscheidung und Zahlung.	35
5.2	Kassieren, Einpacken und Zustellen der Ware	36
5.3	Verabschiedung	37
<b>6</b>	<b>Kundenverhalten</b>	<b>38</b>
6.1	Trends im Kundenverhalten	38
6.2	Kundenpflege und Kundenbindung	42
6.3	Kundengruppen	44
6.4	Konsumententypen	49
6.5	Kinder und Jugendliche als Kunden.	52
6.6	Ältere Menschen als Kunden	55
6.7	Ausländische Kunden	57
<b>7</b>	<b>Spezielle Verkaufssituationen.</b>	<b>60</b>
7.1	Verkauf bei Hochbetrieb	60
7.2	Verkauf kurz vor Ladenschluss	64
7.3	Kunden in Begleitung	66
7.4	Geschenk- und Besorgungskauf	69
7.5	Verkauf mit Finanzierung	72
<b>8</b>	<b>Beratung und Verkauf am Telefon</b>	<b>76</b>
<b>9</b>	<b>Reklamation und Umtausch</b>	<b>79</b>
9.1	Reklamationen kundenorientiert bearbeiten	79
9.2	Produkthaftung und Produktsicherheit	84
9.3	Garantie – mehr als Gewährleistung	86
9.4	Umtausch oder Rücktritt – Service zur Kundenbindung.	88

<b>10</b>	<b>Ladendiebstahl</b>	92
10.1	Warendiebstähle – teuer für Geschäft und Kunden	92
10.2	Methoden des Ladendiebstahls	94
10.3	Verhinderung von Ladendiebstahl	96

**Schwerpunkt Betriebswirtschaft (SBW)**  
**Lernfeld 7: Waren beschaffen, annehmen und lagern**

<b>1</b>	<b>Beschaffungsprozesse</b>	100
<b>2</b>	<b>Kooperationsformen im Einkauf</b>	105
<b>3</b>	<b>Kaufverträge mit Lieferanten</b>	114
3.1	Anfrage	114
3.2	Angebot	116
3.3	Bestellung und Auftragsbestätigung	126
<b>4</b>	<b>Kaufvertragsarten</b>	129
4.1	Arten des Kaufs nach Vertragspartnern und Zweck des Vertrages	129
4.2	Weitere Arten von Kaufverträgen und ihre Besonderheiten	130
<b>5</b>	<b>Warenannahme</b>	135
5.1	Warenlogistik – mehr als Transport von A nach B	135
5.2	Wareneingang	139
<b>6</b>	<b>Pflichtverletzungen des Lieferanten bei der Erfüllung von Kaufverträgen</b>	147
6.1	Mangelhafte Warenlieferung (Schlechtleistung)	147
6.2	Lieferungsverzug (Nicht-Rechtzeitig-Lieferung)	157
<b>7</b>	<b>Lagerhaltung</b>	163
7.1	Aufgaben der Lagerhaltung	163
7.2	Warenlagerung außerhalb des Verkaufsraumes	166
7.3	Warenlagerung im Verkaufsraum	174
7.4	Inventurdifferenzen und Warensicherung	177
7.5	Sicherheit im Lager	179
7.6	Umweltschutz im Lager	182

**Schwerpunkt Steuerung und Kontrolle (SSuK)**  
**Lernfeld 12: Geschäftsprozesse bei der Beschaffung, Kalkulation und Lagerung der Ware erfolgsorientiert planen, kontrollieren und steuern**

<b>1</b>	<b>Bestellung von Sortimentsware</b>	186
1.1	Bestellzeitplanung	186
1.2	Bestellmengenplanung	192
<b>2</b>	<b>Bestellung nicht im Sortiment geführter Ware (Neulistung)</b>	197
2.1	Beschaffungsmarketing und quantitativer Angebotsvergleich	197
2.2	Qualitativer Angebotsvergleich	209
<b>3</b>	<b>Planungsinstrumente für den Wareneinkauf</b>	215
<b>4</b>	<b>Warenkalkulation</b>	220
4.1	Bedeutung der Kalkulation für einen Einzelhandelsbetrieb	220
4.2	Kalkulationsschema bei Vorwärtskalkulation: vom Einkaufspreis zum Verkaufspreis	221
4.3	Kalkulation des Bareinkaufspreises	222

4.4	Kalkulation des Einstandspreises (Bezugspreis) . . . . .	224
4.5	Kalkulation der Selbstkosten . . . . .	227
4.6	Kalkulation des Bruttoverkaufspreises (Ladenpreis) . . . . .	228
4.7	Kalkulation des Bruttoverkaufspreises mit Kundenskonto und Kundenrabatt. . . . .	231
4.8	Kalkulatorische Rückrechnung . . . . .	236
4.9	Differenzkalkulation . . . . .	239
4.10	Verkürzte Kalkulationsverfahren . . . . .	242
4.11	Verkürzte Vorwärtskalkulation mit Kalkulationszuschlag und Kalkulationsfaktor . . .	242
4.12	Verkürzte Rückwärtskalkulation mit Kalkulationsabschlag und Handelsspanne . . . .	246
<b>5</b>	<b>Preispolitik im Einzelhandel</b> . . . . .	250
5.1	Bedeutung des Preises als absatzpolitisches Instrument. . . . .	250
5.2	Rechtliche Grundlagen der Preispolitik . . . . .	251
5.3	Preisstrategien im Einzelhandel . . . . .	254
5.4	Preisbildung im Einzelhandel. . . . .	255
5.5	Weitere absatzpolitische Maßnahmen zur Preisgestaltung . . . . .	261
<b>6</b>	<b>Kontrolle und Erfassung des Wareneingangs</b> . . . . .	265
<b>7</b>	<b>Bestandsoptimierung in der Lagerhaltung</b> . . . . .	268
7.1	Wirtschaftliche Lagerhaltung durch Kostenkontrolle . . . . .	269
7.2	Lagerkontrolle . . . . .	270
7.3	Bedeutung von Lagerkennziffern (Lagerbewegungskennzahlen) für eine wirtschaftliche Lagerhaltung . . . . .	272

## ■ Schwerpunkt Steuerung und Kontrolle (SSuK)

### Lernfeld 13: Kennziffern im Verkauf analysieren und erfolgswirksame Geschäftsprozesse erfassen

<b>1</b>	<b>Controlling im Einzelhandel</b> . . . . .	280
1.1	Notwendigkeit des Controllings . . . . .	280
1.2	Begriff des Controllings. . . . .	281
1.3	Bedeutung des Controllings . . . . .	281
1.4	Ziele und Aufgaben des Controllings . . . . .	282
1.5	Controllinginstrumente . . . . .	285
<b>2</b>	<b>Kennziffern im Verkauf</b> . . . . .	288
2.1	Umsatzauswertungen . . . . .	288
2.2	Kennziffern – aktive Steuerung des Unternehmenserfolgs. . . . .	295
<b>3</b>	<b>Buchen auf Ergebniskonten</b> . . . . .	299
3.1	Aufwand und Ertrag . . . . .	299
3.2	Buchungen von Geschäftsvorfällen auf Ergebniskonten . . . . .	300
3.3	Abschluss der Ergebniskonten. . . . .	303
3.4	Geschäftsgang mit Bestands- und Ergebniskonten . . . . .	308
<b>4</b>	<b>Kontenrahmen und Kontenplan</b> . . . . .	314
<b>5</b>	<b>Warenbewegungen im Einzelhandelsunternehmen</b> . . . . .	319
5.1	Warenbuchungen . . . . .	319
5.2	Betriebswirtschaftliches Ziel der Warenverkäufe . . . . .	320
5.3	Konten der Warenbuchungen. . . . .	321
5.4	Buchen nach der verbrauchsorientierten Methode (Exkurs). . . . .	324
5.5	Buchen nach der bestandsorientierten Methode . . . . .	326

■ Schwerpunkt Gesamtwirtschaft (Kompetenzbereich WiSo)  
Wirtschaftliches Handeln in der Sozialen Marktwirtschaft analysieren

<b>1</b>	<b>Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen und Einflüsse auf das Einzelhandelsunternehmen analysieren</b> . . . . .	334
1.1	Wirtschaftskreislauf. . . . .	337
1.2	Einfacher Wirtschaftskreislauf . . . . .	339
1.3	Erweiterter Wirtschaftskreislauf. . . . .	339
1.4	Stellung des Einzelhandels in der Gesamtwirtschaft. . . . .	342
<b>2</b>	<b>Bruttoinlandsprodukt (BIP)</b> . . . . .	347
2.1	Bedeutung des Bruttoinlandsprodukts. . . . .	348
2.2	Ermittlung des Bruttoinlandsprodukts . . . . .	348
<b>3</b>	<b>Soziale Marktwirtschaft</b> . . . . .	353
<b>4</b>	<b>Unternehmenszusammenschlüsse und Wettbewerbspolitik</b> . . . . .	363
4.1	Kooperation und Konzentration . . . . .	363
4.2	Maßnahmen der Wettbewerbspolitik . . . . .	368
<b>5</b>	<b>Markt und Preisbildung</b> . . . . .	375
<b>6</b>	<b>Kompetenztraining WiSo</b> . . . . .	395