

Inhaltsverzeichnis

■ Schwerpunkt Betriebswirtschaft (SBW)

Lernfeld 6: Besondere Verkaufssituationen bewältigen

1	Kundeneinwände	10
1.1	Einwände – Signale des Kunden im Verkaufsgespräch.	11
1.2	Verhalten des Verkaufspersonals bei Kundeneinwänden	13
1.3	Methoden der Einwandbehandlung	14
2	Alternativangebote	18
2.1	Sinn von Alternativangeboten.	18
2.2	Unterbreitung von Alternativangeboten	19
3	Kaufabschluss	22
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
4	Serviceleistungen an der Kasse	28
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
5	Verabschiedung der Kunden	35
5.1	Zwischen Kaufentscheidung und Zahlung.	35
5.2	Kassieren, Einpacken und Zustellen der Ware	36
5.3	Verabschiedung	37
6	Kundenverhalten	38
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
7	Spezielle Verkaufssituationen	60
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
8	Beratung und Verkauf am Telefon	76
9	Reklamation und Umtausch	79
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

10	Ladendiebstahl	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

1	Beschaffungsprozesse	100
2	Kooperationsformen im Einkauf	105
3	Kaufverträge mit Lieferanten	114
3.1	Anfrage	114
3.2	Angebot	116
3.3	Bestellung und Auftragsbestätigung	126
4	Kaufvertragsarten	129
4.1	Arten des Kaufs nach Vertragspartnern und Zweck des Vertrages	129
4.2	Weitere Arten von Kaufverträgen und ihre Besonderheiten	130
5	Warenannahme	135
5.1	Warenlogistik – mehr als Transport von A nach B	135
5.2	Wareneingang	139
6	Pflichtverletzungen des Lieferers bei der Erfüllung von Kaufverträgen	147
6.1	Mangelhafte Warenlieferung (Schlechtleistung)	147
6.2	Lieferungsverzug (Nicht-Rechtzeitig-Lieferung)	157
7	Lagerhaltung	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

1	Bestellung von Sortimentsware	186
1.1	Bestellzeitplanung	186
1.2	Bestellmengenplanung	192
2	Bestellung nicht im Sortiment geführter Ware (Neulistung)	197
2.1	Beschaffungsmarketing und quantitativer Angebotsvergleich	197
2.2	Qualitativer Angebotsvergleich	209
3	Planungsinstrumente für den Wareneinkauf	215
4	Warenkalkulation	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
5	Preispolitik im Einzelhandel	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
6	Kontrolle und Erfassung des Wareneingangs	265
7	Bestandsoptimierung in der Lagerhaltung	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

1	Controlling im Einzelhandel	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
2	Kennziffern im Verkauf	288
2.1	Umsatzauswertungen	288
2.2	Kennziffern – aktive Steuerung des Unternehmenserfolgs.	295
3	Buchen auf Ergebniskonten	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
4	Kontenrahmen und Kontenplan	314
5	Warenbewegungen im Einzelhandelsunternehmen	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

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