

Inhaltsverzeichnis

Vorwort zur fünften Auflage 5

Leserhinweis 9

Abbildungsverzeichnis 15

Abkürzungsverzeichnis 17

1 Grundlagen und Prozesskompetenz 19

1.1 Grundlagen für das Handelsmanagement im 21. Jahrhundert 19

1.1.1 Volkswirtschaftliche Bedeutung 21

1.1.2 Der Begriff Handel 22

1.1.3 Handelsepochen und treibende Kräfte 24

1.1.4 Wandel in den Markterscheinungsformen 28

1.1.5 Leistungen des Einzelhandels und konstitutive Merkmale der Handelstätigkeit .. 30

1.1.6 Arten des Handels im digitalen Zeitalter 33

1.2 Prozesskompetenz und vernetzte Wertschöpfung 47

1.2.1 Prozesskenntnisse und Kompetenzaufbau 48

1.2.2 Prozesse und Kompetenzen verdrängen starre Strukturen 52

1.2.3 Erfolgslogik und Basiskompetenzen im Handel 53

1.2.4 Fallstudie: Pommes frites 56

Aufgaben und Kontrollfragen 65

Literatur 66

2 Strategiekompetenz 71

2.1 Einleitung 71

2.2 Grundlagen 72

2.3 Handlungswissen 75

2.3.1 Bestimmen Sie den Markt 75

2.3.2 Entwickeln Sie eine Unternehmensvision und formulieren Sie ein verständliches Leistungsversprechen 77

2.3.3 Führen Sie eine Situationsanalyse durch 78

2.3.4 Wählen Sie ein Geschäftsmodell 79

2.3.5 Legen Sie Ziele fest und beachten Sie die Ressourcen 81

2.3.6 Wählen Sie Profilierungsinstrumente 82

2.3.7 Beurteilen und optimieren Sie die Leistung 82

2.4 Fallstudie: IKEA 83

Aufgaben zur Fallstudie und Kontrollfragen 87

Literatur 88

3	Kundenkompetenz	91
3.1	Einleitung	91
3.2	Grundlagen	92
3.2.1	Die Wahl der Einkaufsstätte aus der Kundenperspektive	92
3.2.2	Die Wahl der Einkaufsstätte aus der Managementperspektive	94
3.3	Handlungswissen	95
3.3.1	Marktsegmentierung planen	96
3.3.2	Konsumentenforschung im Handel konzipieren	107
3.4	Fallstudie: Motel One	112
	Aufgaben zur Fallstudie und Kontrollfragen	115
	Literatur	116
4	Verkaufskompetenz	119
4.1	Einleitung	119
4.2	Grundlagen	121
4.2.1	Der Einkauf in der Verkaufsstelle – Entscheidung über Erfolg oder Misserfolg	121
4.2.2	Der Verkaufsprozess	122
4.2.3	Die Instrumente und Aufgaben im Verkauf	125
4.2.4	Verkaufskompetenz durch Kundeninspiration erhöhen	128
4.3	Handlungswissen	131
4.3.1	Sortimentsbreite bestimmen	131
4.3.2	Preislagen unterscheiden	133
4.3.3	Anforderungen und Grundformen der Ladengestaltung kennenlernen	134
4.4	Fallstudie: Giovanni-Sport	137
	Aufgaben zur Fallstudie und Kontrollfragen	141
	Literatur	142
5	Logistikkompetenz	145
5.1	Einleitung	145
5.2	Grundlagen	146
5.2.1	Die Aufgaben der Logistik	146
5.2.2	Der Logistikprozess und seine Grundformen	147
5.2.3	Informationsverarbeitung und Logistik	151
5.3	Handlungswissen	152
5.3.1	Herausforderungen im Supply Chain-Management erkennen	152
5.3.2	Aufbau eines wirkungsvollen Supply Chain-Managements	153
5.4	Fallstudie: Alnatura	156
	Aufgaben zur Fallstudie	159
	Literatur	160

6	Beschaffungskompetenz	163
6.1	Einleitung	163
6.2	Grundlagen	164
6.2.1	Der Beschaffungsprozess	164
6.2.2	Der Einfluss von Produktspezifika auf den Beschaffungsprozess	167
6.2.3	Die Bedeutung von Category-Management in der Beschaffung	168
6.2.4	Die Bedeutung von E-Procurement	169
6.3	Handlungswissen	170
6.3.1	Beschaffungsportfolio zur Sortimentsanalyse bestimmen	170
6.3.2	ABC-Analyse zur Analyse einzelner Warengruppen planen	172
6.3.3	Multiattributbewertung zur Lieferantenbeurteilung vornehmen	174
6.3.4	Optimale Warenbestände planen	176
6.3.5	Einsatzmöglichkeiten von künstlicher Intelligenz	177
6.4	Fallstudie: Der Beschaffungsprozess bei ALDI	177
	Aufgaben zur Fallstudie und Kontrollfragen	181
	Literatur	182
7	Finanzierungskompetenz	185
7.1	Einleitung	185
7.2	Grundlagen	186
7.2.1	Begriffliche Definitionen	186
7.2.2	Der Finanzierungsprozess	186
7.3	Handlungswissen	187
7.3.1	Kapitalbedarf berechnen	187
7.3.2	Finanzierungsform unter Berücksichtigung des Finanzierungsanlasses beachten	192
7.3.3	Finanzierungsstruktur optimieren	197
	Aufgaben zur Fallstudie und Kontrollfragen	201
	Literatur	202
8	Controllingkompetenz	203
8.1	Einleitung	203
8.2	Grundlagen	204
8.2.1	Zweck des Controllings	205
8.2.2	Der Controllingprozess	207
8.2.3	Verankerung des Controllings im Unternehmen	210
8.3	Handlungswissen	212
8.3.1	Innerbetrieblicher Kennzahlenvergleich	212
8.3.2	Steuerung anhand der Erfolgsrechnung	213
8.3.3	Kennzahlensysteme entwickeln	214
8.3.4	Zentrale Handelskennzahlen auswählen	216

8.3.5	Deckungsbeiträge verbessern	221
8.3.6	Sortimentsmix optimieren	223
8.3.7	Controlling im E-Commerce	224
8.4	Fallstudie: Women's Wear	226
Aufgaben zur Fallstudie und Kontrollfragen		227
Literatur		228
9	Personalkompetenz	231
9.1	Einleitung	231
9.2	Grundlagen	232
9.3	Handlungswissen	234
9.3.1	Mitarbeiter motivieren	234
9.3.2	Mitarbeiter führen	237
9.3.3	Mitarbeiter gewinnen und entwickeln	239
9.4	Fallstudie: dm-drogerie markt	243
Aufgaben zur Fallstudie und Kontrollfragen		247
Literatur		248
10	Informationskompetenz	251
10.1	Einleitung	251
10.2	Grundlagen	252
10.2.1	Informationen als Entscheidungsgrundlage	252
10.2.2	Informationsprozess	253
10.2.3	Informationsquellen im Handel	254
10.2.4	Informationsmanagement	264
10.2.5	Informationen als Ressource	265
10.2.6	Herausforderungen des modernen Informationsmanagements	265
10.3	Handlungswissen	266
10.3.1	Kundeninformationen in bestehende Informationssysteme integrieren	266
10.3.2	Leistungsfähigkeit integriert messen	267
10.3.3	Vom Informationsvermittler zum Informationsmanager	269
10.4	Fallstudie: Frau Smith und neue Informationskompetenzen bei Walmart	270
Aufgaben zur Fallstudie und Kontrollfragen		272
Literatur		273
Glossar		275
Relevante Links zum Thema Handel		285
Literaturverzeichnis		287
Stichwortverzeichnis		301
Die Autoren		305