

# Inhaltsverzeichnis

## Schwerpunkt Betriebswirtschaft

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	Ausländer als 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	85
9.3	Garantie – mehr als Gewährleistung	87
9.4	Umtausch oder Rücktritt – Service zur Kundenbindung	89
<b>10</b>	<b>Ladendiebstahl</b>	<b>92</b>
10.1	Warendiebstähle – teuer für Geschäft und Kunden	92
10.2	Methoden des Ladendiebstahls	94
10.3	Verhinderung von Ladendiebstahl	96

## Lernfeld 7: Waren beschaffen, annehmen und lagern

<b>1</b>	<b>Beschaffungsprozesse</b>	<b>100</b>
<b>2</b>	<b>Kooperationsformen im Einkauf</b>	<b>105</b>
<b>3</b>	<b>Kaufverträge mit Lieferanten</b>	<b>114</b>
3.1	Anfrage	114
3.2	Angebot	116
3.3	Bestellung und Auftragsbestätigung	126
<b>4</b>	<b>Kaufvertragsarten</b>	<b>129</b>
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>	<b>135</b>
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>	<b>147</b>
6.1	Mangelhafte Warenlieferung (Schlechtleistung)	147
6.2	Lieferungsverzug (Nicht-Rechtzeitig-Lieferung)	157
<b>7</b>	<b>Lagerhaltung</b>	<b>163</b>
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

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

<b>1</b>	<b>Bestellung von Sortimentsware</b>	<b>186</b>
1.1	Bestellzeitplanung	186
1.2	Bestellmengenplanung	192
<b>2</b>	<b>Bestellung nicht im Sortiment geführter Ware (Neulistung)</b>	<b>197</b>
2.1	Beschaffungsmarketing und quantitativer Angebotsvergleich	197
2.2	Qualitativer Angebotsvergleich	209
<b>3</b>	<b>Planungsinstrumente für den Wareneinkauf</b>	<b>215</b>
<b>4</b>	<b>Warenkalkulation</b>	<b>220</b>
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	<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
6	<b>Kontrolle und Erfassung des Wareneingangs. . . . .</b>	265
7	<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

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

1	<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
2	<b>Kennziffern im Verkauf. . . . .</b>	288
2.1	Umsatzauswertungen . . . . .	288
2.2	Kennziffern – aktive Steuerung des Unternehmenserfolgs. . . . .	295
3	<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
4	<b>Kontenrahmen und Kontenplan . . . . .</b>	314
5	<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

### Lernfeld 16: Wirtschaftliches Handeln des Ausbildungsbetriebes in der Sozialen Marktwirtschaft verstehen und beurteilen

1	<b>Unternehmensleitbild und Zielsystem des Unternehmens . . . . .</b>	334
1.1	Unternehmensleitbild . . . . .	334
1.2	Unternehmensziele. . . . .	338
2	<b>Standort des Einzelhandelsbetriebes . . . . .</b>	344

<b>3</b>	<b>Soziale Marktwirtschaft</b> .....	354
3.1	Ordnungsmerkmale und Probleme der freien Marktwirtschaft .....	355
3.2	Das „Soziale“ an der Marktwirtschaft der Bundesrepublik Deutschland ..	356
<b>4</b>	<b>Gesamtwirtschaftliche Beziehungen der Unternehmung</b> .....	359
4.1	Wirtschaftskreislauf .....	359
4.2	Einfacher Wirtschaftskreislauf .....	361
4.3	Erweiterter Wirtschaftskreislauf .....	361
<b>5</b>	<b>Bruttoinlandsprodukt</b> .....	364
5.1	Bedeutung des Bruttoinlandsprodukts .....	365
5.2	Ermittlung des Bruttoinlandsprodukts .....	365
<b>6</b>	<b>Strukturwandel und Trends im Einzelhandel</b> .....	370
6.1	Stellung des Einzelhandels in der Gesamtwirtschaft .....	371
6.2	Dynamik der Betriebsformen .....	372
6.3	Chancen des Fachhandels in der Zukunft .....	374
<b>7</b>	<b>Preisbildung</b> .....	377
7.1	Funktion und Arten des Marktes .....	379
7.2	Preisbildung auf dem polypolistischen vollkommenen Markt .....	381
7.3	Preisbildung auf dem polypolistischen unvollkommenen Markt .....	383
7.4	Preisbildung beim Angebotsoligopol .....	384
7.5	Preisbildung beim Angebotsmonopol .....	385
<b>8</b>	<b>Kooperation und Konzentration</b> .....	387
8.1	Ziele von Unternehmensverbindungen .....	388
8.2	Unternehmenskooperation .....	388
8.3	Unternehmenskonzentration .....	389
8.4	Gesetzliche Beschränkungen von Unternehmensverbindungen .....	391
	<b>Sachwortverzeichnis</b> .....	393

**Kontenplan**