

Inhaltsverzeichnis

Teil A – Unternehmensführung	11
1. Unternehmerische Tätigkeit: Chancen und Risiken	12
1.1 Selbständigkeit: Vor- und Nachteile	12
1.2 Selbständigkeit: Voraussetzungen	18
1.3 Anmeldungen und Genehmigungen	19
2. Geschäftsidee und Businessplan	20
2.1 Geschäftsidee: Konzept	21
2.2 Geschäftsidee: Bestandteile	25
2.3 Businessplan qualitativ	27
2.4 Businessplan quantitativ	32
2.5 Unternehmensübernahme	34
2.6 Unternehmensbewertung	37
3. Unternehmensorganisation	39
3.1 Aufgabenverteilung	41
3.2 Aufbauorganisation	43
3.2.1 Aufgabensynthese	44
3.2.2. Organisationsstruktur	47
3.2.3 Entscheidungssystem	52
3.3 Ablauforganisation	53
3.3.1 Erhebungsmethoden	54
3.3.2 Erhebungsergebnisse	56
3.3.3 Maßnahmen	59
3.4 Rahmenbedingungen der Information und Kommunikation	60
3.5 Kooperationen	65
4. Kosten- und Leistungsrechnung (KLR)	68
4.1. Kostenrechnung: Systeme	68

4.1.1 Vollkostenrechnung	71
4.1.2 Teilkostenrechnung	77
4.2 Kostenrechnung: Ergebnisse	80
4.3 Controlling	81
4.3.1 Management-Regelkreis	82
4.3.2 Controlling: Instrumente	84
4.3.3 Controlling: Kennzahlen	87
4.3.4 Controlling: Analysen	89
5. Finanzierung	90
5.1 Finanzwirtschaftliche Ziele	91
5.2 Finanzplanung: Instrumente	92
5.4 Finanzwirtschaftliche Analysen	98
6. Risikomanagement	103
6.1 Risikomanagement in der betrieblichen Organisation	103
6.2 Abfallpolitik	112
Teil B – Führung und Personalmanagement	114
1. Führungsmethoden	115
1.1 Ziele der Personalführung	115
1.2 Kompetenzen	119
1.3 Führungsgrundsätze	121
1.4 Führungsmethoden	125
2. Zeit- und Selbstmanagement	129
2.1 Aufgabenprioritäten	130
2.2 Zeitmanagement	131
2.3 Zeitplansysteme	133
2.4 Zeitdiebe und Zeitfresser	133
2.5 Leistungskurve	134
2.6 + 2.7 Stress - Work-Life-Balance	134
3. Personalmarketing - Personalauswahl	135

3.1 Ziele und Konzepte	135
3.2 Personalbeschaffung	137
3.3 Personalauswahl	138
3.4 Einstellen von Mitarbeitern	145
3.5 Controlling des Auswahlverfahrens	150
3.6 Beenden von Arbeitsverhältnissen	151
4. Berufsausbildung	153
4.1.+4.2 Ausbildungsbedarf, Ausbildungsberufe	153
4.3 Eignung des Betriebs	156
4.4 Duales System	159
4.5 Ausbildungspläne	160
4.6 Durchführung der Ausbildung	161
5. Beurteilungssysteme	164
5.1 Ziele und Anlässe	165
5.2 Beurteilungsverfahren	167
5.3 Fördermaßnahmen	170
6. Personalplanung	171
6.1 - 6.3 Personalbedarfsplanung	173
6.4 Personalkostenplanung	176
6.5 Personaleinsatzplanung	179
7. Qualifizierung	180
7.1 Weiterbildungsbedarf	181
7.2 Qualifizierungsmaßnahmen	183
7.3 Lernprozesse	185
7.4 Erfolgsmessung	188
8. Personalkennziffern	189
8.1 Personalinformationssysteme	190
8.2 Personalkennziffern	191
8.3 Balanced Scorecard	192

9. Entgeltsysteme	193
9.1 Grundsätze der Entgeltfindung	193
9.2 Entgeltformen	194
9.3 Freiwillige soziale Leistungen	195
10. Weiterbildung – Teams – Mitarbeitergespräche	196
10.1 Organisations- /Personalentwicklung	196
10.2 Trainingsmethoden	200
10.3 Mitarbeitergespräche	202
10.4 Teamentwicklung	205
10.5 Projektmanagement	207
11. Kommunikation – Präsentation – Moderation	212
11.1 + 2. Gesprächsführung	212
11.3 Konfliktmanagement	213
11.4 Moderation und Präsentation	216
12. Arbeits- und Gesundheitsschutz	221
12.1 Gesundheit der Mitarbeiter	221
12.2 Beruf und Familie	223
Teil C – Handelsmarketing	227
1. Rahmenbedingungen	228
1.1 Umfeldentwicklungen	229
1.1.1 Gesellschaftliche Trends	229
1.1.2 Technologische Trends	230
1.1.3 Ökonomische Trends	231
1.1.4 Politisch-rechtliche Entwicklungen	232
1.1.5 Ökologie und Nachhaltigkeit	233
1.2 Stakeholder	234
1.3 Betriebsformen	235
1.4 Kooperationen	238
2. Analysen und Strategien	240

2.1 Marktdaten	243
2.2 Marktforschung	244
2.3 Marktsituation	250
2.4 Marketingstrategien	252
2.5 Marktsegmentierung	255
2.6 Internationalisierung	257
3. Marketinginstrumente	259
3.1 Marketinginstrumente Handel	259
3.2 Marketinginstrumente Produktionsbetrieb	261
3.3 Positionierung und Profilierung	262
3.4 Standortmarketing	263
3.5 Markt- und Preismechanismen	267
3.6 Preispolitik	278
3.7 Zielgruppenansprache	281
4. Sortimentsgestaltung	283
4.1 Struktur des Sortiments	283
4.2 Sortimentspolitik	285
4.3 Markenpolitik	287
4.4 Produktlebenszyklus	289
5. Verkaufsförderung und Service	291
5.1 Verkaufsförderung	291
5.2 Serviceangebote	293
5.3 CRM	294
5.4 Beschwerdemanagement	296
6. Visual Merchandising	297
6.1 Verkaufsflächen	298
6.2 Warenpräsentation	299
6.3 Zusammenarbeit	299
7. Werbekonzepte	300
7.1 Werbeplanung	300

7.2 Direktwerbung	303
8. Öffentlichkeitsarbeit	304
8.1 + 8.2 Zielgruppen	304
8.3 PR im Krisenfall	305
8.4 Sonderinstrumente	306
9. E-commerce	308
10. Analysieren und Bewerten von Entwicklungen	313
10.1 Wettbewerbssituationen	313
10.2 Konjunkturzyklen	317
10.3 Globalisierung	319
10.4 Europäische Union	321
10.5 Marketing-Mix	322
10.6 Marketing-Controlling	324
Teil D – Beschaffung und Logistik	326
1. Bedarfsermittlung	327
1.1 Warenbedarf	328
1.2 Dienstleistungsbedarf	330
1.3 Bedarfsmengen	331
2. Beschaffungs- / Logistikprozesse	335
2.1 Organisationsformen	338
2.2 Beschaffungsprozesse	339
2.2.1 Beschaffungsmarktforschung	340
2.2.2 Beschaffungskonzepte	342
2.2.3 Beschaffungskonditionen	345
2.2.4 Bezugsquellen	348
2.3 Controlling	350
3. Wertschöpfungskette	353
3.1 Supply-Chain-Management	353

3.2 Optimierung	355
4. Waren- und Datenfluss	356
4.1 Category Management	356
4.2 Efficient Consumer Response	356
5. Transport und Entsorgung	358
5.1 Transport	358
5.2 Entsorgung	363
6. Lagerhaltung	367
6.1 Lagerprozesse	368
6.2 Lagerorganisation	370
6.3 Wirtschaftlichkeit	372
Stichwortverzeichnis	375
Literatur für Handelsfachwirte:	388