

# Inhaltsverzeichnis

**Statt eines Vorworts** ..... 17

**Teil A**

**Zwei hilfreiche Vorkapitel** ..... 21

**Das Modellunternehmen „Trinkmann GmbH“ stellt sich vor** ..... 21

**Lern- und Arbeitsmethodik** ..... 23

    Einige Grundsätze über das Lernen ..... 23

**Teil B**

**1. Unternehmensführung und -steuerung** ..... 33

**1.1 Voraussetzungen, Chancen und Risiken der unternehmerischen Tätigkeit** ..... 33

    1.1.1 Vor- und Nachteile unternehmerischer Selbstständigkeit ..... 33

    1.1.2 Persönliche und fachliche Voraussetzungen ..... 35

    1.1.3 Anmeldungen und Genehmigungen ..... 36

**1.2 Geschäftsidee und Businessplan** ..... 37

    1.2.1 Die Geschäftsidee ..... 37

    1.2.2 Bestandteile der Geschäftsidee ..... 37

    1.2.3 Der Businessplan ..... 38

    1.2.4 Was bei einer Geschäftsübernahme zu beachten ist ..... 42

    1.2.5 Die Unternehmensbewertung ..... 42

**1.3 Die Unternehmensorganisation** ..... 45

    1.3.1 Die Anforderungen an eine Organisation ..... 45

    1.3.2 Organisation als Führungsaufgabe ..... 46

    1.3.3 Die Aufbauorganisation ..... 49

    1.3.4 Die Ablauforganisation ..... 54

    1.3.5 Anpassung der Organisation ..... 56

    1.3.6 Unternehmensorganisation und Kooperationen ..... 57

**1.4. Die Managementaufgaben im Unternehmen** ..... 57

    1.4.1 Leitbild, Corporate Identity und Ziele ..... 58

    1.4.2 Strategie und strategische Planung ..... 59

    1.4.3 Operative Planung ..... 60

**1.5 Das betriebliche Rechnungswesen** ..... 61

    1.5.1 Vom externen und internen Rechnungswesen ..... 61

    1.5.2 Die Finanzbuchhaltung ..... 62

1.5.3 Die Bilanz . . . . .	62
1.5.4 Die Gewinn- und Verlustrechnung (G + V) . . . . .	63
1.5.5 Die Kosten- und Leistungsrechnung . . . . .	65
1.5.6 Die Gliederung der Kosten- und Leistungsrechnung . . . . .	69
1.5.7 Aufgaben, Bereiche und Ziele des Controllings . . . . .	84
<b>1.6 Finanzierung . . . . .</b>	<b>99</b>
1.6.1 Finanzwirtschaftliche Grundsätze und Ziele im Unternehmen . . . . .	99
1.6.2 Wichtige finanzwirtschaftliche Kennzahlen. . . . .	100
1.6.3 Außen- und Innenfinanzierung . . . . .	102
1.6.4 Kreditsicherheiten . . . . .	111
<b>1.7 Risikomanagement, Qualitätsmanagement und Umweltmanagement . . . . .</b>	<b>114</b>
1.7.1 Risikomanagement in der betrieblichen Organisation . . . . .	114
1.7.2 Qualitätsmanagement. . . . .	118
1.7.3 Umweltmanagement . . . . .	121
<b>1.8 Rechtsfragen zur Unternehmensführung . . . . .</b>	<b>123</b>
1.8.1 Grundlagen des Steuerrechts . . . . .	123
1.8.2 Gesellschaftsrecht – Rechtsformen der Unternehmen . . . . .	128
1.8.3 Die Vollmacht im Handelsgewerbe . . . . .	134
1.8.4 Insolvenz und Liquidation . . . . .	135
<b>1.9 Aufgaben zur Selbstkontrolle . . . . .</b>	<b>137</b>
1.9.1 Unternehmensführung allgemein . . . . .	137
1.9.2 Rechtsfragen in Unternehmensführung . . . . .	147
<b>2 Führung, Personalmanagement, Kommunikation und Kooperation . . . . .</b>	<b>150</b>
<b>2.1 Führungsmethoden. . . . .</b>	<b>150</b>
2.1.1 Ziele der Personalführung und Unternehmensziele. . . . .	150
2.1.2 Unternehmensleitbild und Führungsgrundsätze . . . . .	150
2.1.3 Personale und soziale Kompetenzen, Methoden- und Fachkompetenz . . . . .	153
2.1.4 Führungsmethoden . . . . .	156
<b>2.2 Zeit- und Selbstmanagement . . . . .</b>	<b>161</b>
2.2.1 Die Prioritäten der Aufgaben müssen festgelegt werden. . . . .	161
2.2.2 Instrumente des Zeitmanagements . . . . .	163
2.2.3 Zeitplansysteme . . . . .	164
2.2.4 Zeitdiebe und Zeitfresser . . . . .	165
2.2.5 Biorhythmus und Leistungskurve . . . . .	165
2.2.6 Stress, seine Auswirkungen und einige Möglichkeiten, ihn zu reduzieren . . . . .	166
2.2.7 Die Work-Life-Balance . . . . .	167

<b>2.3 Personalmarketing, Personalauswahl und -einstellung</b>	<b>168</b>
2.3.1 Konzepte des Personalmarketings	168
2.3.2 Innerbetriebliche und außerbetriebliche Personalbeschaffung	172
2.3.3 Die Auswahl von Mitarbeitern	174
2.3.4 Controlling des Auswahlverfahrens.	179
<b>2.4 Planen und Durchführen der Berufsausbildung</b>	<b>180</b>
2.4.1 Der Ausbildungsbedarf und die Voraussetzungen für die Ausbildung	180
2.4.2 Ausbildungsberufe für den Handelsbetrieb.	182
2.4.3 Zusammenarbeit mit der Berufsschule.	185
2.4.4 Betriebliche Ausbildungspläne	187
2.4.5 Personalbeschaffung, Auswahlverfahren und Vorstellungsgespräche	188
2.4.6 Durchführung der Ausbildung.	191
<b>2.5 Die Beurteilung</b>	<b>197</b>
2.5.1 Ziele und Anlässe von Beurteilungen	197
2.5.2 Das Beurteilungsverfahren	198
2.5.3 Das Beurteilungsgespräch	204
2.5.4 Auch Beurteilungen lassen sich verbessern.	204
<b>2.6 Die drei Seiten der Personalplanung</b>	<b>205</b>
2.6.1 Aufgaben und Ziele der Personalplanung.	205
2.6.2 Phasen der Personalbedarfsplanung	207
2.6.3 Methoden der Personalbedarfsplanung	209
2.6.4 Instrumente der Personalbedarfsplanung.	212
2.6.5 Die Personalkostenplanung	212
2.6.6 Die Personaleinsatzplanung	214
<b>2.7 Planen und Organisieren von Qualifizierungsmaßnahmen</b>	<b>217</b>
2.7.1 Methoden zur Ermittlung des Weiterbildungsbedarfs	217
2.7.2 Qualifizierungsmaßnahmen	221
2.7.3 Der Lernprozess	223
2.7.4 Wie kann man den Erfolg messen?	233
<b>2.8 Personalkennziffern</b>	<b>234</b>
2.8.1 Personalinformationssysteme	234
2.8.2 Personalkennziffern	235
2.8.3 Die Balanced Scorecard	238
2.8.4 Personalkennziffern	239
<b>2.9 Entgeltsysteme</b>	<b>239</b>
2.9.1 Ziele der Entgeltfindung	239
2.9.2 Entgeltformen.	240

<b>2.10 Personalentwicklung und Teambildung</b>	<b>243</b>
2.10.1 Systematische Entwicklung von Mitarbeitern	243
2.10.2 Personalentwicklungsinstrumente on-the-job	246
2.10.3 Mitarbeitergespräche – das wichtigste Führungsmittel!	248
2.10.4 Wie schafft man ein gutes Team?	252
2.10.5 Projektmanagement	257
<b>2.11 Kommunikation, Präsentations- und Moderationstechniken</b>	<b>260</b>
2.11.1 Gesprächsführung	260
2.11.2 Wahrnehmung und Kommunikation	261
2.11.3 Konfliktmanagement.	264
2.11.4 Moderations- und Präsentationstechniken	266
<b>2.12 Arbeits- und Gesundheitsschutz</b>	<b>269</b>
2.12.1 Die Gesundheit der Mitarbeiter	269
2.12.2 Vereinbarkeit von Beruf und Familie	271
<b>2.13 Ausgewählte arbeitsrechtliche Bestimmungen</b>	<b>271</b>
2.13.1 Grundlagen des Arbeitsrechts	271
2.13.2 Auswählen und Einstellen von Mitarbeitern	272
2.13.3 Der Abschluss des Arbeitsvertrags	275
2.13.4 Arbeitsschutzbestimmungen.	283
2.13.5 Die Abmahnung.	286
2.13.6. Die Beendigung von Arbeitsverhältnissen	287
2.13.7 Das Arbeitszeugnis	294
2.13.8 Das Betriebsverfassungsrecht	296
2.13.9 Das Tarifrecht	299
<b>2.14 Aufgaben zur Selbstkontrolle.</b>	<b>301</b>
2.14.1 Führung, Personalmanagement. Kommunikation und Kooperation	301
2.14.2 Arbeitsrecht	316
<b>3. Handelsmarketing</b>	<b>320</b>
<b>3.1 Marketing: Vom Markt her denken</b>	<b>320</b>
<b>3.2 Handelsrelevante Entwicklungen</b>	<b>322</b>
3.2.1 Entwicklung vom Verkäufer- zum Käufermarkt	322
3.2.2 Stakeholder des Handelsbetriebs und ihre Erwartungen	329
3.2.3 Die Dynamik der Betriebsformen des Handels	329
3.2.4 Entwicklungen und Perspektiven der Kooperationen	336
<b>3.3 Markt-/Zielgruppenanalysen und Marketingstrategien</b>	<b>340</b>
3.3.1 Daten zur Beschreibung von Märkten	340
3.3.2 Aufgaben und Methoden der Marktforschung.	344

3.3.3 Befragung . . . . .	348
3.3.4 Beobachtung . . . . .	350
3.3.5 Test/Experiment. . . . .	350
3.3.6 Panel. . . . .	350
3.3.7 Situation des Unternehmens auf den Märkten . . . . .	351
3.3.8 Marketingstrategien . . . . .	355
3.3.9 Marktsegmentierung . . . . .	359
<b>3.4 Einsetzen von Marketinginstrumenten. . . . .</b>	<b>362</b>
3.4.1 Marketinginstrumente des Handelsbetriebs . . . . .	363
3.4.2 Einfluss der Marketingstrategien des Produktionsbetriebs auf den Handelsbetrieb . . . . .	372
3.4.3 Positionierung und Profilierung . . . . .	374
3.4.4 Standortmarketing . . . . .	375
3.4.5 Standortkooperationen . . . . .	389
3.4.6 Preispolitik . . . . .	390
<b>3.5 Die Gestaltung des Sortiments. . . . .</b>	<b>396</b>
3.5.1 Ziele und Aufgaben der Sortimentspolitik . . . . .	396
3.5.2 Sortimentskontrolle und sortimentspolitische Maßnahmen . . . . .	401
3.5.3 Markenpolitik . . . . .	403
3.5.4 Der Produktlebenszyklus . . . . .	407
<b>3.6 Verkaufsförderung und Servicepolitik . . . . .</b>	<b>409</b>
3.6.1 Maßnahmen der Verkaufsförderung im Distributionsprozess. . . . .	410
3.6.2 Serviceangebote und Betriebsform. . . . .	414
3.6.3 Instrumente des Customer Relationship Management (CRM) . . . . .	417
3.6.4 Beschwerdemanagement . . . . .	419
<b>3.7 Verkaufsflächengestaltung, Warenpräsentation und Visual Merchandising. . . . .</b>	<b>425</b>
3.7.1 Verkaufsflächengestaltung . . . . .	426
3.7.2 Planung der Warenpräsentation. . . . .	429
3.7.3 Zusammenarbeit mit internen und externen Partnern . . . . .	429
<b>3.8 Die Werbekonzeption . . . . .</b>	<b>430</b>
3.8.1 Werbeforschung . . . . .	430
3.8.2 Werbeziele . . . . .	431
3.8.3 Die Werbeplanung . . . . .	432
3.8.4 Werbeerfolgskontrolle. . . . .	440
3.8.5 Werbekooperationen . . . . .	442
3.8.6 Direktwerbung . . . . .	443
3.8.7 Sonderformen der Werbung . . . . .	444
<b>3.9 Öffentlichkeitsarbeit . . . . .</b>	<b>447</b>
3.9.1 Zielgruppen der Öffentlichkeitsarbeit . . . . .	447

3.9.2 Kommunikationsinstrumente der PR. . . . .	448
3.9.3 PR im Krisenfall . . . . .	450
3.9.4 Sonderinstrumente der Kommunikationspolitik. . . . .	451
3.9.5 Eventmarketing . . . . .	452
<b>3.10 E-Commerce . . . . .</b>	<b>453</b>
3.10.1 Strategische Geschäftsmodelle im E-Commerce . . . . .	454
3.10.2 E-Commerce-Strategie. . . . .	457
3.10.3 Customer-Relationship-Management im E-Commerce. . . . .	458
3.10.4 Vertriebswege im E-Commerce . . . . .	460
3.10.5 E-Commerce-Marketinginstrumente . . . . .	461
3.10.6 Besondere Controllinginstrumente des E-Commerce . . . . .	462
<b>3.11 Märkte und Marktstrategien . . . . .</b>	<b>463</b>
3.11.1 Einige nützliche volkswirtschaftliche Grundbegriffe . . . . .	463
3.11.2 Produktionsfaktoren und volkswirtschaftliche Gesamtrechnung. . . . .	465
3.11.3 Auswirkungen von Markt- und Preismechanismen auf die Marktstrategie des Unternehmens . . . . .	468
3.11.4 Konjunktur und Wachstum . . . . .	478
3.11.5 Auswirkungen der Globalisierung . . . . .	485
3.11.6 Der Marketing-Mix: Gebündelte Marketingaktivitäten . . . . .	487
3.11.7 Controlling der Marketingaktivitäten. . . . .	489
<b>3.12. Grundlagen des Wettbewerbsrechts . . . . .</b>	<b>493</b>
3.12.1 Die Ziele des Wettbewerbsrechts . . . . .	493
3.12.2 Welche Bereiche regelt das UWG . . . . .	493
3.12.3 Rechtsfolgen eines Verstoßes. . . . .	504
3.12.4 Das Marken- und Kennzeichenrecht . . . . .	506
3.12.5 Das Urheberrecht . . . . .	507
3.12.6 Das Kartellrecht . . . . .	509
3.12.7 Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) und Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) . . . . .	510
<b>3.13 Aufgaben zur Selbstkontrolle. . . . .</b>	<b>513</b>
3.13.1 Handelsmarketing einschließlich Volkswirtschaftslehre . . . . .	513
3.13.2 Wettbewerbsrecht . . . . .	523
<b>4. Beschaffung und Logistik . . . . .</b>	<b>526</b>
<b>4.1 Ermitteln des Bedarfs an Gütern und Dienstleistungen . . . . .</b>	<b>527</b>
4.1.1 Die Analyse des Warenbedarfs. . . . .	528
4.1.2 Analyse des Bedarfs an Dienstleistungen . . . . .	531
4.1.3 Bedarfsmengenermittlung . . . . .	532

<b>4.2 Beschaffungs- und Logistikprozesse</b>	<b>538</b>
4.2.1 Organisationsformen der Beschaffung und Logistik	538
4.2.2 Der Beschaffungsprozess	542
4.2.3 Beschaffungs- und Logistikcontrolling	552
<b>4.3 Die Wertschöpfungskette (Supply Chain Management)</b>	<b>553</b>
4.3.1 Supply Chain Managementsystem in betrieblichen Prozessen	553
4.3.2 Beschaffungs- und logistikbezogene Entscheidungen	553
4.3.3 Identifikationstechnologien	554
4.3.4 Standardprozesse	555
4.3.5 Warenflussteuerung	557
<b>4.4 Efficient Consumer Response (ECR),     kunden- und lieferantenbezogener Waren- und Datenfluss.</b>	<b>559</b>
4.4.1 Category Management als eine Voraussetzung für ECR	559
4.4.2 Strategien des Efficient Consumer Response	565
<b>4.5 Transport- und Entsorgungsprozesse.</b>	<b>568</b>
4.5.1 Transportprozesse	568
4.5.2 Entsorgung.	575
<b>4.6 Lagerprozesse</b>	<b>579</b>
4.6.1 Entscheidung für die Lagerhaltung	579
4.6.2 Lagerorganisation	580
4.6.3 Wirtschaftlichkeit der Lagerhaltung	590
<b>4.7 Kaufrecht und Erfüllungsstörungen</b>	<b>602</b>
4.7.1 Vertragsrecht und Spezielles zum Kaufvertrag	602
4.7.2 Weitere Vertragstypen	609
4.7.3 Die Anfechtung	609
4.7.4 Fernabsatzverträge und außerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge.	611
4.7.5 Erfüllungsstörungen	616
4.7.6 Mängelhaftung (Gewährleistungsansprüche)	618
4.7.7 Die Verjährung	622
<b>4.8 Aufgaben zur Selbstkontrolle</b>	<b>623</b>
4.8.1 Beschaffung und Logistik	623
4.8.2 Kaufrecht und Erfüllungsstörungen	630
<b>5. Vertriebssteuerung</b>	<b>632</b>
<b>5.1 Vertriebsstrategien</b>	<b>632</b>
5.1.1 Entwicklung einer Vertriebsstrategie.	632
5.1.2 Das Key Account Management	635
5.1.3 Vertriebsstrategie-Konzepte	640

5.1.4 Customer Relationship Management (CRM) als Marketinginstrument . . . . .	643
5.1.5 Formen der Kundenbindung . . . . .	647
5.1.6 Phasen in Managementprozessen . . . . .	650
5.1.7 Sortimentsstrategien unter dem Aspekt der Hersteller- und Händlerinteressen . . . . .	651
5.1.8. Sortimentsstrategien unter dem Aspekt der Kundengewinnung und Kundenbindung . . . . .	651
<b>5.2 Flächenoptimierung . . . . .</b>	<b>656</b>
5.2.1 Flächenarten . . . . .	656
5.2.2 Kundenlaufstudien . . . . .	657
5.2.3 Bonanalyse. . . . .	658
5.2.4 Gestaltung der Einkaufsatmosphäre . . . . .	659
<b>5.3 Kundenbedürfnisse und Kundenverhalten . . . . .</b>	<b>660</b>
5.3.1 Auswirkungen von Kundenbedürfnissen und Kundenverhalten auf die Beschaffungsprozesse . . . . .	660
5.3.2 Ergebniskontrolle. . . . .	669
5.3.3 Stärken und Schwächen des Category Managements . . . . .	670
<b>5.4 Preis- und Konditionenpolitik . . . . .</b>	<b>672</b>
5.4.1 Verhältnis von strategischer und operativer Preispolitik im Handel . . . . .	672
5.4.2 Preispolitische Strategien . . . . .	675
5.4.3 Preisdifferenzierung . . . . .	677
5.4.4 Konditionenpolitik . . . . .	678
5.4.5 Überwachung und Kontrolle des Preis- und Konditionensystems . . . . .	681
<b>5.5 Aufgaben zur Selbstkontrolle . . . . .</b>	<b>683</b>
<b>6. Handelslogistik . . . . .</b>	<b>693</b>
<b>6.1 Planen, Steuern, Kontrollieren und Optimieren der Logistikkette . . . . .</b>	<b>693</b>
6.1.1 Abläufe in der Logistikkette . . . . .	693
6.1.2 Beschaffungslogistik . . . . .	695
6.1.3 Transportlogistik . . . . .	698
6.1.4. Lagerlogistik . . . . .	705
6.1.5 Inhouse-Logistik . . . . .	713
6.1.6 Informationslogistik . . . . .	718
<b>6.2 Aushandeln von Vertragskonditionen und Vergabe von Aufträgen . . . . .</b>	<b>720</b>
6.2.1 Verhandlungsstrategien. . . . .	720
6.2.2 Verhandlungsführung . . . . .	721
6.2.3 Auftragsvergabe . . . . .	722
<b>6.3 Umsetzen der Transportsteuerung und von logistischen Lösungen. . . . .</b>	<b>724</b>
<b>6.4 Bewerten von logistischen Investitionen . . . . .</b>	<b>730</b>
6.4.1 Kosten der Lagerhaltung . . . . .	730



6.4.2 Logistikcontrolling . . . . .	732
<b>6.5 Aufgaben zur Selbstkontrolle . . . . .</b>	<b>737</b>
<b>7. Einkauf . . . . .</b>	<b>740</b>
<b>7.1. Entwickeln von Einkaufsstrategien . . . . .</b>	<b>740</b>
7.1.1. Der Einkauf im Zusammenspiel mit Verkauf und Lager . . . . .	740
7.1.2. Beschaffungsstrategien. . . . .	742
7.1.3. Beschaffungspolitik . . . . .	747
7.1.4. Beschaffungsprinzipien. . . . .	749
7.1.5. Qualitätsstrategie im Einkauf . . . . .	750
7.1.6. Organisationsformen des Einkaufs . . . . .	751
7.1.7. Einkaufskooperationen und strategische Partnerschaften . . . . .	752
7.1.8. E-Business in der Beschaffung. . . . .	754
<b>7.2. Sortimentsstrategie, Hersteller- und Handelsmarken . . . . .</b>	<b>755</b>
7.2.1. Sortimentsstrategie . . . . .	755
7.2.2. Herstellermarken. . . . .	762
7.2.3. Handelsmarken/Eigenmarken. . . . .	762
<b>7.3. Auswählen von Lieferanten und Beschaffungswegen . . . . .</b>	<b>765</b>
7.3.1. Beschaffungsmarktforschung . . . . .	765
7.3.2. Zielobjekte der Beschaffungsmarktforschung . . . . .	766
7.3.3. Vorgehensweise in der Beschaffungsmarktforschung . . . . .	767
7.3.4. Auswahl von Lieferanten und Beschaffungswegen. . . . .	768
<b>7.4. Verhandlungsstrategien . . . . .</b>	<b>777</b>
7.4.1. Wissen ist Macht . . . . .	777
7.4.2. Vorbereitung und Zielsetzung. . . . .	777
7.4.3. Strategien in der Verhandlung . . . . .	778
<b>7.5. Lieferantenbewertungen . . . . .</b>	<b>780</b>
7.5.1. Einbindung in das Lieferantenmanagement . . . . .	780
7.5.2. Nutzwertanalyse . . . . .	781
7.5.3. Einteilung der Kriterien . . . . .	782
7.5.4. Handlungsalternativen . . . . .	783
<b>7.6 Aufgaben zur Selbstkontrolle . . . . .</b>	<b>784</b>
<b>8. Außenhandel . . . . .</b>	<b>789</b>
<b>8.1 Anbahnung von Außenhandelsgeschäften . . . . .</b>	<b>789</b>
8.1.1 Formen und Motive für außenwirtschaftliche Aktivitäten . . . . .	791
8.1.2 Bestimmungsfaktoren für die Auswahl von Auslandsmärkten . . . . .	791
8.1.3 Länderauswahl . . . . .	792

**8.2 Quellen zur Beratung und Unterstützung im Außenhandel. . . . . 794**  
8.2.1 Öffentlich-rechtliche Einrichtungen . . . . . 794  
8.2.2 Verbände und andere private Institutionen. . . . . 794  
8.2.3 Förderprogramme der EU. . . . . 795  
8.2.4 Aufbau von Niederlassungen . . . . . 795

**8.3 Außenhandelsrisiken und Geschäfte zur Risikominderung . . . . . 796**  
8.3.1 Kunden- und länderspezifische Risiken im Auslandsgeschäft. . . . . 796  
8.3.2 Sonstige Risiken. . . . . 797  
8.3.3 Die Risikoprüfung. . . . . 799  
8.3.4 Risikopolitische Maßnahmen (Risk Management). . . . . 800  
8.3.5 Ausfuhrkreditversicherung des Bundes . . . . . 800  
8.3.6 Private Kreditversicherung . . . . . 801  
8.3.7 Außenwirtschaftsgesetz und Außenwirtschaftsverordnung . . . . . 801  
8.3.8 Beschränkungsmöglichkeiten . . . . . 801  
8.3.9 Meldepflichten gemäß AWG/AWV, Intrastat Meldung und Zusammenfassende Meldung . . 802  
8.3.10 Rechtliche Bestimmungen des Zollwesens . . . . . 803  
8.3.11 Rechtsgrundlagen für die Wareneinfuhr . . . . . 805  
8.3.12 Rechtsgrundlagen für die Warenausfuhr. . . . . 805

**8.4 Die umsatzsteuerliche Behandlung von  
innergemeinschaftlichem Warenverkehr (Intrahandel) . . . . . 806**  
8.4.1 Die statistische Meldung INTRASTAT . . . . . 806

**8.5 Transport und Lagerung, Zertifizierung und Versicherungen . . . . . 806**  
8.5.1 Incoterms® 2010 . . . . . 806  
8.5.2 Einpunkt- und Zweipunktklauseln . . . . . 808  
8.5.3 Klauseln für alle Transportarten . . . . . 809  
8.5.4 Klauseln für den See- und Binnenschiffstransport. . . . . 815

**8.6 Arten der Lagerhaltung . . . . . 821**  
8.6.1 Zolllager . . . . . 821  
8.6.2 Lagerhaltung im Freihafen . . . . . 821  
8.6.3 Konsignationslager. . . . . 821

**8.7 Zertifizierung. . . . . 822**  
8.7.1 Arten der Handelsrechnung . . . . . 822  
8.7.2 Ursprungszeugnisse . . . . . 823  
8.7.3 Inspektionszertifikate . . . . . 823  
8.7.4 Präferenznachweise . . . . . 823

**8.8 Transportversicherung . . . . . 824**  
8.8.1 Versicherungsarten. . . . . 824  
8.8.2 Versicherungssumme, Versicherungswert und Versicherungsprämie . . . . . 824

**8.9 Zahlungsverkehr, Zahlungsbedingungen und Finanzierung von Außenhandelsgeschäften . 824**

8.9.1 Nichtdokumentärer Zahlungsverkehr / Vorauskasse . . . . . 824

8.9.2 Dokumentärer Zahlungsverkehr . . . . . 827

8.9.3 Dokumentäre Zahlungsarten . . . . . 830

8.9.4 Dokumenten-Akkreditiv. . . . . 830

8.9.5 Garantien und Bürgschaften . . . . . 833

**8.10 Zölle und Verbrauchsteuern, Handelshemmnisse und Organisationen**

**zu ihrer Überwindung . . . . . 835**

8.10.1 Tarifäre Handelshemmnisse. . . . . 835

8.10.2 Nicht-Tarifäre Handelshemmnisse. . . . . 836

8.10.3 Organisationen zum Abbau von Handelshemmnissen . . . . . 837

**8.11 Aufgaben zur Selbstkontrolle. . . . . 840**

**Teil C**

**Prüfungssimulation . . . . . 848**

**Tipps für die Prüfung vor der IHK. . . . . 894**

**Die 20 wichtigsten Formeln für den Handelsfachwirt . . . . . 898**

**Literaturverzeichnis . . . . . 907**

**Die Autoren . . . . . 909**

**Index . . . . . 912**