

Inhaltsverzeichnis

Schwerpunkt Betriebswirtschaft

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	Kundengruppen	42
6.3	Konsumententypen	47
6.4	Kinder und Jugendliche als Kunden	50
6.5	Ältere Menschen als Kunden	53
6.6	Ausländer als Kunden	55
7	Spezielle Verkaufssituationen	58
7.1	Verkauf bei Hochbetrieb	58
7.2	Verkauf kurz vor Ladenschluss	62
7.3	Kunden in Begleitung	64
7.4	Geschenk- und Besorgungskauf	67
7.5	Verkauf mit Finanzierung	70
8	Beratung und Verkauf am Telefon	74
9	Reklamation und Umtausch	77
9.1	Reklamationen kundenorientiert bearbeiten	77
9.2	Produkthaftung und Produktsicherheit	83
9.3	Garantie – mehr als Gewährleistung	85
9.4	Umtausch oder Rücktritt – Service zur Kundenbindung	87
10	Ladendiebstahl	90
10.1	Warendiebstähle – teuer für Geschäft und Kunden	90
10.2	Methoden des Ladendiebstahls	92
10.3	Verhinderung von Ladendiebstahl	94

Lernfeld 7: Waren beschaffen, annehmen und lagern

1	Beschaffungsprozesse	98
2	Kooperationsformen im Einkauf	103
3	Kaufverträge mit Lieferern	111
3.1	Anfrage	111
3.2	Angebot	113
3.3	Bestellung und Auftragsbestätigung	123
4	Kaufvertragsarten	125
4.1	Arten des Kaufs nach Vertragspartnern und Zweck des Vertrages	125
4.2	Weitere Arten von Kaufverträgen und ihre Besonderheiten	126
5	Warenannahme	131
5.1	Warenlogistik – mehr als Transport von A nach B	131
5.2	Wareneingang	135
6	Pflichtverletzungen des Lieferers bei der Erfüllung von Kaufverträgen	142
6.1	Mangelhafte Warenlieferung (Schlechtleistung)	142
6.2	Lieferungsverzug (Nicht-Rechtzeitig-Lieferung)	152
7	Lagerhaltung	157
7.1	Aufgaben der Lagerhaltung	157
7.2	Warenlagerung außerhalb des Verkaufsraumes	160
7.3	Warenlagerung im Verkaufsraum	166
7.4	Inventurdifferenzen und Warenauswertung	169
7.5	Sicherheit im Lager	171
7.6	Umweltschutz im Lager	174

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

1	Bestellung von Sortimentsware	178
1.1	Bestellzeitplanung	178
1.2	Bestellmengenplanung	184
2	Bestellung nicht im Sortiment geführter Ware (Neulistung)	188
2.1	Beschaffungsmarketing und quantitativer Angebotsvergleich	188
2.2	Qualitativer Angebotsvergleich	200
3	Planungsinstrumente für den Wareneinkauf	206
4	Warenkalkulation	211
4.1	Bedeutung der Kalkulation für einen Einzelhandelsbetrieb	211
4.2	Kalkulationsschema bei Vorwärtskalkulation: vom Einkaufspreis zum Verkaufspreis	212
4.3	Kalkulation des Bareinkaufspreises	213
4.4	Kalkulation des Einstandspreises (Bezugspreis)	215
4.5	Kalkulation der Selbstkosten	218
4.6	Kalkulation des Bruttoverkaufspreises (Ladenpreis)	219
4.7	Kalkulation des Bruttoverkaufspreises mit Kundenskonto und Kundenrabatt	222
4.8	Kalkulatorische Rückrechnung	227
4.9	Differenzkalkulation	230
4.10	Verkürzte Kalkulationsverfahren	233

4.11	Verkürzte Vorwärtskalkulation mit Kalkulationszuschlag und Kalkulationsfaktor	233
4.12	Verkürzte Rückwärtskalkulation mit Kalkulationsabschlag und Handelsspanne	237
5	Preispolitik im Einzelhandel	241
5.1	Bedeutung des Preises als absatzpolitisches Instrument	241
5.2	Rechtliche Grundlagen der Preispolitik	242
5.3	Preisstrategien im Einzelhandel	245
5.4	Preisbildung im Einzelhandel	246
5.5	Weitere absatzpolitische Maßnahmen zur Preisgestaltung	252
6	Kontrolle und Erfassung des Wareneingangs	256
7	Bestandsoptimierung in der Lagerhaltung	259
7.1	Wirtschaftliche Lagerhaltung durch Kostenkontrolle	260
7.2	Lagerkontrolle	261
7.3	Bedeutung von Lagerkennziffern (Lagerbewegungskennzahlen) für eine wirtschaftliche Lagerhaltung	263

Lernfeld 13: Kennziffern im Verkauf analysieren und erfolgswirksame Geschäftsprozesse erfassen

1	Controlling im Einzelhandel	272
1.1	Notwendigkeit des Controllings	272
1.2	Begriff des Controllings	273
1.3	Bedeutung des Controllings	273
1.4	Ziele und Aufgaben des Controllings	274
1.5	Controllinginstrumente	277
2	Kennziffern im Verkauf	280
2.1	Umsatzauswertungen	280
2.2	Kennziffern – aktive Steuerung des Unternehmenserfolgs	287
3	Buchen auf Ergebniskonten	291
3.1	Aufwand und Ertrag	291
3.2	Buchungen von Geschäftsvorfällen auf Ergebniskonten	292
3.3	Abschluss der Ergebniskonten	295
3.4	Geschäftsgang mit Bestands- und Ergebniskonten	300
4	Kontenrahmen und Kontenplan	306
5	Warenbewegungen im Einzelhandelsunternehmen	311
5.1	Warenbuchungen	311
5.2	Betriebswirtschaftliches Ziel der Warenverkäufe	312
5.3	Konten der Warenbuchungen	313
5.4	Buchen nach der verbrauchsorientierten Methode (Exkurs)	316
5.5	Buchen nach der bestandsorientierten Methode	318

Schwerpunkt Gesamtwirtschaft

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

1	Unternehmensleitbild und Zielsystem des Unternehmens	326
1.1	Unternehmensleitbild	326
1.2	Unternehmensziele	330
2	Standort des Einzelhandelsbetriebes	336

3	Soziale Marktwirtschaft	346
3.1	Ordnungsmerkmale und Probleme der freien Marktwirtschaft	347
3.2	Das „Soziale“ an der Marktwirtschaft der Bundesrepublik Deutschland	348
4	Gesamtwirtschaftliche Beziehungen der Unternehmung	351
4.1	Wirtschaftskreislauf	351
4.2	Einfacher Wirtschaftskreislauf	353
4.3	Erweiterter Wirtschaftskreislauf	353
5	Bruttoinlandsprodukt	356
5.1	Bedeutung des Bruttoinlandsprodukts	357
5.2	Ermittlung des Bruttoinlandsprodukts	357
6	Strukturwandel und Trends im Einzelhandel	362
6.1	Stellung des Einzelhandels in der Gesamtwirtschaft	363
6.2	Dynamik der Betriebsformen	364
6.3	Chancen des Fachhandels in der Zukunft	366
7	Preisbildung	369
7.1	Funktion und Arten des Marktes	371
7.2	Preisbildung auf dem polypolistischen vollkommenen Markt	373
7.3	Preisbildung auf dem polypolistischen unvollkommenen Markt	375
7.4	Preisbildung beim Angebotsoligopol	376
7.5	Preisbildung beim Angebotsmonopol	377
8	Kooperation und Konzentration	379
8.1	Ziele von Unternehmensverbindungen	380
8.2	Unternehmenskooperation	380
8.3	Unternehmenskonzentration	381
8.4	Gesetzliche Beschränkungen von Unternehmensverbindungen	383
	Sachwortverzeichnis	385

Kontenplan