

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort zur dritten Auflage . . . . .	V
Leserhinweis . . . . .	IX
Abkürzungsverzeichnis . . . . .	XVII
<hr/>	
<b>1 Grundlagen und Prozesskompetenz . . . . .</b>	<b>1</b>
1.1 Grundlagen für das Handelsmanagement im 21. Jahrhundert . . . . .	1
1.1.1 Volkswirtschaftliche Bedeutung und Rolle der Handelstätigkeit . . . . .	2
1.1.2 Der Begriff Handel . . . . .	4
1.1.3 Handelsepochen und treibende Kräfte . . . . .	6
1.1.4 Wandel in den Markterscheinungsformen . . . . .	9
1.1.5 Leistungen des Einzelhandels und konstitutive Merkmale der Handelstätigkeit . . . . .	11
1.1.6 Die Zukunft des Handels und seine Markterscheinungsformen . . . . .	14
1.1.6.1 Stationärer Handel . . . . .	14
1.1.6.2 Elektronischer Handel . . . . .	16
1.1.6.3 Hybridformen des Handels . . . . .	20
1.2 Prozesskompetenz und vernetzte Wertschöpfung . . . . .	27
1.2.1 Prozesskenntnisse und Kompetenzaufbau . . . . .	28
1.2.2 Prozesse und Kompetenzen verdrängen starre Strukturen . . . . .	30
1.2.3 Erfolgslogik und Basiskompetenzen im Handel . . . . .	31
1.2.4 Fallstudie: Pommes frites . . . . .	34
Aufgaben . . . . .	42
Kontrollfragen . . . . .	43
Literatur . . . . .	43
<hr/>	
<b>2 Strategiekompetenz . . . . .</b>	<b>49</b>
2.1 Einleitung . . . . .	49
2.2 Grundlagen . . . . .	50
2.3 Handlungswissen . . . . .	53
2.3.1 Bestimmen Sie den Markt . . . . .	54
2.3.2 Entwickeln Sie eine Unternehmensvision und formulieren Sie ein verständliches Leistungsversprechen . . . . .	56
2.3.3 Führen Sie eine Situationsanalyse durch . . . . .	56
2.3.4 Identifizieren Sie eine Erfolg versprechende Grundsatzstrategie bzw. ein Geschäftsmodell . . . . .	57
2.3.5 Legen Sie Ziele fest und beachten Sie die Ressourcen . . . . .	59
2.3.6 Wählen Sie Profilierungsinstrumente . . . . .	60
2.3.7 Beurteilen und optimieren Sie die Leistung . . . . .	61
2.4 Fallstudie: IKEA . . . . .	62
Aufgaben zur Fallstudie . . . . .	64
Kontrollfragen . . . . .	64
Literatur . . . . .	65

---

<b>3</b>	<b>Kundenkompetenz</b> .....	<b>67</b>
3.1	Einleitung .....	67
3.2	Grundlagen .....	68
3.2.1	Die Wahl der Einkaufsstätte aus der Kundenperspektive .....	68
3.2.2	Die Wahl der Einkaufsstätte aus der Managementperspektive .....	70
3.3	Handlungswissen .....	72
3.3.1	Marktsegmentierung planen .....	72
3.3.2	Konsumentenforschung im Handel konzipieren .....	83
3.4	Fallstudie: Motel One .....	87
	Aufgaben zur Fallstudie .....	89
	Kontrollfragen .....	90
	Literatur .....	90
<hr/>		
<b>4</b>	<b>Verkaufskompetenz</b> .....	<b>93</b>
4.1	Einleitung .....	93
4.2	Grundlagen .....	95
4.2.1	Der Einkauf in der Verkaufsstelle – Entscheidung über Erfolg oder Misserfolg .....	95
4.2.2	Der Verkaufsprozess .....	96
4.2.3	Die Instrumente und Aufgaben im Verkauf .....	99
4.2.4	Verkaufskompetenz durch Kundeninspiration erhöhen .....	102
4.3	Handlungswissen .....	104
4.3.1	Sortimentsbreite bestimmen .....	104
4.3.2	Preislagen unterscheiden .....	106
4.3.3	Anforderungen und Grundformen der Ladengestaltung kennenlernen .....	107
4.4	Fallstudie: Giovanni-Sport .....	110
	Aufgaben zur Fallstudie .....	113
	Kontrollfragen .....	113
	Literatur .....	114
<hr/>		
<b>5</b>	<b>Logistikkompetenz</b> .....	<b>117</b>
5.1	Einleitung .....	117
5.2	Grundlagen .....	118
5.2.1	Die Aufgaben der Logistik .....	118
5.2.2	Der Logistikprozess und seine Grundformen .....	119
5.2.3	Informationsverarbeitung und Logistik .....	123
5.3	Handlungswissen .....	124
5.3.1	Herausforderungen im Supply Chain Management erkennen .....	124
5.3.2	Aufbau eines wirkungsvollen Supply Chain Managements am Fallbeispiel der Metro AG verstehen .....	125
5.4	Fallstudie: Zappos.com .....	128
	Aufgaben zur Fallstudie .....	132
	Kontrollfragen .....	132
	Literatur .....	133

<b>6</b>	<b>Beschaffungskompetenz</b> . . . . .	<b>135</b>
6.1	Einleitung . . . . .	135
6.2	Grundlagen . . . . .	137
6.2.1	Der Beschaffungsprozess . . . . .	137
6.2.2	Der Einfluss von Produktspezifika auf den Beschaffungsprozess . . .	139
6.2.3	Die Bedeutung von Category Management in der Beschaffung . . . .	140
6.2.4	Die Bedeutung von E-Procurement . . . . .	141
6.3	Handlungswissen . . . . .	142
6.3.1	Beschaffungsportfolio zur Sortimentsanalyse bestimmen . . . . .	142
6.3.2	ABC-Analyse zur Analyse einzelner Warengruppen planen . . . . .	144
6.3.3	ABC-/XYZ-Portfolio zur Ableitung beschaffungslogistischer Konzepte aufstellen . . . . .	146
6.3.4	Multiattributbewertung zur Lieferantenbeurteilung vornehmen . . .	147
6.3.5	Optimale Warenbestände planen . . . . .	149
6.4	Fallstudie: CPFR bei ECR, Douglas und L'Oreal . . . . .	150
	Aufgaben zur Fallstudie . . . . .	155
	Kontrollfragen . . . . .	155
	Literatur . . . . .	155
<b>7</b>	<b>Finanzierungskompetenz</b> . . . . .	<b>157</b>
7.1	Einleitung . . . . .	157
7.2	Grundlagen . . . . .	158
7.2.1	Begriffliche Definitionen . . . . .	158
7.2.2	Der Finanzierungsprozess . . . . .	159
7.3	Handlungswissen . . . . .	159
7.3.1	Kapitalbedarf berechnen . . . . .	159
7.3.2	Finanzierungsanlass beachten . . . . .	163
7.3.3	Finanzierungsform wählen . . . . .	165
7.3.4	Finanzierungsstruktur optimieren . . . . .	169
	Aufgaben zur Fallstudie . . . . .	172
	Kontrollfragen . . . . .	173
	Literatur . . . . .	173
<b>8</b>	<b>Controllingkompetenz</b> . . . . .	<b>175</b>
8.1	Einleitung . . . . .	175
8.2	Grundlagen . . . . .	176
8.2.1	Zweck des Controllings . . . . .	177
8.2.2	Der Controllingprozess . . . . .	179
8.2.3	Verankerung des Controllings im Unternehmen . . . . .	182
8.3	Handlungswissen . . . . .	184
8.3.1	Innerbetrieblicher Kennzahlenvergleich . . . . .	184
8.3.2	Kennzahlensysteme entwickeln . . . . .	185
8.3.3	Zentrale Handelskennzahlen auswählen . . . . .	187
8.3.4	Deckungsbeiträge verbessern . . . . .	191
8.3.5	Sortimentsmix optimieren . . . . .	194
8.4	Fallstudie: Women's Wear . . . . .	196

	Aufgaben zur Fallstudie . . . . .	196
	Kontrollfragen . . . . .	197
	Literatur . . . . .	197
<hr/>		
<b>9</b>	<b>Personalkompetenz . . . . .</b>	<b>199</b>
9.1	Einleitung . . . . .	199
9.2	Grundlagen . . . . .	200
9.3	Handlungswissen . . . . .	201
9.3.1	Mitarbeiter motivieren . . . . .	201
9.3.2	Mitarbeiter führen . . . . .	205
9.3.3	Mitarbeiter gewinnen und entwickeln . . . . .	207
9.4	Fallstudie: dm-drogerie markt . . . . .	211
	Aufgaben zur Fallstudie . . . . .	213
	Kontrollfragen . . . . .	213
	Literatur . . . . .	214
<hr/>		
<b>10</b>	<b>Informationskompetenz . . . . .</b>	<b>217</b>
10.1	Einleitung . . . . .	217
10.2	Grundlagen . . . . .	218
10.2.1	Informationsprozess . . . . .	218
10.2.2	Informationsquellen im Handel . . . . .	220
10.2.3	Informationsmanagement . . . . .	228
10.3	Handlungswissen . . . . .	229
10.3.1	Kundeninformationen in bestehende Informationssysteme integrieren . . . . .	229
10.3.2	Leistungsfähigkeit integriert messen . . . . .	230
10.3.3	Vom Informationsvermittler zum Informationsmanager . . . . .	232
10.4	Fallstudie: REWE . . . . .	232
	Aufgaben zur Fallstudie . . . . .	235
	Kontrollfragen . . . . .	235
	Literatur . . . . .	235
	Glossar . . . . .	237
	Relevante Links zum Thema Handel . . . . .	245
	Literaturverzeichnis . . . . .	247
	Sachregister . . . . .	259