

Inhalt

Vorworte zur 7. und 8. Auflage	13
0. Der Handel und seine wirtschaftliche Bedeutung	15
0.1 Stellung des Handels in der Wirtschaft	17
0.2 Begriffe Einzelhandel und Großhandel	17
0.3 Arten der Handelsbetriebe	18
0.4 Struktur des Einzelhandels in der Bundesrepublik Deutschland	20
0.5 Struktur des Großhandels in der Bundesrepublik Deutschland	27
0.6 Künftige Entwicklung des Handels	29
1. Handelsfunktionen	33
1. Begriff der Handelsfunktionen	35
1.2 Systeme der Handelsfunktionen	35
1.3 Träger der Handelsfunktionen	40
1.4 Funktionsausübung im Groß- und Einzelhandel	41
1.5 Funktionsausgliederung und Funktionsübertragung	43
1.51 Möglichkeiten der Funktionsausgliederung und -übertragung	43
1.52 Grenzen der Funktionsausgliederung im Handel	44
2. Handelsbetriebliche Leistungsfaktoren	45
2.1 Leistungsfaktor menschliche Arbeit	47
2.11 Die Bedeutung des Faktors menschliche Arbeitskraft im Handel	47
2.12 Das Handelsmanagement	47
2.13 Personalpolitik	48
2.131 Stellenbeschreibung	49
2.132 Personalbeurteilung	51
2.14 Personalplanung	53
2.141 Personalbedarfsplanung	53

2.142	Personaleinsatzplanung	54
2.143	Arbeits- und Zeitstudien	56
2.144	Ausbildungsplanung	61
2.15	Mitarbeiterentlohnung	63
2.16	Arbeitsrecht, Tarifrecht und Betriebsverfassungsrecht	68
2.17	Personalkosten	69
2.2	Leistungsfaktor Handelsware	70
2.21	Sortimentsstruktur	71
2.22	Warentypologie	72
2.3	Leistungsfaktor Raum	73
2.31	Bedeutung des Faktors Raum	73
2.32	Raumarten	74
2.33	Raumleistung	75
2.34	Raumleistungskennzahlen	79
2.35	Kosten für den Faktor Raum	81
2.36	Raumökonomie	82
2.4	Leistungsfaktor Kapital	82
3.	Handelsbetriebliche Leistungsbereiche	85
3.1	Leistungsbereich Beschaffung	87
3.11	Begriff und Wesen der Beschaffung im Handelsbetrieb	87
3.12	Teilfunktionen der Beschaffung	87
3.13	Beschaffungsdispositionen	89
3.14	Organisation der Beschaffung	90
3.15	Kooperative Beschaffung	91
3.16	Großhandelsbetrieb als kooperative Beschaffungszentrale	94
3.2	Leistungsbereich Lagerung	96
3.21	Begriff und Bedeutung des Lagerungsprozesses	96
3.22	Ermittlung der wirtschaftlichen Lagergröße	96
3.23	Lagerumschlaggeschwindigkeit	98
3.24	Lagerpolitik	102
3.25	Manipulation	103
3.3	Leistungsbereich Absatz	103
3.31	Begriff und Wesen des Absatzes im Handelsbetrieb	103
3.32	Teilfunktionen des Absatzes	103
3.33	Absatzdispositionen	104
4.	Finanzierung im Handel	107
4.1	Finanzierung und Investition	109
4.2	Kapitalbedarf im Handel	110
4.21	Bestimmungsfaktoren des Kapitalbedarfs	110

4.22	Darstellung einer Kapitalbedarfsrechnung	111
4.3	Kapitaldeckung im Handel	114
4.31	Eigenfinanzierung	114
4.32	Selbstfinanzierung	114
4.33	Finanzierung durch Abschreibungen	115
4.34	Fremdfinanzierung	116
4.4	Finanzwirtschaftliche Struktur	120
4.41	Liquidität	120
4.42	Finanzierungsregeln	121
4.43	Vermögens- und Kapitalstruktur	123
5.	Informationsprozeß im Handel	125
5.1	Begriff, Ziele und Besonderheiten der Handelsmarktforschung	127
5.2	Methoden der Marktforschung	129
5.21	Sekundärforschung	129
5.22	Primärforschung	132
5.3	Methoden der Primärforschung	132
5.31	Befragungsmethode	132
5.32	Beobachtungsmethode	140
5.33	Experiment	142
5.4	Auswahlmethoden	143
5.5	Anwendungsbereiche der Marktforschung im Handelsbetrieb	145
5.51	Standortforschung	145
5.52	Kundenforschung	145
5.53	Konkurrenzforschung	154
5.54	Imageforschung	169
5.541	Begriff des Image und Imagefaktoren	169
5.542	Imageanalyse	171
5.543	Imagepolitik	178
5.55	Test-Kauf-Forschung	179
5.6	Management-Informationssysteme im Handel	181
6.	Handelsbetriebliches Instrumentarium	183
6.0	Abhängigkeit der Unternehmerentscheidungen von den Unternehmenszielen	185
6.1	Strategische Entscheidungen des Handelsmanagements	188
6.11	Wahl der Betriebsform	188
6.110	Fach- und Spezialgeschäft	189
6.111	Kauf- und Warenhaus	192
6.112	Gemeinschaftswarenhäuser	197

6.113	Kleinpreisgeschäft	201
6.114	Filialbetrieb	202
6.115	Versandhaus	205
6.116	Catalogue-Showroom	209
6.117	Supermarkt	211
6.118	Verbrauchermarkt/SB-Warenhaus	216
6.119	Shopping-Center	222
6.1110	Warenhandelsgenossenschaften	228
6.1111	Fachmarkt	230
6.1112	Off-Price-Store	233
6.1113	Sonstige Betriebsformen des Einzelhandels	235
6.1114	Cash-and-Carry-Lager	237
6.1115	Großhandelszentrum	241
6.12	Bestimmung der Betriebsgröße	243
6.121	Begriff der Betriebsgröße	243
6.122	Maßstäbe der Betriebsgröße	243
6.123	Einflußfaktoren auf die Betriebsgröße	245
6.124	Optimale Betriebsgröße	245
6.13	Wahl des Standortes	246
6.131	Entscheidungsprozeß bei der Standortwahl	246
6.132	Mögliche Verfahren zur Abgrenzung des Einzugsgebietes	247
6.133	Analyse der Standortfaktoren	255
6.134	Verschiedene Standortwahlverfahren	266
6.135	Innerbetriebliche Standortwahl	273
6.14	Festlegung der Organisationsstruktur	277
6.15	Vornahme der Einrichtungsgestaltung	281
6.151	Bedeutung der Geschäftseinrichtung im Handelsbetrieb	281
6.152	Funktionsgerechte Einrichtungsgestaltung	281
6.153	Funktion des Schaufensters im Handelsbetrieb	282
6.16	Verkaufsform (Bedienungssystem)	283
6.161	Bestimmung der Verkaufsform	283
6.162	Verbreitung der Selbstbedienung	283
6.163	Betriebswirtschaftliche Auswirkungen der Selbstbedienung	284
6.164	Organisation des Selbstbedienungsladens	285
6.165	Automatenabsatz	288
6.2	Taktische Entscheidungen des Handelsmanagements	289
6.21	Sortimentspolitik	289
6.211	Bestimmungsfaktoren der Sortimentspolitik	290
6.2111	Betriebsstrukturelle Bestimmungsfaktoren	290
6.2112	Betriebspolitische Bestimmungsfaktoren	292
6.212	Sortimentskontrolle	293
6.213	Neuere Aspekte der Sortimentspolitik	295
6.22	Preispolitik	296
6.221	Einflußgrößen handelsbetrieblicher Preispolitik	296
6.222	Preispolitische Maßnahmen des Handelsmanagements	297

6.2221	Preislagenabstufung	298
6.2222	Preisdifferenzierung	300
6.2223	Rabattpolitik	300
6.23	Kundendienstpolitik	301
6.231	Kundendienstleistungen der Handelsbetriebe	302
6.232	Probleme der Kundendienstpolitik im Handelsbetrieb	304
6.24	Kreditpolitik	305
6.241	Teilzahlungskredite	305
6.242	Kredit- und Scheckkarten	306
6.25	Werbepolitik	307
6.251	Bereiche werbepolitischer Entscheidungen	307
6.252	Werbepolitische Probleme im Handel	308
6.253	Media-Mix	313
6.254	Werbeerfolgskontrolle	314
6.3	Neue Medien (Kommunikationstechniken)	316
6.4	Marketing-Mix im Handelsbetrieb	317
7.	Rechnungswesen der Handelsbetriebe	321
7.1	Allgemeine Aufgaben des Rechnungswesens im Handelsbetrieb	323
7.2	Zweige des Rechnungswesens	324
7.3	Buchhaltung	325
7.31	Aufgaben der Buchhaltung	325
7.32	Mindestbuchhaltung	325
7.33	Kontenrahmen des Groß- und Einzelhandels	326
7.34	Inventur	329
7.35	Warenbewertung	330
7.36	Fernbuchhaltung	333
7.37	Bilanz	335
7.4	Kostenrechnung	338
7.41	Begriff, Wesen und Ziele der Kostenrechnung	338
7.42	Grundbegriffe der Kosten- und Leistungsrechnung	339
7.421	Aufwand und Kosten	339
7.422	Ertrag und Leistung	341
7.43	Kostenrechnung auf der Basis von Vollkosten	342
7.431	Kostenartenrechnung	342
7.432	Kostenstellenrechnung	344
7.433	Kostenträgerrechnung	350
7.5	Kalkulation	351
7.51	Handelsspanne	352
7.52	Zuschlagskalkulation	354
7.53	Kalkulationsaufschlagssatz (Planung der Betriebshandelsspanne)	354
7.54	Kalkulationsschema für handwerkliche Leistungen	356
7.55	Kalkulatorischer Ausgleich	357
7.56	Kalkulations- und Preispolitik	358

7.6	Kurzfristige Erfolgsrechnung (KER)	358
7.61	Kurzfristige Erfolgsrechnung als Bruttoertragsrechnung	359
7.62	Kurzfristige Erfolgsrechnung als Deckungsbeitragsrechnung	360
7.621	Methoden der Deckungsbeitragsrechnung	361
7.622	Anwendungsmöglichkeiten der Deckungsbeitragsrechnung	364
7.7	Statistik	374
7.71	Aufgaben und organisatorische Eingliederung der Statistik	374
7.72	Arten der Betriebsstatistik	375
7.73	Auswertung und Darstellungsmethoden der Betriebsstatistik	378
7.74	Betriebliche Kennzahlen	378
7.741	Begriff der Kennzahlen	378
7.742	Arten von Kennzahlen	379
7.7421	Gliederung der Kennzahlen nach Leistungsfaktoren	381
7.7422	Gliederung der Kennzahlen nach Leistungsbereichen	383
7.743	Aufgaben und Ziele der Kennzahlen	383
7.7431	Kennzahlen als Grundlage von Entscheidungen	383
7.7432	Aufgabenbereiche von Kennzahlen	384
7.75	Der Kennzahlenvergleich	385
7.751	Notwendigkeit der betrieblichen Vergleiche	385
7.752	Innerbetrieblicher Kennzahlenvergleich	386
7.753	Zwischenbetrieblicher Kennzahlenvergleich	387
7.7531	Voraussetzungen des zwischenbetrieblichen Vergleichs	388
7.7532	Auswertung des zwischenbetrieblichen Vergleichs	394
7.76	Kennzahlensysteme	403
7.761	Notwendigkeit von Kennzahlensystemen	403
7.762	Begriff und Aufgaben des Kennzahlensystems	404
7.763	Darstellung von Kennzahlensystemen	404
7.7631	Darstellung eines Kennzahlensystems als Modell eines Unternehmens	404
7.7632	Darstellung eines Kennzahlensystems im kybernetischen Modell	416
7.77	Praktische Anwendungsmöglichkeiten der Kennzahlenrechnung	418
7.78	Grenzen der Kennzahlenanwendung	421
7.8	Planungsrechnung	424
7.81	Begriff der Planung	424
7.82	Umfang der Planungsrechnung	424
7.83	Absatzplanung	425
7.84	Beschaffungsplanung	426
7.85	Raumplanung	427
7.86	Personalplanung	427
7.87	Kostenplanung	428
7.88	Finanzplanung	429
7.89	Kontrolle der Wirksamkeit der Planung	430

8.	Rationalisierung und Kooperation	433
8.1	Rationalisierung im Handel	435
8.11	Bedeutung der Unternehmerqualität (Managementqualität) im Handelsbetrieb	435
8.12	Förderung der Unternehmensführung durch Unternehmensberatungen	435
8.121	Unternehmensberatungen durch die Groß- und Einzelhandelsverbände	436
8.122	Freie Berater (Beraterunternehmen)	439
8.13	Überbetriebliche Rationalisierungseinrichtungen	439
8.14	Handelsforschung	440
8.15	Erfahrungsaustauschgruppen (Erfa-Gruppen)	441
8.2	Kooperationsformen im Handel	443
8.21	Standortkooperation im Einzelhandel	443
8.22	Gemeinschaftswerbung	444
8.23	Parkgemeinschaften	445
8.24	Kundendienstleistungen	445
8.25	Zusammenarbeit auf dem Gebiet der EDV	446
8.26	Franchising	447
8.27	Besondere Kooperationsformen im Großhandel	449
9.	Steuer- und Rechtsfragen in der Handelspraxis	451
9.1	Steuerrecht	453
9.11	Einkommensteuerrecht	453
9.111	Standortwechsel und Steuerrecht	453
9.112	Neu- und Umbauten von Handelsbetrieben	457
9.113	Ehegattenarbeitsverträge	459
9.114	Aufwendungen für Studienreisen	459
9.12	Umsatzsteuerrecht	460
9.121	Preisvereinbarungen und Mehrwertsteuer	460
9.122	Export über den Ladentisch	461
9.123	Teilzahlungszuschläge	462
9.124	Vorsteuerabzug bei Reisekosten	463
9.13	Gewerbesteuerrecht	464
9.131	Notwendigkeit der Gewinnplanung	464
9.132	Einflußnahme auf die Gewerbeertragsteuer	464
9.133	Einflußnahme auf die Gewerbekapitalsteuer	465
9.134	Gewerbesteuer als Standortfaktor	467
9.14	Firmenwert (Goodwill) eines Handelsbetriebes	467
9.141	Direkte Methode	468
9.142	Indirekte Methode	469
9.143	Mittelwertmethode	471
9.144	Investitionsrechnung	472
9.145	Der Firmenwert in der Handels- und Steuerbilanz	473

9.2	Wettbewerbsrecht	475
9.21	Wettbewerbsrecht als Grundlage des Leistungswettbewerbes	475
9.22	Umfang des Wettbewerbsrechts im Handel	475
9.23	Verkaufsveranstaltungen im Handel	476
9.24	Zugabeverordnung und Rabattgesetz	482
9.25	Preisangabenverordnung	483
9.26	Ladenschlußgesetz	484
9.27	Verfolgung von Verstößen gegen das Wettbewerbsrecht	485
9.28	Gemeinsame Erklärung der gewerblichen Wirtschaft zur Sicherung des Leistungswettbewerbs	486
	 Abkürzungsverzeichnis	 489
	Tabellenverzeichnis	490
	Abbildungsverzeichnis	492
	Literaturverzeichnis	494
	Stichwortverzeichnis	505