

Inhaltsübersicht

| | |
|---|----|
| Vorwort zur 11. 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 | 28 |
| 0.6 Struktur des Handels in den neuen Bundesländern (Ex-DDR) | 31 |
| 0.6.1 Struktur des Einzelhandels | 33 |
| 0.6.2 Struktur des Großhandels | 34 |
| 0.7 Künftige Entwicklung des Handels | 35 |
| 1. Handelsfunktionen | 39 |
| 1.1 Begriff der Handelsfunktionen | 41 |
| 1.2 Systeme der Handelsfunktionen | 41 |
| 1.3 Träger der Handelsfunktionen | 46 |
| 1.4 Funktionsausübung im Groß- und Einzelhandel | 47 |
| 1.5 Funktionsausgliederung und Funktionsübertragung | 49 |
| 1.5.1 Möglichkeiten der Funktionsausgliederung und -übertragung | 49 |
| 1.5.2 Grenzen der Funktionsausgliederung im Handel | 50 |
| 2. Handelsbetriebliche Leistungsfaktoren | 53 |
| 2.1 Leistungsfaktor menschliche Arbeit | 55 |
| 2.1.1 Die Bedeutung des Faktors menschliche Arbeitskraft im Handel | 55 |
| 2.1.2 Das Handelsmanagement | 56 |
| 2.1.3 Personalpolitik | 57 |
| 2.1.3.1 Stellenbeschreibung | 57 |
| 2.1.3.2 Personalbeurteilung | 59 |
| 2.1.4 Personalplanung | 62 |
| 2.1.4.1 Personalbedarfsplanung | 62 |
| 2.1.4.2 Personaleinsatzplanung | 64 |
| 2.1.4.3 Arbeits- und Zeitstudien | 66 |
| 2.1.4.4 Aus-, Weiter- und Fortbildungsplanung | 70 |
| 2.1.5 Mitarbeiterentlohnung | 72 |

| | | |
|-----------|---|------------|
| 2.1.6 | Arbeitsrecht, Tarifrecht und Betriebsverfassungsrecht | 79 |
| 2.1.7 | Personalkosten | 81 |
| 2.2 | Leistungsfaktor Handelsware | 82 |
| 2.2.1 | Sortimentsstruktur | 83 |
| 2.2.2 | Warentypologie | 84 |
| 2.3 | Leistungsfaktor Raum | 85 |
| 2.3.1 | Bedeutung des Faktors Raum | 85 |
| 2.3.2 | Raumarten | 86 |
| 2.3.3 | Raumleistung | 88 |
| 2.3.4 | Raumleistungskennzahlen | 92 |
| 2.3.5 | Kosten für den Faktor Raum | 94 |
| 2.3.6 | Raumökonomie | 95 |
| 2.4 | Leistungsfaktor Kapital | 96 |
| 2.5 | Faktorenkombination | 96 |
| 3. | Handelsbetriebliche Leistungsbereiche | 99 |
| 3.1 | Leistungsbereich Beschaffung | 101 |
| 3.1.1 | Begriff und Wesen der Beschaffung im Handelsbetrieb | 101 |
| 3.1.2 | Teilfunktionen der Beschaffung | 101 |
| 3.1.3 | Beschaffungsdispositionen | 103 |
| 3.1.4 | Organisation der Beschaffung | 105 |
| 3.1.5 | Kooperative Beschaffung | 106 |
| 3.1.6 | Großhandelsbetrieb als kooperative Beschaffungszentrale | 109 |
| 3.2 | Leistungsbereich Lagerung | 110 |
| 3.2.1 | Begriff und Bedeutung des Lagerungsprozesses | 110 |
| 3.2.2 | Ermittlung der wirtschaftlichen Lagergröße | 111 |
| 3.2.3 | Lagerumschlaggeschwindigkeit | 113 |
| 3.2.4 | Lagerpolitik | 117 |
| 3.2.5 | Manipulation | 118 |
| 3.3 | Leistungsbereich Absatz | 118 |
| 3.3.1 | Begriff und Wesen des Absatzes im Handelsbetrieb | 118 |
| 3.3.2 | Teilfunktionen des Absatzes | 119 |
| 3.3.3 | Absatzdispositionen | 120 |
| 3.4 | Warenwirtschaftssystem | 121 |
| 3.4.1 | Begriff und Wesen | 121 |
| 3.4.2 | Warenwirtschaftssystem im Einzelhandel | 122 |
| 4. | Finanzierung im Handel | 127 |
| 4.1 | Finanzierung und Investition | 129 |
| 4.2 | Kapitalbedarf im Handel | 130 |
| 4.2.1 | Bestimmungsfaktoren des Kapitalbedarfs | 130 |

| | | |
|-----------|--|------------|
| 4.2.2 | Darstellung einer Kapitalbedarfsrechnung (KBR) | 131 |
| 4.3 | Kapitaldeckung im Handel | 134 |
| 4.3.1 | Eigenfinanzierung | 134 |
| 4.3.2 | Selbstfinanzierung | 134 |
| 4.3.3 | Finanzierung durch Abschreibungen | 135 |
| 4.3.4 | Fremdfinanzierung | 136 |
| 4.4 | Finanzwirtschaftliche Struktur | 141 |
| 4.4.1 | Liquidität | 141 |
| 4.4.2 | Finanzierungsregeln | 142 |
| 4.4.3 | Vermögens- und Kapitalstruktur | 144 |
| 5. | Informationsprozeß im Handel | 147 |
| 5.1 | Begriff, Ziele und Besonderheiten der Handelsmarktforschung | 149 |
| 5.2 | Methoden der Marktforschung | 150 |
| 5.2.1 | Sekundärforschung | 150 |
| 5.2.2 | Primärforschung | 154 |
| 5.3 | Methoden der Primärforschung | 154 |
| 5.3.1 | Befragungsmethode | 155 |
| 5.3.2 | Beobachtungsmethode | 164 |
| 5.3.3 | Experiment | 166 |
| 5.4 | Auswahlmethoden | 168 |
| 5.5 | Anwendungsbereiche der Marktforschung im Handelsbetrieb | 169 |
| 5.5.1 | Standortforschung | 170 |
| 5.5.2 | Kundenforschung | 170 |
| 5.5.3 | Konkurrenzforschung | 180 |
| 5.5.4 | Imageforschung | 196 |
| 5.5.4.1 | Begriff des Image und Imagefaktoren | 196 |
| 5.5.4.2 | Imageanalyse | 199 |
| 5.5.4.3 | Imagepolitik | 206 |
| 5.5.5 | Testkaufforschung | 206 |
| 5.6 | PC-Auswertung von Marktforschungsdaten | 209 |
| 5.7 | Management-Informationssysteme im Handel | 211 |
| 6. | Handelsbetriebliches Instrumentarium | 215 |
| 6.0 | Abhängigkeit der Unternehmerentscheidungen von den Unternehmenszielen | 217 |
| 6.1 | Strategische Entscheidungen des Handelsmanagements | 220 |
| 6.1.1 | Wahl der Betriebsform | 220 |
| 6.1.1.0 | Fach- und Spezialgeschäft | 221 |
| 6.1.1.1 | Kauf- und Warenhaus | 225 |
| 6.1.1.2 | Gemeinschaftswarenhaus | 230 |

| | | |
|-----------|---|-----|
| 6.1.1.3 | Kleinpreisgeschäft | 234 |
| 6.1.1.4 | Filialbetrieb | 235 |
| 6.1.1.5 | Versandhaus | 239 |
| 6.1.1.6 | Catalogue-Showroom | 245 |
| 6.1.1.7 | Supermarkt | 247 |
| 6.1.1.8 | Verbrauchermarkt (SB-Center/SB-Warenhaus) . . . | 252 |
| 6.1.1.9 | Shopping-Center (Einkaufszentrum) | 261 |
| 6.1.1.10 | Warenhandelsgenossenschaften | 267 |
| 6.1.1.11 | Fachmarkt | 270 |
| 6.1.1.12 | Off-Price-Store | 273 |
| 6.1.1.13 | Sonstige Betriebsformen des Einzelhandels | 276 |
| 6.1.1.14 | Cash-and-Carry-Lager | 279 |
| 6.1.1.15 | Großhandelszentrum | 283 |
| 6.1.2 | Bestimmung der Betriebsgröße | 285 |
| 6.1.2.1 | Begriff der Betriebsgröße | 285 |
| 6.1.2.2 | Maßstäbe der Betriebsgröße | 285 |
| 6.1.2.3 | Einflußfaktoren auf die Betriebsgröße | 287 |
| 6.1.2.4 | Optimale Betriebsgröße | 287 |
| 6.1.3 | Wahl des Standortes | 288 |
| 6.1.3.1 | Entscheidungsprozeß bei der Standortwahl | 288 |
| 6.1.3.2 | Mögliche Verfahren zur Abgrenzung des Einzugsgebietes | 289 |
| 6.1.3.3 | Analyse der Standortfaktoren | 297 |
| 6.1.3.4 | Verschiedene Standortwahlverfahren | 311 |
| 6.1.3.5 | Innerbetriebliche Standortwahl | 320 |
| 6.1.4 | Festlegung der Organisationsstruktur | 323 |
| 6.1.5 | Vornahme der Einrichtungsgestaltung | 326 |
| 6.1.5.1 | Bedeutung der Geschäftseinrichtung im Handelsbetrieb | 326 |
| 6.1.5.2 | Funktionsgerechte Einrichtungsgestaltung | 328 |
| 6.1.5.3 | Funktion des Schaufensters im Handelsbetrieb . . . | 329 |
| 6.1.5.4 | Leitsysteme | 330 |
| 6.1.6 | Verkaufsform (Bedienungssystem) | 332 |
| 6.1.6.1 | Bestimmung der Verkaufsform | 332 |
| 6.1.6.2 | Verbreitung der Selbstbedienung | 332 |
| 6.1.6.3 | Betriebswirtschaftliche Auswirkungen der Selbstbedienung | 333 |
| 6.1.6.4 | Organisation des Selbstbedienungsladens | 335 |
| 6.1.6.5 | Automatenabsatz | 338 |
| 6.2 | Taktische Entscheidungen des Handelsmanagements | 339 |
| 6.2.1 | Sortimentspolitik | 339 |
| 6.2.1.1 | Bestimmungsfaktoren der Sortimentspolitik | 340 |
| 6.2.1.1.1 | Betriebsstrukturelle Bestimmungsfaktoren | 340 |
| 6.2.1.1.2 | Betriebspolitische Bestimmungsfaktoren | 342 |

| | | |
|-----------|---|------------|
| 6.2.1.2 | Sortimentskontrolle | 343 |
| 6.2.1.3 | Neuere Aspekte der Sortimentspolitik | 345 |
| 6.2.2 | Preispolitik | 346 |
| 6.2.2.1 | Einflußgrößen handelsbetrieblicher Preispolitik | 346 |
| 6.2.2.2 | Preispolitische Maßnahmen des Handelsmanagements | 348 |
| 6.2.2.2.1 | Preislagenabstufung | 349 |
| 6.2.2.2.2 | Preisdifferenzierung | 350 |
| 6.2.2.2.3 | Rabattpolitik | 351 |
| 6.2.3 | Kundendienstpolitik | 352 |
| 6.2.3.1 | Kundendienstleistungen der Handelsbetriebe | 353 |
| 6.2.3.2 | Kundendienstleistungen der Großhandelsbetriebe | 355 |
| 6.2.3.3 | Probleme der Kundendienstpolitik im Handelsbetrieb | 367 |
| 6.2.4 | Kreditpolitik | 368 |
| 6.2.4.1 | Teilzahlungskredite | 368 |
| 6.2.4.2 | Kredit- und Scheckkarten | 369 |
| 6.2.4.3 | Kundenkarten | 371 |
| 6.2.5 | Werbepolitik | 372 |
| 6.2.5.1 | Bereiche werbepolitischer Entscheidungen | 372 |
| 6.2.5.2 | Werbepolitische Probleme im Handel | 373 |
| 6.2.5.3 | Media-Mix | 379 |
| 6.2.5.4 | Werbeerfolgskontrolle | 381 |
| 6.3 | Neue Medien (Kommunikationstechniken) | 382 |
| 6.4 | Marketing-Mix im Handelsbetrieb | 384 |
| | | |
| 7. | Rechnungswesen der Handelsbetriebe | 387 |
| | | |
| 7.1 | Allgemeine Aufgaben des Rechnungswesens im Handelsbetrieb | 389 |
| 7.2 | Zweige des Rechnungswesens | 390 |
| 7.3 | Buchhaltung | 391 |
| 7.3.1 | Aufgaben der Buchhaltung | 391 |
| 7.3.2 | Mindestbuchhaltung | 391 |
| 7.3.3 | Kontenrahmen des Groß- und Einzelhandels | 392 |
| 7.3.4 | Inventur | 395 |
| 7.3.5 | Warenbewertung | 396 |
| 7.3.6 | Fernbuchhaltung | 400 |
| 7.3.7 | Bilanz | 401 |
| 7.4 | Kostenrechnung | 405 |
| 7.4.1 | Begriff, Wesen und Ziele der Kostenrechnung | 405 |
| 7.4.2 | Grundbegriffe der Kosten- und Leistungsrechnung | 406 |
| 7.4.2.1 | Aufwand und Kosten | 407 |
| 7.4.2.2 | Ertrag und Leistung | 408 |
| 7.4.3 | Kostenrechnung auf der Basis von Vollkosten | 409 |

| | | |
|-----------|---|-----|
| 7.4.3.1 | Kostenartenrechnung | 409 |
| 7.4.3.2 | Kostenstellenrechnung | 412 |
| 7.4.3.3 | Kostenträgerrechnung | 418 |
| 7.5 | Kalkulation | 420 |
| 7.5.1 | Handelsspanne | 420 |
| 7.5.2 | Zuschlagskalkulation | 423 |
| 7.5.3 | Kalkulationsaufschlagssatz (Planung der Betriebshandelsspanne) | 424 |
| 7.5.4 | Kalkulationsschema für handwerkliche Leistungen | 425 |
| 7.5.5 | Kalkulatorischer Ausgleich | 426 |
| 7.5.6 | Kalkulations- und Preispolitik | 427 |
| 7.6 | Kurzfristige Erfolgsrechnung (KER) | 428 |
| 7.6.1 | Kurzfristige Erfolgsrechnung als Bruttoertragsrechnung | 428 |
| 7.6.2 | Kurzfristige Erfolgsrechnung als Deckungsbeitragsrechnung | 430 |
| 7.6.2.1 | Methoden der Deckungsbeitragsrechnung | 431 |
| 7.6.2.2 | Anwendungsmöglichkeiten der Deckungsbeitragsrechnung | 435 |
| 7.7 | Statistik | 446 |
| 7.7.1 | Aufgaben und organisatorische Eingliederung der Statistik | 446 |
| 7.7.2 | Arten der Betriebsstatistik | 447 |
| 7.7.3 | Auswertung und Darstellungsmethoden der Betriebsstatistik | 450 |
| 7.7.4 | Betriebliche Kennzahlen | 450 |
| 7.7.4.1 | Begriff der Kennzahlen | 450 |
| 7.7.4.2 | Arten von Kennzahlen | 451 |
| 7.7.4.2.1 | Gliederung der Kennzahlen nach den Leistungsfaktoren | 453 |
| 7.7.4.2.2 | Gliederung der Kennzahlen nach den Leistungsbereichen | 455 |
| 7.7.4.3 | Aufgaben und Ziele der Kennzahlen | 455 |
| 7.7.4.3.1 | Kennzahlen als Grundlage von Entscheidungen im Unternehmen | 455 |
| 7.7.4.3.2 | Aufgabenbereiche von Kennzahlen | 456 |
| 7.7.5 | Der Kennzahlenvergleich | 457 |
| 7.7.5.1 | Notwendigkeit der betrieblichen Vergleiche für die Kennzahlenanwendung | 457 |
| 7.7.5.2 | Der innerbetriebliche Kennzahlenvergleich | 458 |
| 7.7.5.3 | Der zwischenbetriebliche Kennzahlenvergleich | 459 |
| 7.7.5.3.1 | Voraussetzungen des zwischenbetrieblichen Vergleichs | 460 |
| 7.7.5.3.2 | Auswertung des zwischenbetrieblichen Kennzahlenvergleichs | 467 |
| 7.7.6 | Kennzahlensysteme | 476 |
| 7.7.6.1 | Notwendigkeit von Kennzahlensystemen für die Kennzahlenanwendung | 476 |

| | | |
|-----------|--|-----|
| 7.7.6.2 | Begriff und Aufgaben des Kennzahlensystems . . . | 477 |
| 7.7.6.3 | Darstellung von Kennzahlensystemen | 477 |
| 7.7.6.3.1 | Darstellung eines Kennzahlensystems als Modell eines Unternehmens | 477 |
| 7.7.6.3.2 | Darstellung eines Kennzahlensystems im kybernetischen Modell der Unternehmung | 491 |
| 7.7.7 | Praktische Anwendungsmöglichkeiten der Kennzahlenrechnung | 493 |
| 7.7.8 | Grenzen der Kennzahlenanwendung | 496 |
| 7.8 | Planungsrechnung | 499 |
| 7.8.1 | Begriff der Planung | 499 |
| 7.8.2 | Umfang der Planungsrechnung | 500 |
| 7.8.3 | Absatzplanung | 501 |
| 7.8.4 | Beschaffungsplanung | 502 |
| 7.8.5 | Raumplanung | 503 |
| 7.8.6 | Personalplanung | 504 |
| 7.8.7 | Kostenplanung | 504 |
| 7.8.8 | Finanzplanung | 505 |
| 7.8.9 | Kontrolle der Wirksamkeit der Planung | 506 |

8. Rationalisierung und Kooperation 509

| | | |
|---------|---|-----|
| 8.1 | Rationalisierung im Handel (außerbetriebliche Rationalisierung) | 511 |
| 8.1.1 | Bedeutung der Unternehmerqualität (Managementqualität) im Handelsbetrieb | 511 |
| 8.1.2 | Förderung der Unternehmensführung durch Unternehmensberatungen | 511 |
| 8.1.2.1 | Unternehmensberatungen durch die Groß- und Einzelhandelsverbände | 512 |
| 8.1.2.2 | Freie Berater (Beraterunternehmen) | 515 |
| 8.1.3 | Überbetriebliche Rationalisierungseinrichtungen | 515 |
| 8.1.4 | Handelsforschung | 517 |
| 8.1.5 | Erfahrungsaustauschgruppen (Erf-Gruppen) | 518 |
| 8.2 | Kooperationsformen im Handel | 519 |
| 8.2.1 | Standortkooperation im Einzelhandel | 519 |
| 8.2.2 | Gemeinschaftswerbung | 521 |
| 8.2.3 | Parkgemeinschaften | 522 |
| 8.2.4 | City-Management (Stadtmarketing) | 523 |
| 8.2.5 | Kundendienstleistungen | 523 |
| 8.2.6 | Zusammenarbeit auf dem Gebiet der EDV | 524 |
| 8.2.7 | Franchising | 526 |
| 8.2.8 | Besondere Kooperationsformen im Großhandel | 527 |

| | |
|--|------------|
| 9. Steuer- und Rechtsfragen in der Handelspraxis | 529 |
| 9.1 Steuerrecht | 531 |
| 9.1.1 Einkommensteuerrecht | 531 |
| 9.1.1.1 Standortwechsel und Steuerrecht | 531 |
| 9.1.1.2 Neu- und Umbauten von Handelsbetrieben | 536 |
| 9.1.1.3 Ehegattenarbeitsverträge | 537 |
| 9.1.1.4 Aufwendungen für Studienreisen | 538 |
| 9.1.2 Umsatzsteuerrecht | 539 |
| 9.1.2.1 Preisvereinbarungen und Mehrwertsteuer | 539 |
| 9.1.2.2 Export über den Ladentisch | 540 |
| 9.1.2.3 Teilzahlungszuschläge | 541 |
| 9.1.2.4 Vorsteuerabzug bei Reisekosten | 541 |
| 9.1.3 Gewerbesteuerrecht | 542 |
| 9.1.3.1 Notwendigkeit der Gewinnplanung | 543 |
| 9.1.3.2 Einflußnahme auf die Gewerbeertragsteuer | 543 |
| 9.1.3.3 Einflußnahme auf die Gewerbekapitalsteuer | 544 |
| 9.1.3.4 Gewerbesteuer als Standortfaktor | 546 |
| 9.1.4 Firmenwert (Goodwill) eines Handelsbetriebes | 546 |
| 9.1.4.1 Direkte Methode | 547 |
| 9.1.4.2 Indirekte Methode | 549 |
| 9.1.4.3 Mittelwertmethode | 551 |
| 9.1.4.4 Investitionsrechnung | 552 |
| 9.1.4.5 Der Firmenwert in der Handels- und Steuerbilanz | 553 |
| 9.2 Wettbewerbsrecht | 555 |
| 9.2.1 Wettbewerbsrecht als Grundlage des Leistungswettbewerbs | 555 |
| 9.2.2 Umfang des Wettbewerbsrechts im Handel | 555 |
| 9.2.3 Verkaufsveranstaltungen im Handel | 557 |
| 9.2.4 Zugabeverordnung und Rabattgesetz | 563 |
| 9.2.5 Preisangabenverordnung | 564 |
| 9.2.6 Ladenschlußgesetz | 565 |
| 9.2.7 Verfolgung von Verstößen gegen das Wettbewerbsrecht | 566 |
| 9.2.8 Gemeinsame Erklärung der gewerblichen Wirtschaft zur Sicherung des Leistungswettbewerbs | 567 |
| Abkürzungsverzeichnis | 571 |
| Tabellenverzeichnis | 573 |
| Abbildungsverzeichnis | 577 |
| Literaturverzeichnis | 579 |
| Stichwortverzeichnis | 595 |