

Wirtschaftswissenschaftliche Bücherei für Schule und Praxis

Begründet von Handelsschul-Direktor Dipl.-Hdl. Friedrich Hutkap †

Herausgeber:

Dr. Hermann Speth

Verfasser:

Dr. Hermann Speth, Dipl.-Hdl., Wangen im Allgäu

Gernot B. Hartmann, Dipl.-Hdl., Emmendingen

Friedrich Härter, Dipl.-Volkswirt, Sexau

Tatjana Rosenthal, Studienrätin, Dortmund

Fast alle in diesem Buch erwähnten Hard- und Softwarebezeichnungen sind eingetragene Warenzeichen.

Das Werk und seine Teile sind urheberrechtlich geschützt. Jede Nutzung in anderen als den gesetzlich zugelassenen Fällen bedarf der vorherigen schriftlichen Einwilligung des Verlages. Hinweis zu § 52 a UrhG: Weder das Werk noch seine Teile dürfen ohne eine solche Einwilligung eingescannt und in ein Netzwerk eingestellt werden. Dies gilt auch für Intranets von Schulen und sonstigen Bildungseinrichtungen.

* * * * *

6. Auflage 2015

© 2005 by MERKUR VERLAG RINTELN

Gesamtherstellung:

MERKUR VERLAG RINTELN Hutkap GmbH & Co. KG, 31735 Rinteln

E-Mail: info@merkur-verlag.de

lehrer-service@merkur-verlag.de

Internet: www.merkur-verlag.de

ISBN 978-3-8120-0562-3

Vorwort

Die Ausbildung zum Verkäufer/zur Verkäuferin und Kaufmann/Kauffrau im Einzelhandel wurde durch den in 2004 in Kraft gesetzten Rahmenlehrplan neu geordnet. Aufbauend auf dem Rahmenlehrplan hat das Land Baden-Württemberg einen Landeslehrplan erstellt, der die Schwerpunkte (Fächer) Betriebswirtschaft, Steuerung und Kontrolle, Gesamtwirtschaft und Informationsverarbeitung umfasst.

Das hier vorliegende Lehrbuch deckt den Schwerpunkt Betriebswirtschaft für das 1. und 2. Schuljahr ab. Für Ihre Arbeit mit dem vorgelegten Lehrbuch möchten wir auf Folgendes hinweisen:

- Die Inhalte des Buches und deren Reihenfolge sind streng an den Lehrplan ausgerichtet. Dadurch ist eine zielgerichtete Vorbereitung auf die Prüfung zum Verkäufer/zur Verkäuferin möglich.
- Wie im Lehrplan gefordert, werden die Inhalte zur Förderung der beruflichen Handlungskompetenz zumeist auf der Grundlage einer Vielzahl beruflicher Handlungssituationen dargestellt.
- Als zusätzliche Vertiefung dienen neben zahlreichen Aufgabenstellungen besonders hervorgehobene Merksätze zu Begrifflichkeiten und Zusammenfassungen. Die Merksätze und Zusammenfassungen dienen den Lernenden zu problemlosen Wiederholungen im Schnelldurchlauf.
- Die Aufgabenstellungen reichen von einfachen Wiederholungsfragen bis hin zu komplexen Aufgaben wie sie in der Prüfung verlangt werden. Dem Lehrer eröffnet sich damit ein weiter pädagogischer Spielraum.
- Zahlreiche Abbildungen, Schaubilder, Beispiele, Begriffsschemata, Gegenüberstellungen und Zusammenfassungen erhöhen die Anschaulichkeit und Einprägsamkeit der Informationen.
- Fachwörter, Fachbegriffe und Fremdwörter werden grundsätzlich im Text oder in Fußnoten erklärt.
- Durch die übersichtliche Aufbereitung des Fachwissens wird der Lehrer in die Lage versetzt, seine Projektarbeit auf einer gesicherten Wissensgrundlage aufzubauen. Projektkompetenz verlangt Eigenständigkeit, Aktivität und Kreativität vom Schüler. Aus diesem Grund werden fertige Projekte, die vom Schüler nur noch nachvollzogen werden müssen, von den Autoren bewusst nicht angeboten. Eine solche Vorgehensweise würde keine Projektkompetenz schaffen und daher den Intentionen des Lehrplans widersprechen.
- Ein ausführliches Stichwortverzeichnis hilft, Begriffe und Erläuterungen schnell aufzufinden.
- Für die ersten beiden Schuljahre stehen Lehrbücher für die Schwerpunkte „Steuerung und Kontrolle“ (Merkurbuch 0563) und „Gesamtwirtschaft“ (Merkurbuch 0561) zur Verfügung.
- Für das 3. Schuljahr steht ein Gesamtband zur Verfügung, der den gesamten Unterrichtsstoff der Fächer „Betriebswirtschaft“, „Steuerung und Kontrolle“ und „Gesamtwirtschaft“ enthält (Merkurbuch 0565).

Wir glauben, mit dieser Reihe die Voraussetzungen für eine erfolgreiche Unterrichtsgestaltung geschaffen zu haben, und hoffen auf eine gute Zusammenarbeit mit allen Benutzern.

Wir wünschen Ihnen einen guten Lehr- und Lernerfolg!

Die Verfasser

Inhaltsverzeichnis

Lernfeld 1: Aufgaben, Leistungen und die organisatorische Struktur des Einzelhandelsunternehmens darstellen

1	Leistungen des Einzelhandels und die Stellung des Einzelhandels in der Wirtschaft	15
2	Aufgaben des Einzelhandels	18
3	Erfolgsfaktor Kundenorientierung	19
3.1	Vom Verkäufermarkt zum Käufermarkt	19
3.2	Auswirkungen des Käufermarktes	20
3.2.1	„Vom Markt her denken“	20
3.2.2	Anforderungen an die Mitarbeiter und die Tätigkeiten der Mitarbeiter im Einzelhandel	21
4	Verkaufsformen im Einzelhandel	25
5	Betriebsformen im Einzelhandel	27
5.1	Begriff Betriebsformen	27
5.2	Arten von Betriebsformen	27
5.2.1	Ladenhandel	27
5.2.2	Versandhandel	29
5.2.3	Ambulanter Handel (Wanderhandel)	30
5.2.4	Neuere Betriebsformen	30
6	Sortimentsstruktur	34
6.1	Begriff Sortiment und Merkmale der Sortimentsplanung	34
6.2	Gliederung des Sortiments	35
6.3	Umfang des Sortiments	36
6.4	Aufbau des Sortiments	37
7	Organisatorischer Aufbau von Einzelhandelsbetrieben – Betriebsaufbau und Betriebsablauf	40
7.1	Begriff Organisation	40
7.2	Aufbauorganisation	40
7.2.1	Begriff Aufbauorganisation und die Gliederung der betrieblichen Aufgaben	40
7.2.2	Stellenbildung, Abteilungsbildung und Organisationsplan	41
7.2.3	Leitungssysteme	42
7.3	Ablauforganisation	45
8	Geschäftsprozesse	49
8.1	Begriff und Merkmale von Geschäftsprozessen	49
8.2	Ablauf und Vorteile von Geschäftsprozessen	49

Lernfeld 2: Verkaufsgespräche kundenorientiert führen

1	Phasen des Verkaufsgesprächs	53
2	Voraussetzungen für erfolgreiche Verkaufsgespräche	55
2.1	Kenntnisse über die Gesprächsführung	56

2.2	Erwerb von Fachkenntnissen	57
2.3	Körpersprache, Sprache und Fragetechnik als Elemente erfolgreicher Verkaufsgespräche	60
2.3.1	Körpersprache	60
2.3.2	Sprache	65
	2.3.2.1 Sprache als Vertrauensauslöser	66
	2.3.2.2 Verwenden von Gesprächsförderern	66
	2.3.2.3 Vermeiden von Gesprächsstörern	70
2.3.3	Fragetechnik	72
	2.3.3.1 Bedeutung der Frage für das Verkaufsgespräch	73
	2.3.3.2 Frageformen	74
3	Kontaktaufnahme und die Ermittlung von Kaufmotiven	78
3.1	Kontaktaufnahme	78
3.1.1	Allgemeine Regeln, um mit dem Kunden in Kontakt zu treten	78
3.1.2	Kontaktaufnahme und Verkaufsform	79
	3.1.2.1 Kontaktaufnahme bei Selbstbedienung	80
	3.1.2.2 Kontaktaufnahme bei Bedienung	80
	3.1.2.3 Kontaktaufnahme bei Vorwahl	81
3.2	Kaufmotive	82
4	Bedarfsermittlung	88
5	Vorlage der Ware	94
6	Verkaufsargumentation	102
6.1	Bereiche, aus denen sich die Verkaufsargumente ableiten	102
6.2	Anforderungen an Verkaufsargumente	103
6.3	Nutzenmotive des Kunden in die Argumentation einbeziehen	105
7	Preisargumentation	110
7.1	Beziehungen zwischen Preis und Kundennutzen	110
7.2	Zeitpunkt der Preisnennung	111
7.3	Arten der Preisnennung	112
7.4	Zusatz-, Ergänzungs- und Alternativangebote	115
7.4.1	Zusatz- und Ergänzungsangebote	115
7.4.2	Alternativangebote	118

Lernfeld 3: Rechtsgrundlagen und Zahlungsarten beim Warenverkauf erarbeiten

1	Rechtsgrundlagen	122
1.1	Rechts- und Geschäftsfähigkeit	122
1.1.1	Rechtsfähigkeit	122
1.1.2	Geschäftsfähigkeit	122
1.2	Zustandekommen, Arten und Form der Rechtsgeschäfte	126
1.2.1	Begriff Rechtsgeschäft	126

1.2.2	Arten von Rechtsgeschäften	126
1.2.3	Form der Rechtsgeschäfte	128
1.3	Vertragsfreiheit und allgemeine Geschäftsbedingungen	131
1.3.1	Vertragsfreiheit	131
1.3.2	Allgemeine Geschäftsbedingungen	132
1.4	Nichtigkeit und Anfechtbarkeit von Rechtsgeschäften	135
1.4.1	Nichtigkeit von Rechtsgeschäften	136
1.4.2	Anfechtbarkeit von Rechtsgeschäften	136
1.5	Kaufvertrag	140
1.5.1	Begriff Kaufvertrag und Möglichkeiten des Kaufvertragabschlusses	140
1.5.2	Verpflichtungsgeschäft	141
1.5.3	Erfüllungsgeschäft	141
1.5.3.1	Vertragspflichten des Verkäufers	141
1.5.3.2	Vertragspflichten des Käufers	143
2	Arbeiten an der Kasse	146
2.1	Aufgaben an der Kasse	146
2.2	Kassenarbeiten	146
2.2.1	Kassenarten und Kassensysteme	146
2.2.2	Kassieranweisungen	150
2.2.3	Gutscheine	151
3	Abwicklung von Zahlungsvorgängen (Zahlungsarten)	153
3.1	Barzahlung	153
3.1.1	Begriff Barzahlung, Banknoten und Münzen	153
3.1.2	Kassenbon und Quittung	154
3.1.3	Tätigkeiten im Kassenbereich	155
3.2	Bargeldlose (unbare) Zahlung	157
3.2.1	Eröffnung eines Girokontos	157
3.2.2	Zahlungen an der Kasse mit der Girocard	158
3.2.2.1	Begriff Girocard	158
3.2.2.2	Formen der Girocard-Zahlung	159
3.2.2.3	Geldkarte	161
3.2.2.4	Elektronisches Lastschriftverfahren (ELV)	161
3.2.3	Kreditkarte	161
3.2.4	Kundenkarte	162
3.2.5	SEPA-Überweisung	164
3.2.6	SEPA-Lastschrift	167
3.2.7	Bedeutung des bargeldlosen Zahlungsverkehrs für den Einzelhandel	168

Lernfeld 4: Waren präsentieren

1	Warenkennzeichnung	170
2	Preisauszeichnungspflicht	174
2.1	Angabe von Endpreisen und Grundpreisen nach der Preisangabenverordnung	174
2.2	Etikettierung	175

3	Verkaufsraumgestaltung und die Konzeption des Visual Merchandisings	178
3.1	Elemente der Verkaufsraumgestaltung	178
3.2	Begriff und Ziele des Visual Merchandisings	179
3.3	Möglichkeiten der Absatzförderung durch das Visual Merchandising	180
4	Kundenlaufstudien, Wegeführung und Verkaufszonen	187
4.1	Raumaufteilung	187
4.2	Raumordnung	187
4.2.1	Aufgaben der Raumordnung	187
4.2.2	Formen und Gestaltung der Laufwege (Kundenführung)	188
4.3	Verkaufszonen	191
5	Warenplatzierung	196
5.1	Warenträger	196
5.2	Warenplatzierung im Verkaufsraum	198
5.3	Warenplatzierung im Regal	200
6	Schaufenster	203

Lernfeld 5: Werben und den Verkauf fördern

1	Werbung	207
1.1	Arten der Werbung	207
1.2	Zielsetzungen der Werbung	208
1.3	Werbegrundsätze	208
1.4	Erstellen eines Werbepplans	210
1.4.1	Werbepplan	210
1.4.1.1	Werbeziele formulieren	210
1.4.1.2	Werbegegenstand bestimmen	210
1.4.1.3	Streukreis und Streugebiet festlegen	211
1.4.1.4	Höhe des Werbeetats bestimmen	212
1.4.2	Werbepplan umsetzen	214
1.4.2.1	Werbebotschaft festlegen	214
1.4.2.2	Werbemittel bestimmen	214
1.4.2.3	Werbeträger auswählen	215
1.4.2.4	Streuzeit festsetzen	216
1.4.3	Werbeerfolgskontrolle durchführen	219
2	Grenzen der Werbung	229
2.1	Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb [UWG]	229
2.1.1	Beispiele: Unlautere geschäftliche Handlungen	230
2.1.2	Beispiele: Irreführende geschäftliche Handlungen	230
2.1.3	Beispiele: Unlautere vergleichende Werbung	231
2.1.4	Beispiele: Unzumutbare Belästigungen	231
2.1.5	Rechtsfolgen bei Verstößen gegen die Wettbewerbsbestimmungen	232
2.2	Selbstkontrolle	232
3	Verkaufsförderung am Point of Sale (POS)	235

4	Verpackungsverordnung	237
4.1	Begriff, Aufgaben und Anforderungen an die Verpackung	237
4.2	Arten der Verpackungen	238
4.3	Ziele der Verpackungsverordnung	239
4.4	Verpflichtungen von Herstellern, Großhändlern und Einzelhändlern	239

Lernfeld 6: Besondere Verkaufssituationen bewältigen

1	Behandlung von Kundeneinwänden	244
1.1	Gründe und Arten von Kundeneinwänden	244
1.2	Methoden der Einwandbehandlung	247
1.3	Allgemeine Regeln und Vorgehensweisen bei Kundeneinwänden	250
2	Kaufabschluss	253
2.1	Abschlussignale des Kunden (Kaufsignale)	254
2.2	Abschlusstechniken	255
2.2.1	Abschlusstechniken, die sich bei einer fast sicheren Kaufentscheidung eignen und den Kaufabschluss zielstrebig herbeiführen	255
2.2.2	Abschlusstechniken, die sich bei einer noch nicht ganz sicheren Kaufentscheidung eignen und den Kaufabschluss positiv beeinflussen	256
2.3	Abschlussverstärker einsetzen	258
3	Anbieten von Serviceleistungen an der Kasse und Verabschiedung des Kunden	261
3.1	Serviceleistungen an der Kasse	261
3.1.1	Begriff Serviceleistungen	261
3.1.2	Allgemeine Serviceleistungen	261
3.1.3	Serviceleistungen in Verbindung mit dem Kauf einer Ware	262
3.1.4	Serviceleistungen beim und nach dem Zahlungsvorgang	262
3.2	Verabschiedung des Kunden	263
4	Kundenverhalten	265
4.1	Unterschiedliches Verhalten der Kunden	265
4.2	Kundengruppen	266
4.2.1	Frau und Mann als Kunde	266
4.2.2	Stammkunden und Laufkunden	268
4.2.3	Kinder und Senioren	269
	4.2.3.1 Kinder	269
	4.2.3.2 Senioren	270
4.3	Kudentypen	272
4.4	Konsumtypen	276
5	Spezielle Verkaufssituationen	280
5.1	Verkaufen bei Hochbetrieb	280
5.2	Verkaufen kurz vor Ladenschluss	282
5.3	Verkauf an Kunden in Begleitung	283
5.3.1	Gründe für eine Begleitung	283

5.3.2	Rolle des Begleiters und das Verhalten des Verkäufers gegenüber dem Begleiter	283
5.4	Geschenkauf	285
5.5	Besorgungskauf	287
5.6	Ausländische Kunden	288
5.7	Finanzierungskauf (Ratenkauf)	293
6	Mangelhafte Lieferung (Schlechtleistung)	296
6.1	Begriff mangelhafte Lieferung (Schlechtleistung)	296
6.2	Arten von Mängeln	296
6.3	Erkennbarkeit der Mängel	297
6.4	Fristen für die Mängelrüge	298
6.5	Rechte des Käufers (Gewährleistungsrechte)	298
6.5.1	Überblick	298
6.5.2	Rechte ohne Fristsetzung	299
6.5.3	Rechte nach erfolgloser Nacherfüllung	299
6.6	Abgrenzung der Gewährleistungsrechte von der Garantie	302
7	Produkthaftung	306
8	Kulanz, Umtausch und die Behandlung von Reklamationen	308
8.1	Kulanz und Umtausch	308
8.2	Behandlung von Reklamationen	310
8.2.1	Begriff Reklamation	310
8.2.2	Reklamationsmanagement	310
9	Ladendiebstahl	315

Lernfeld 7: Waren beschaffen, annehmen und lagern

1	Wege der Warenbeschaffung im Einzelhandel	321
2	Einkaufskooperationen	321
2.1	Begriff und Arten der Kooperationen	321
2.2	Kooperationsformen	322
2.2.1	Einkaufsgenossenschaften	322
2.2.2	Freiwillige Ketten	323
2.2.3	Rackjobber	325
3	Abwicklung der Beschaffung	327
3.1	Anfrage	327
3.2	Angebot	327
3.2.1	Begriff Angebot	327
3.2.2	Bindung an das Angebot	329
3.2.3	Inhalt des Angebots	330
3.2.3.1	Art, Güte, Beschaffenheit und Menge der Ware	330
3.2.3.2	Preis der Ware	331
3.2.3.3	Zahlungsbedingungen	331
3.2.3.4	Lieferungsbedingungen	332
3.2.3.5	Leistungsort und Gerichtsstand	334
3.2.3.6	Lieferzeit	336

3.3	Bestellung	339
3.4	Arten des Kaufvertrags	342
4	Aufgaben der Lagerhaltung bei der Warenabnahme	347
5	Lieferungsverzug (Nicht-Rechtzeitig-Lieferung)	351
5.1	Begriff und Voraussetzungen des Lieferungsverzugs	351
5.2	Rechte des Käufers beim Lieferungsverzug	352
6	Lagerhaltung	358
6.1	Aufgaben eines Lagers	358
6.2	Lagerarten	359
6.3	Lagerorganisation	363
6.3.1	Allgemeine Lagergrundsätze	363
6.3.2	Lagereinrichtung	364
6.4	Arbeiten im Lager	365
6.4.1	Lagerplatzzuordnung	365
6.4.2	Warenpflege	366
6.4.3	Kontrolle des Lagerbestands (Ermittlung von Inventurdifferenzen)	366
6.5	Sicherheit im Lager	367

Anhang: Wichtige Vorgehensweisen zum Erreichen einer Projektkompetenz

1	Brainstorming-Methoden	371
1.1	Klassisches Brainstorming	371
1.2	Brainwriting	372
1.2.1	635-Methode	372
1.2.2	Kartenabfrage	373
2	Mindmapping	374
3	Rollenspiel	375
4	Expertenbefragung	377
5	Projekt	378
	Abkürzungen wichtiger Gesetze	385
	Stichwortverzeichnis	386