

# Wirtschaftswissenschaftliche Bücherei für Schule und Praxis

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

---

Verfasser:

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

**Karsten Lucas**, Dipl.-Hdl., Flensburg

**Dr. Eberhard Boller**, Dipl.-Hdl., Siegen

**Aloys Waltermann**, Dipl.-Kfm. Dipl.-Hdl., Fröndenberg

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.

\* \* \* \* \*

Coverbild (oben): © Syda-Productions - Fotolia.com

(unten): © holiday-shopping-1921658\_1920 - Pixabay

7. Auflage 2018

© 2006 by MERKUR VERLAG RINTELN

Gesamtherstellung:

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

E-Mail: [info@merkur-verlag.de](mailto:info@merkur-verlag.de)

[lehrer-service@merkur-verlag.de](mailto:lehrer-service@merkur-verlag.de)

Internet: [www.merkur-verlag.de](http://www.merkur-verlag.de)

ISBN 978-3-8120-0565-4

# Vorwort

Aufbauend auf dem Rahmenlehrplan für die **Ausbildungsberufe im Einzelhandel** (Verkäufer/Kaufleute im Einzelhandel) gilt in **Baden-Württemberg** seit dem 1. August 2017 ein **neuer Bildungsplan**.

Das vorliegende Schulbuch deckt die **berufsfachlichen Schwerpunkte Betriebswirtschaft, Steuerung und Kontrolle** sowie **Gesamtwirtschaft** für das **3. Ausbildungsjahr** ab (Lernfelder 8 bis 10 und 14, Kompetenzbereich III) und berücksichtigt die **inhaltlichen Neuerungen** des Bildungsplans.

Für Ihre Arbeit mit dem vorgelegten Schulbuch möchten wir auf Folgendes hinweisen:

- Die Lerninhalte werden **ausführlich** und **anschaulich** dargestellt. Die **Reihenfolge** der Inhalte ist streng am **Bildungsplan** ausgerichtet.
- Die **Lernfelder 8 und 10** enthalten die **inhaltlichen Neuerungen** des Bildungsplans. So nimmt nun das Lernfeld 8 („Mit Marketingkonzepten Kunden gewinnen und binden“) einen breiten Raum ein. Das Thema **Onlinehandel** wird in aktueller, vielfältiger und ausführlicher Weise abgedeckt – von den Wechselwirkungen zwischen Onlinehandel und stationärem Handel, über die Formen der Multi-Channel-Strategie und den Instrumenten des Onlinemarketings bis hin zur Auswertung von Daten im Onlinehandel. Auch die weiteren Neuerungen (z. B. die Rechtsformen **OHG** und **Genossenschaft** in Lernfeld 10) wurden berücksichtigt.
- Die Lerninhalte werden zu klar abgegrenzten Einheiten zusammengefasst, die sich in die Bereiche Stoffinformation, Zusammenfassung und Kompetenztraining aufgliedern. Die Texte werden in **einfacher Sprache, übersichtlich** und **kompakt** dargeboten. Diese Darstellung ermöglicht den Auszubildenden, sich auf die Lerninhalte zu konzentrieren.
- Fachwörter, Fachbegriffe und Fremdwörter werden grundsätzlich im Text oder in Fußnoten erklärt.
- Die Aufgabenstellungen im Rahmen der **Kompetenztrainings** reichen von einfachen Wiederholungsfragen bis hin zu komplexen Aufgaben, wie sie in der Prüfung verlangt werden. Der Lehrperson eröffnet sich damit ein weiter pädagogischer Spielraum.
- Viele Abbildungen, Schaubilder, Beispiele, Begriffsschemata und Gegenüberstellungen erhöhen die Anschaulichkeit und Einprägsamkeit der praxisbezogenen Lerninhalte.
- Durch die übersichtliche Aufbereitung des Fachwissens wird die Lehrperson in die Lage versetzt, die Projektarbeit mit den Schülern 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 Bildungsplans widersprechen.
- Ein ausführliches Stichwortverzeichnis hilft, Begriffe und Erläuterungen schnell aufzufinden.

Wir glauben, mit diesem Schulbuch 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

## Schwerpunkt Betriebswirtschaft

### Lernfeld 8: Mit Marketingkonzepten Kunden gewinnen und binden

<b>1</b>	<b>Marketing als zentrale Aufgabe des Einzelhandelsunternehmens</b>	13
<b>2</b>	<b>Marketingziele</b>	14
<b>3</b>	<b>Prozess der Marktforschung</b>	15
3.1	Erhebungsmethoden der Marktforschung	15
3.1.1	Sekundärforschung	15
3.1.2	Primärforschung	16
3.1.3	Marktforschung im Internet	20
3.2	Marktanalyse	22
3.2.1	Auswertung von Kundendaten	22
3.2.2	Konkurrenzanalyse	23
3.2.3	Analyse der eigenen Marktstellung	24
<b>4</b>	<b>Marketinginstrumente</b>	27
4.1	Sortimentspolitik	28
4.1.1	Sortimentsstruktur	28
4.1.2	Sortimentsanalyse	30
	4.1.2.1 Sortimentskennzahlen	30
	4.1.2.2 Renner-Penner-Liste	32
4.1.3	Sortimentsentscheidungen	33
4.2	Kommunikationspolitik	37
4.2.1	Zusammenfassender Überblick	37
4.2.2	Public Relations (Öffentlichkeitsarbeit)	38
4.3	Servicepolitik	43
4.3.1	Ziele der Servicepolitik	43
4.3.2	Arten der Serviceleistungen	43
	4.3.2.1 Allgemeine Serviceleistungen	43
	4.3.2.2 Serviceleistungen in Verbindung mit dem Kauf einer Ware	44
	4.3.2.3 Serviceleistungen beim und nach dem Zahlungsvorgang	44
<b>5</b>	<b>Customer Relationship Management (CRM)</b>	46
5.1	Ziele des Customer Relationship Managements	46
5.2	Kundenkarte	47
5.3	Beschwerdemanagement	48
5.4	Weitere Möglichkeiten der Kundenbindung	49
<b>6</b>	<b>Entwicklung eines Marketingkonzepts (Marketingmix)</b>	52
6.1	Begriff Marketingmix	52
6.2	Beispiel für die Entwicklung eines Marketingkonzepts	53
<b>7</b>	<b>Wettbewerb mit Onlinehandel und Onlinemarketing</b>	56
7.1	E-Commerce und Onlinehandel	56
7.1.1	Begriff E-Commerce/Onlinehandel	56
7.1.2	Verändertes Konsumverhalten durch neue technologische Möglichkeiten	57
7.2	Onlinehandel	58
7.2.1	Formen des Onlinehandels	58
	7.2.1.1 Onlineshop	58
	7.2.1.2 Online-Verkaufsplattformen	61

7.2.2	Wechselwirkungen zwischen Onlinehandel und stationärem Handel	62
7.2.2.1	Warenpräsentation	62
7.2.2.2	Versand und Zahlungsabwicklung	62
7.2.2.3	Rechtsgrundlagen	63
7.2.2.4	Onlinehandel und/oder stationärer Handel	65
7.3	Formen der Multi-Channel-Strategie	65
7.3.1	Multi-Channel-Strategie	65
7.3.2	Cross-Channel-Strategie	66
7.3.3	Anteile verschiedener Absatzkanäle im Einzelhandel	66
7.4	Auswerten von Besucherbewegungen	67
7.4.1	Web Analytics	67
7.4.2	Technik für die Auswertung von Daten im Onlinehandel	68
7.5	Onlinemarketing	71
7.5.1	Begriff und Instrumente des Onlinemarketings	71
7.5.2	E-Mail-Marketing	71
7.5.2.1	Begriff und Anwendungsformen des E-Mail-Marketings	71
7.5.2.2	Rechtliche Rahmenbedingungen für den Versand von Werbe-E-Mails	73
7.5.2.3	Gefahren beim Versand von Werbe-E-Mails	74
7.5.3	Display- und Werbebanner-Marketing	76
7.5.4	Affiliate-Marketing	78
7.5.5	Social-Media-Marketing (SMM)	79
7.5.6	Suchmaschinenmarketing	81
7.5.6.1	Begriffe Suchmaschine und Suchmaschinenmarketing	81
7.5.6.2	Suchmaschinenwerbung (SEA)	82
7.5.6.3	Suchmaschinenoptimierung (SEO)	84

## Lernfeld 9: Personaleinsatz planen und Mitarbeiter führen

<b>1</b>	<b>Ziele und Aufgaben der Personalwirtschaft</b>	87
<b>2</b>	<b>Personalbedarfsplanung</b>	88
2.1	Personalanalyse	88
2.2	Begriff Personalbedarfsplanung	89
2.3	Quantitative Personalbedarfsplanung	89
2.4	Qualitative Personalbedarfsplanung	91
<b>3</b>	<b>Begründung von Arbeitsverhältnissen</b>	93
3.1	Stellenbeschreibung	93
3.2	Personalbeschaffungswege und die Stellenausschreibung	94
3.2.1	Interne Personalbeschaffung	94
3.2.2	Externe Personalbeschaffung	95
3.3	Personalauswahlverfahren	98
3.3.1	Bewerbung	98
3.3.1.1	Bewerbungsschreiben	99
3.3.1.2	Lebenslauf	101
3.3.1.3	Zeugnisse und andere Referenzen	101
3.3.2	Verfahren zur Eignungsfeststellung	101
3.3.3	Bewerbungsgespräch	103
3.3.4	Auswahlentscheidung und Zusage an den Bewerber	104
3.4	Abschluss von Arbeitsverträgen	106
3.4.1	Rechtliche Voraussetzungen	106
3.4.2	Arbeitsvertrag	106
<b>4</b>	<b>Betreuung von Arbeitsverhältnissen</b>	114
4.1	Personaleinsatzplan	114

4.2	Personalentwicklung . . . . .	116
4.2.1	Begriff und Aufgaben der Personalentwicklung . . . . .	116
4.2.2	Maßnahmen zur Personalentwicklung . . . . .	117
4.2.3	Ziele der Personalentwicklung . . . . .	118
4.3	Mitarbeitermotivation . . . . .	119
4.3.1	Arbeitsklima . . . . .	120
4.3.2	Finanzielle Anreize . . . . .	120
4.3.3	Soziale und gesundheitliche Maßnahmen . . . . .	121
4.3.4	Mitarbeitergespräch . . . . .	121
4.4	Umgang mit Konflikten . . . . .	123
4.5	Entgeltabrechnung . . . . .	127
4.5.1	Unterschiedliche Bedeutung von Lohn und Gehalt für Arbeitnehmer und Arbeitgeber . . . . .	127
4.5.2	Lohn- und Gehaltsabrechnung . . . . .	128
4.5.2.1	Aufbau der Lohn- und Gehaltsabrechnung . . . . .	128
4.5.2.2	Berechnung der Lohnsteuer, des Solidaritätszuschlags und der Kirchensteuer . . . . .	128
4.5.2.3	Berechnung der Sozialversicherungsbeiträge . . . . .	132
4.5.2.4	Vermögenswirksame Leistungen . . . . .	133
4.5.2.5	Beispiel einer Gehaltsabrechnung . . . . .	134
4.5.3	Datenschutz . . . . .	135
<b>5</b>	<b>Beendigung von Arbeitsverhältnissen</b> . . . . .	<b>137</b>
5.1	Gründe für Personalfreisetzungen . . . . .	137
5.2	Kündigung . . . . .	138
5.2.1	Begriff Kündigung . . . . .	138
5.2.2	Arten der Kündigung . . . . .	138
5.2.3	Kündigungsschutz . . . . .	139
5.3	Kündigungsschutzklage . . . . .	140
5.4	Vertragsablauf und Aufhebungsvertrag . . . . .	141
5.5	Ausstellen eines Arbeitszeugnisses . . . . .	141
5.6	Entlassung abwickeln . . . . .	143
<b>6</b>	<b>Arbeitsgerichtsbarkeit</b> . . . . .	<b>144</b>

**Lernfeld 10: Ein Einzelhandelsunternehmen leiten und entwickeln**

<b>1</b>	<b>Leitung eines Einzelhandelsunternehmens</b> . . . . .	<b>149</b>
1.1	Leitende und ausführende Stellen . . . . .	149
1.2	Vollmachten . . . . .	150
1.2.1	Handlungsvollmacht . . . . .	150
1.2.2	Prokura . . . . .	151
<b>2</b>	<b>Handelsrechtliche Grundlagen</b> . . . . .	<b>154</b>
2.1	Kaufleute . . . . .	154
2.2	Firma . . . . .	155
2.3	Handelsregister . . . . .	157
<b>3</b>	<b>Unternehmensformen</b> . . . . .	<b>160</b>
3.1	Einzelunternehmen . . . . .	160
3.2	Offene Handelsgesellschaft (OHG) . . . . .	161
3.2.1	Begriff, Firma . . . . .	161
3.2.2	Unternehmensmerkmale . . . . .	161
3.3	Kommanditgesellschaft (KG) . . . . .	165

3.3.1	Begriff, Firma	165
3.3.2	Unternehmensmerkmale	165
3.4	Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH)	169
3.4.1	Begriff, Firma	169
3.4.2	Unternehmensmerkmale	169
3.4.3	Unternehmergesellschaft (UG, „Mini-GmbH“)	171
3.5	Genossenschaft	175
3.5.1	Begriff, Firma	175
3.5.2	Unternehmensmerkmale	176
<b>4</b>	<b>Selbstständigkeit mit Franchising</b>	<b>178</b>
<b>5</b>	<b>Finanzierung</b>	<b>180</b>
5.1	Grundlegendes zur Finanzierung	180
5.2	Fremdfinanzierung (Kreditfinanzierung)	181
5.2.1	Begriff Fremdfinanzierung	181
5.2.2	Kreditarten	181
5.2.2.1	Bankdarlehen	181
5.2.2.2	Kontokorrentkredit	185
5.2.2.3	Lieferantenkredit	189
5.2.3	Möglichkeiten der Kreditsicherung	194
5.2.3.1	Bürgschaft	194
5.2.3.2	Eigentumsvorbehalt	195
5.2.3.3	Sicherungsübereignung	196
<b>6</b>	<b>Überwachung des Zahlungseingangs</b>	<b>199</b>
6.1	Notwendigkeit Zahlungstermine zu überwachen	199
6.2	Zahlungsverzug (Nicht-Rechtzeitig-Zahlung)	200
6.2.1	Eintritt des Zahlungsverzugs	200
6.2.2	Rechtsfolgen	201
<b>7</b>	<b>Mahnverfahren</b>	<b>205</b>
7.1	Gründe für Zahlungsverzögerungen	205
7.2	Kaufmännisches Mahnverfahren (außergerichtliches Mahnverfahren)	205
7.3	Gerichtliches Mahnverfahren (Mahnbescheid)	208

## Schwerpunkt Steuerung und Kontrolle

### Lernfeld 14: Einzelhandelsprozesse auswerten und steuern

<b>1</b>	<b>Umsatzsteuer (Mehrwertsteuer)</b>	<b>212</b>
1.1	Rechtliche Grundlagen und Berechnung der Umsatzsteuer	212
1.2	Zahlungszeitpunkt der Umsatzsteuer	214
1.3	Buchung der Umsatzsteuer	217
1.3.1	Buchung der Umsatzsteuer im Verkaufsbereich	217
1.3.2	Buchung der Umsatzsteuer im Einkaufsbereich	218
<b>2</b>	<b>Zahllast</b>	<b>221</b>
<b>3</b>	<b>Kauf von Anlagegütern</b>	<b>226</b>
<b>4</b>	<b>Abschreibungen</b>	<b>229</b>
4.1	Ursachen der Abschreibung	229
4.2	Berechnung der Abschreibung nach der linearen Methode	230
4.3	Abschreibungsplan	231
4.4	Buchung der Abschreibung	232

<b>5</b>	<b>Geringwertige Wirtschaftsgüter</b> .....	235
<b>6</b>	<b>Abgrenzung Geschäftsbuchführung und Kosten- und Leistungsrechnung</b> .....	238
6.1	Buchführung .....	238
6.2	Kosten- und Leistungsrechnung .....	238
6.3	Abgrenzung zwischen Aufwendungen und Kosten, Erträgen und Leistungen .....	239
6.4	Kalkulatorischer Unternehmerlohn .....	240
6.5	Ergebnistabelle .....	241
<b>7</b>	<b>Kostenstellenrechnung</b> .....	245
7.1	Einzel- und Gemeinkosten .....	245
7.2	Betriebsabrechnungsbogen (BAB) .....	246
7.3	Ermittlung der Handlungskostenzuschlagssätze .....	248
7.4	Berechnung der Selbstkosten .....	249
<b>8</b>	<b>Kostensenkungsmaßnahmen</b> .....	251
8.1	Einzelwirtschaftliche Maßnahmen zur Kostensenkung .....	251
8.2	Externe Kosten .....	253
<b>9</b>	<b>Deckungsbeitragsrechnung</b> .....	254
9.1	Fixe und variable Kosten .....	254
9.2	Berechnung des Betriebsergebnisses mithilfe der Deckungsbeitragsrechnung .....	255
9.3	Deckungsbeitragsrechnung als Instrument zur Festlegung von Verkaufspreisen und zur Optimierung des Sortiments unter Beachtung der Mischkalkulation .....	258
9.3.1	Bestimmung von Preisuntergrenzen .....	258
9.3.2	Sortimentoptimierung mit Deckungsbeiträgen unter Beachtung der Mischkalkulation .....	259
	9.3.2.1 Sortimentoptimierung mit Deckungsbeiträgen .....	259
	9.3.2.2 Beachtung der Mischkalkulation .....	260
9.4	Systemvergleich zwischen Vollkostenrechnung und Deckungsbeitragsrechnung .....	261
<b>10</b>	<b>Steigerung des Unternehmenserfolgs mithilfe von Kennziffern</b> .....	263
10.1	Rentabilitätsanalyse .....	264
10.2	Wirtschaftlichkeit .....	265
10.3	Produktivität .....	265
<b>11</b>	<b>Kurzfristige Erfolgsrechnung (KER)</b> .....	270
11.1	Grundlagen .....	270
11.2	Beispiele für eine kurzfristige Erfolgsrechnung (Ausschnitt) .....	270
<b>12</b>	<b>Betriebsstatistik</b> .....	273
12.1	Begriff betriebliche Statistik .....	273
12.2	Darstellungsformen der Statistik .....	273

## Schwerpunkt Gesamtwirtschaft

### Kompetenzbereich III: Wirtschaftspolitische Einflüsse auf den Ausbildungsbetrieb, das Lebensumfeld und die Volkswirtschaft einschätzen

<b>1</b>	<b>Idealtypischen Konjunkturverlauf und die Folgen konjunktureller Schwankungen erläutern</b> .....	279
1.1	Begriff Konjunktur und der idealtypische Konjunkturverlauf .....	279
1.2	Ursachen für Konjunkturschwankungen .....	281
1.3	Konjunkturindikatoren zur Prognose der wirtschaftlichen Entwicklung .....	281

<b>2</b>	<b>Folgen konjunktureller Schwankungen für den Ausbildungsbetrieb und die reale Lebenssituation sowie die Ableitung konjunkturpolitischer Maßnahmen im Hinblick auf die jeweilige Konjunkturphase</b>	283
2.1	Auswirkungen der Konjunktur auf den Einzelhandel	283
2.2	Begriff Konjunkturpolitik	284
2.3	Nachfrageorientierte Konjunkturpolitik	284
<b>3</b>	<b>Wirtschaftspolitische Ziele charakterisieren und mögliche Zielkonflikte begründen</b>	287
3.1	Begriff Wirtschaftspolitik	287
3.2	Wirtschaftspolitische Ziele	287
3.2.1	Überblick über die wirtschaftspolitischen Ziele	287
3.2.2	Quantitative Ziele der Wirtschaftspolitik	288
3.2.2.1	Hoher Beschäftigungsstand	288
3.2.2.2	Stabilität des Preisniveaus	288
3.2.2.3	Außenwirtschaftliches Gleichgewicht	289
3.2.2.4	Stetiges und angemessenes Wirtschaftswachstum	290
3.2.2.5	Mögliche Zielkonflikte innerhalb des magischen Vierecks	291
3.2.3	Qualitative Ziele der Wirtschaftspolitik	292
3.2.3.1	Sozial verträgliche Einkommens- und Vermögensverteilung	292
3.2.3.2	Erhaltung der natürlichen Lebensgrundlagen	293
<b>4</b>	<b>Arbeitslosigkeit und deren Ursachen beschreiben sowie beschäftigungspolitische Maßnahmen diskutieren</b>	295
4.1	Offene und verdeckte Arbeitslosigkeit	295
4.2	Ursachen der Arbeitslosigkeit	296
4.3	Beschäftigungspolitische Maßnahmen (Beispiele)	297
4.3.1	Bekämpfung der konjunkturellen Arbeitslosigkeit	297
4.3.2	Bekämpfung der strukturellen Arbeitslosigkeit	297
<b>5</b>	<b>Ermittlung des Preisniveaus erläutern sowie den Zusammenhang von Kaufkraft und Preisniveau beschreiben</b>	301
5.1	Verbraucherpreisindex zur Ermittlung von Preisniveauveränderungen	301
5.2	Beziehungen zwischen Änderung des Preisniveaus und der Kaufkraft des Geldes	303
5.3	Auswirkungen einer Inflation	304
<b>6</b>	<b>Aufbau und Aufgaben des Europäischen Systems der Zentralbanken erläutern</b>	308
6.1	Europäische Zentralbank (EZB)	308
6.2	Hauptrefinanzierungsgeschäft als geldpolitische Maßnahme der EZB	310
<b>7</b>	<b>Folgen der europäischen Integration und der Globalisierung beschreiben</b>	312
7.1	Folgen der europäischen Integration	312
7.1.1	Mitgliedstaaten der Europäischen Union (EU)	312
7.1.2	Weg zur europäischen Integration (Binnenmarkt)	312
7.1.3	Freiheiten im Binnenmarkt	313
7.1.4	Auswirkungen (Folgen) des Binnenmarktes	314
7.1.5	Maßnahmen zur Sicherung des Binnenmarktes	315
7.2	Folgen der Globalisierung	315
7.2.1	Begriffe Globalisierung und Verflechtung des internationalen Handels	315
7.2.2	„Digitale Revolution“ als Verstärker der Globalisierung	317
7.2.3	Weltweite Arbeitsteilung	317
7.2.4	Chancen und Risiken der Globalisierung	318
	Stichwortverzeichnis	321
	Bilderverzeichnis	327
	Schulkontenrahmen	