

Hansen  
Knauer  
Rosenthal  
Speth

# KOMPETENZ im Einzelhandel

*Lernfelder 6 bis 10*

2





# Reihe „KOMPETENZ im Einzelhandel“

## **Verfasser/-innen:**

Sandra Hansen

Sabine Knauer

Tatjana Rosenthal

Dr. Hermann Speth

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 § 60 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.

Umschlagfotos:

Bild links: Paolo Gallo – [www.colourbox.de](http://www.colourbox.de)

Bild rechts oben: pressmaster – [www.colourbox.de](http://www.colourbox.de)

Bild rechts unten: #246329 – [www.colourbox.de](http://www.colourbox.de)

\* \* \* \* \*

1. Auflage 2023

© 2023 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)

Merkur-Nr. 0822-01

ISBN 978-3-8120-0822-8

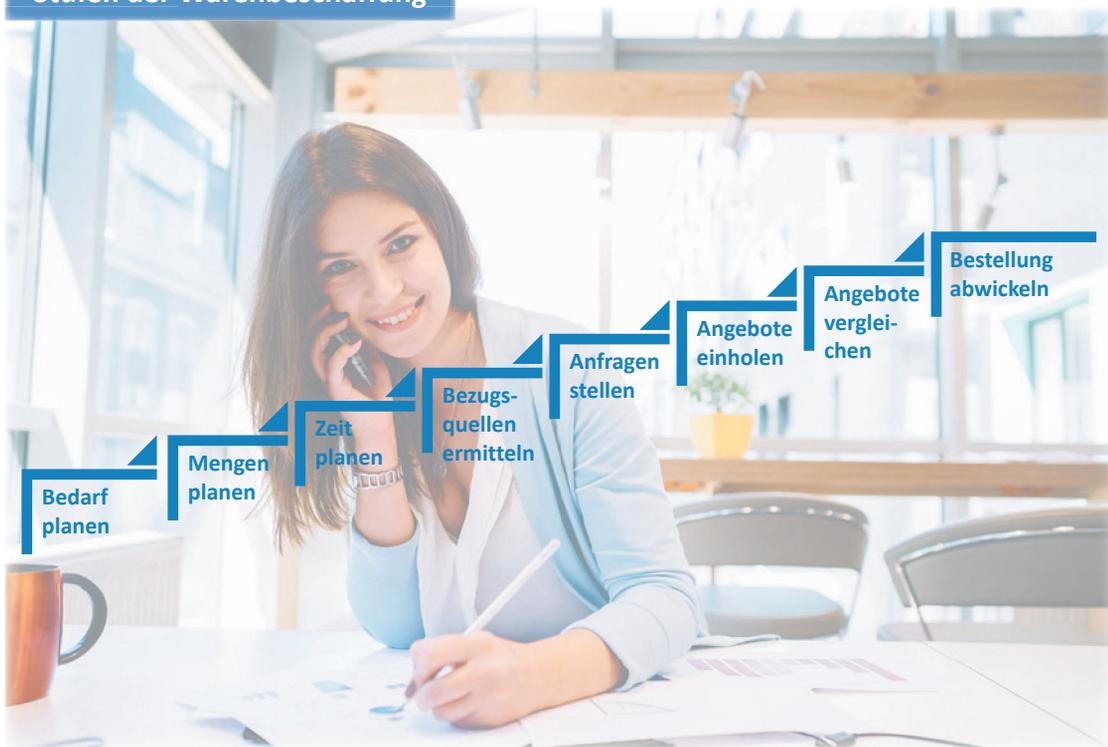
## Waren beschaffen

Im Einzelhandel gilt ein einfaches Prinzip: „Verkauft werden kann nur die Ware, die zuvor eingekauft wurde.“

**Hauptaufgabe der Beschaffung** ist die **Versorgung des Einzelhandelsbetriebs** mit Waren.

Die Beschaffungsplanung erfolgt in folgenden **Stufen**:

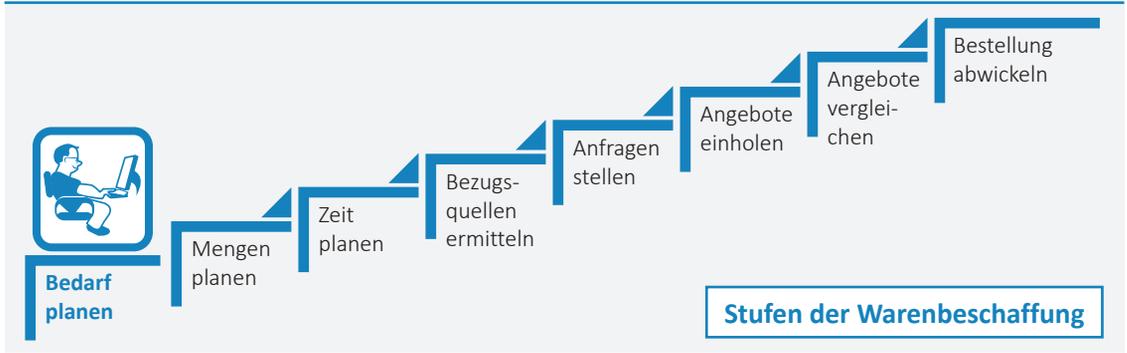
### Stufen der Warenbeschaffung





# 1 Bedarf planen

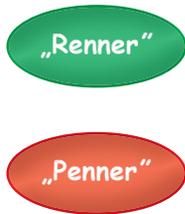
Der Einzelhandelsbetrieb muss zunächst festlegen, welches Sortiment er seinen Kunden anbieten soll. Welche Waren sollen beschafft werden? Welche Waren erwartet der Kunde?



➤ Auf die **Sortimentspolitik** – sie ist die Grundlage des Beschaffungsprozesses – wird aufgrund des Rahmenlehrplans im 3. Ausbildungsjahr, Lernfeld 12, eingegangen.  
Das Sortiment wurde bereits im Lernfeld 1 besprochen.  
Siehe Band 1, Lernfeld 1, Kapitel 4.

Der Einzelhandelsbetrieb kann die Zusammensetzung seines Sortiments an den **Ein- und Verkaufsstatistiken** vergangener Geschäftsperioden ausrichten. Die Verkaufsdaten können jederzeit aus dem Warenwirtschaftssystem abgerufen werden. Sie ermöglichen dem Einzelhandelsbetrieb eine Verkaufsanalyse.

Interessant sind insbesondere die **umsatzstärksten Artikel („Renner“)**, die **umsatzschwächsten Artikel („Penner“)** sowie die Artikel, deren **Preislage besonders gefragt** ist.



Hoverboards				
Art.-Nr.	1. Quartal			2. Quartal
	Absatzzahlen	Verkaufspreis	Umsatz	Absatzzahlen
147116	210	159,00	33 390,00	.....
147117	80	199,00	15 920,00	.....
147118	15	289,00	4 335,00	.....

Die Marktsituation unterliegt ständigen Veränderungen. Hierauf muss sich der Einzelhandelsbetrieb einstellen.

- Waren, die nicht mehr gut verkauft werden, müssen aus dem Sortiment herausgenommen werden (**Sortimentsbereinigung**).
- Waren, die neu auf dem Markt sind, müssen in das Sortiment aufgenommen werden. Bereits vorhandene Warengruppen sollten durch ergänzende Artikel erweitert werden (**Sortimentserweiterung**).
- Eine besondere Form der Sortimentserweiterung ist die **Sortimentsdiversifikation**. Sie bedeutet, das Sortiment wird verbreitert, indem neue Warenbereiche aufgenommen werden.
- Bei der **Sortimentsdifferenzierung** (Vertiefung des Sortiments) werden neue Warenarten und Artikel in das Sortiment aufgenommen.

### Beispiele für Sortimentsveränderungen:

- Ein Schuhgeschäft nimmt wegen mangelnder Nachfrage das Programm „Orthopädische Schuhe“ aus dem Sortiment.
- Ein Reformgeschäft nimmt Käse aus einer Alpensennerei neu ins Sortiment.
- Ein Baumarkt nimmt den Bereich Garten und Blumen neu in sein Sortiment auf.
- Ein Supermarkt führt bei Nudeln unterschiedliche Packungsgrößen, Hersteller und Preiskategorien ein.

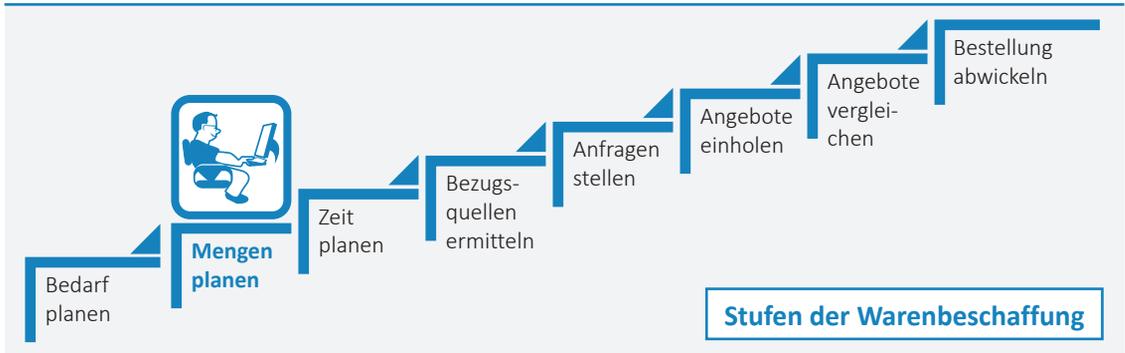
Bei der Entscheidung über Veränderungen im Sortiment hat der Einzelhandelsbetrieb z. B. zu berücksichtigen:

die Wünsche und Anregungen der Kunden	}
die zu erwartende Preisentwicklung	
die Einkommenssituation (Kaufkraft) der Kunden	
die modischen Trends	
die zu erwartenden technischen Neuerungen	
die Sortimentspolitik der Mitbewerber	
die Werbemaßnahmen von Herstellern	
die allgemeine wirtschaftliche Lage	





## 2 Mengen planen



### (1) Optimale Bestellmenge

Bei jeder Bestellung fallen **zwei Arten von Kosten** an.

#### ■ Bestellkosten

Sie fallen bei jeder Bestellung in nahezu gleichbleibender Höhe an, gleichgültig wie groß die Menge bzw. wie hoch der Wert der bestellten Waren ist.

#### ■ Beispiele:

- Bedarfsmeldungen vornehmen
- Angebote einholen
- Angebotsvergleiche durchführen
- Bestellungen abwickeln
- Wareneingänge und Rechnungen prüfen

#### ■ Lagerhaltungskosten

Sie steigen bzw. fallen mit der eingelagerten Warenmenge. Je **geringer** die **Lagermenge**, desto **geringer** die **Lagerhaltungskosten**. Je **höher** die **Lagermenge**, desto **höher** die **Lagerhaltungskosten**.

#### ■ Beispiele:

- Personalkosten für die im Lager beschäftigten Personen
- Zinsen für das durch die gelagerten Waren gebundene Kapital
- Kosten für die Warenpflege, den Lagerraum und das Lagerrisiko.

#### ■ Zusammenhang zwischen Bestellmenge und den jeweiligen Kosten

Die Höhe der Bestell- und Lagerhaltungskosten entwickeln sich gegenläufig.

Mengenplanung	Bestellkosten	Lagerkosten
wenige Bestellungen, aber große Mengen	gering	hoch
häufige Bestellungen, aber kleine Mengen	hoch	gering



**Gebundenes Kapital** ist das Kapital, das in Vermögensgegenstände (z. B. in das Lager) investiert worden ist.

**Problem:**  
Bestellkosten und Lagerhaltungskosten entwickeln sich entgegengesetzt!



Um diesen Konflikt zu lösen, ist die Bestellmenge zu wählen, bei der die Summe beider Kosten am geringsten ist. Diese Bestellmenge bezeichnet man als **optimale Bestellmenge**.

**Beispiel:**

Die Bestellkosten betragen je Bestellung 45,00 EUR und die Lagerhaltungskosten 8,10 EUR je Stück. Der Jahresbedarf des Artikels beträgt 3 600 Stück.

Bestellmenge in Stück	Durchschnittlicher Lagerbestand	Anzahl der Bestellungen	Bestellkosten in EUR	Lagerhaltungskosten in EUR	Gesamtkosten in EUR
100	50	36	1 620,00	405,00	2 025,00
200	100	18	810,00	810,00	1 620,00
300	150	12	540,00	1 215,00	1 755,00

← optimale Bestellmenge



**Durchschnittlicher Lagerbestand:**

Bestellmenge 100 Stück : 2 = 50 Stück

**Bestellkosten:**

Bestellungen 36 · Bestellkosten je Bestellung 45,00 EUR = 1 620,00 EUR

**Anzahl der Bestellungen:**

Jahresbedarf 3 600 Stück : Bestellmenge 100 Stück = 36 Stück

**Gesamtkosten:**

1 620,00 EUR + 405,00 EUR = 2 025,00 EUR

**Lagerhaltungskosten:**

50 Stück durchschnittlicher Lagerbestand · Lagerhaltungskosten je Stück 8,10 EUR = 405,00 EUR

Die **optimale Bestellmenge** ist die Beschaffungsmenge, bei der die Summe aus Bestell- und Lagerhaltungskosten am niedrigsten ist.

**(2) Limitrechnung**

Der Einzelhandelsbetrieb muss den Wareneinkauf mit dem zu erwartenden Zeitpunkt des Warenverkaufs und dem Lagerumfang abstimmen. Daher legt er für einen bestimmten Zeitraum (z. B. ein Jahr) fest, für wie viel Geld die Einkaufs- abteilung Waren bestellen darf (**Einkaufslimit, Einkaufsbudget**).

Bestimmt wird das Einkaufslimit durch den **geplanten Absatz** und den **geplanten Lagerschlussbestand**. Ziel ist es, einen unkontrollierten Einkauf und einen zu hohen Lagerbestand zu vermeiden.

**Limit:** Grenze.  
**Budget:** Haushaltsplan.

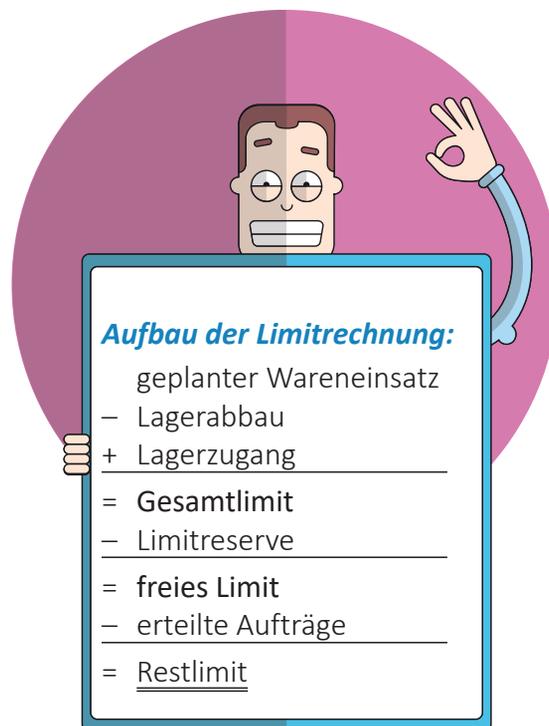


Ein **Limit** legt fest, wie viel Euro für eine Ware (Warengruppe) in einem bestimmten Zeitabschnitt ausgegeben werden dürfen.

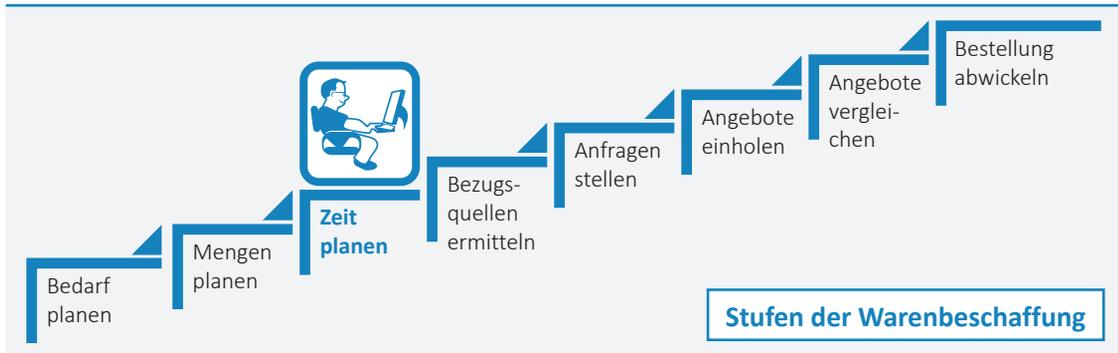
### Beispiel: Jahreslimitplanung der Kosmetikabteilung eines Kaufhauses

Daten der Kosmetikabteilung	Berechnung des Limits						
<p><b>(1) Geplanter Absatz</b></p> <p>Im Vorjahr betrug der Absatz zu Einstandspreisen (Wareneinsatz) 305 000,00 EUR. Das Kaufhaus erwartet für das kommende Jahr eine Absatzsteigerung von 5 %.</p>	<table> <tr> <td>Wareneinsatz Vorperiode</td> <td>305 000,00 EUR</td> </tr> <tr> <td>+ 5 % Absatzsteigerung</td> <td>15 250,00 EUR</td> </tr> <tr> <td>= geplanter Wareneinsatz</td> <td><u>320 250,00 EUR</u></td> </tr> </table>	Wareneinsatz Vorperiode	305 000,00 EUR	+ 5 % Absatzsteigerung	15 250,00 EUR	= geplanter Wareneinsatz	<u>320 250,00 EUR</u>
Wareneinsatz Vorperiode	305 000,00 EUR						
+ 5 % Absatzsteigerung	15 250,00 EUR						
= geplanter Wareneinsatz	<u>320 250,00 EUR</u>						
<p><b>(2) Berücksichtigung des Lagerbestandes</b></p> <p>Der Lagerbestand wird im kommenden Jahr um 20 250,00 EUR abgesenkt.</p>	<table> <tr> <td>geplanter Wareneinsatz</td> <td>320 250,00 EUR</td> </tr> <tr> <td>– Lagerabbau</td> <td>20 250,00 EUR</td> </tr> <tr> <td>= Einkaufsbedarf</td> <td><u>300 000,00 EUR</u></td> </tr> </table>	geplanter Wareneinsatz	320 250,00 EUR	– Lagerabbau	20 250,00 EUR	= Einkaufsbedarf	<u>300 000,00 EUR</u>
geplanter Wareneinsatz	320 250,00 EUR						
– Lagerabbau	20 250,00 EUR						
= Einkaufsbedarf	<u>300 000,00 EUR</u>						
<p><b>(3) Geplante Sicherheitsreserve</b></p> <p>Für Sonderangebote, Aktionen, Trendware u. Ä. wird eine Reserve für Nachbestellungen von 30 % zurückgehalten.</p>	<table> <tr> <td>Einkaufsbedarf</td> <td>300 000,00 EUR</td> </tr> <tr> <td>– 30 % Reserve</td> <td>90 000,00 EUR</td> </tr> <tr> <td>= freigegebener Einkauf</td> <td><u>210 000,00 EUR</u></td> </tr> </table>	Einkaufsbedarf	300 000,00 EUR	– 30 % Reserve	90 000,00 EUR	= freigegebener Einkauf	<u>210 000,00 EUR</u>
Einkaufsbedarf	300 000,00 EUR						
– 30 % Reserve	90 000,00 EUR						
= freigegebener Einkauf	<u>210 000,00 EUR</u>						
<p><b>(4) Bereits getätigte Bestellungen</b></p> <p>In den Vormonaten November und Dezember wurden zur Lieferung im Januar Waren zum Einstandspreis von 20 000,00 EUR bestellt.</p>	<table> <tr> <td>freigegebener Einkauf</td> <td>210 000,00 EUR</td> </tr> <tr> <td>– erteilte Aufträge</td> <td>20 000,00 EUR</td> </tr> <tr> <td>= restlicher Einkaufsbetrag</td> <td><u>190 000,00 EUR</u></td> </tr> </table>	freigegebener Einkauf	210 000,00 EUR	– erteilte Aufträge	20 000,00 EUR	= restlicher Einkaufsbetrag	<u>190 000,00 EUR</u>
freigegebener Einkauf	210 000,00 EUR						
– erteilte Aufträge	20 000,00 EUR						
= restlicher Einkaufsbetrag	<u>190 000,00 EUR</u>						

Das Restlimit wird in der Praxis noch aufgrund der jeweiligen Absatzerwartungen auf die **einzelnen Monate** verteilt, z. B. Bestellungen mit Monat Februar 12 % von 190 000,00 EUR = 22 800,00 EUR.



## 3 Zeit planen



### 3.1 Möglichkeiten der zeitlichen Planung

Die Festlegung des Beschaffungszeitpunkts hängt ab vom Termin, zu dem die Ware zur Verfügung stehen muss. Der Einzelhandelsbetrieb hat die nachfolgenden Möglichkeiten für die zeitliche Planung der Warenbeschaffung.

#### (1) Einzelbeschaffung nach einem Kundenauftrag

Die Waren werden erst nach der Bestellung durch den Kunden beschafft. Diese Form der Beschaffung ist bei teuren Gütern und Spezialanfertigungen üblich.

#### Beispiele:

- Kauf eines Neuwagens
- Kauf neuer Möbel
- Kauf eines Kassensystems

#### (2) Vorratsbeschaffung

Bei der Vorratsbeschaffung wird eine größere Warenmenge eingekauft, als aktuell verkauft wird. Der Mehreinkauf wird zunächst auf Lager genommen und erst bei Bedarf in den Verkaufsraum gebracht.

Die Vorratsbeschaffung wird vor allem genutzt, um Absatzschwankungen abzusichern, Preisvorteile auszunutzen, Transport- und Bestellkosten zu verringern.

Für die Festlegung des Bestellzeitpunktes stehen dem Einzelhandelsbetrieb **zwei Bestellformen** zur Verfügung: das Bestellrhythmusverfahren und das Bestellpunktverfahren.

#### Beispiele:

- Bekleidung
- Schuhe
- Haushaltswaren
- Konserven

#### ■ Bestellrhythmusverfahren

Beim **Bestellrhythmusverfahren** erfolgen die Bestellungen in **gleichen Zeitabständen**.

Die **Bestellmenge** ist jeweils die **Differenz zwischen dem aktuellen Warenbestand** und dem **vorgegebenen Höchstbestand**.

Das Bestellrhythmusverfahren ist sinnvoll, wenn der Warenabsatz relativ gleichbleibend ist. Wird **weniger verkauft als geplant**, entstehen **überhöhte Lagerbestände**. Wird mehr **verkauft als geplant**, **fehlt die Ware im Verkauf**.

Der **Höchstbestand** gibt an, welcher Warenbestand maximal eingelagert wird.





Der **Meldebestand** muss so hoch sein, dass das rechtzeitige Auffüllen des Lagers möglich ist.



Zum Thema Lagerbestand siehe S. 80 ff.

## ■ Bestellpunktverfahren

Beim **Bestellpunktverfahren** wird aufgrund eines **vorgegebenen Meldebestandes** bestellt.

Wird der Meldebestand erreicht, muss bestellt werden. Der **Meldebestand** ist damit gleichzeitig der **Bestellzeitpunkt**. Bei **jeder Warenentnahme wird überprüft**, ob der **Meldebestand erreicht ist**.

Beim Einsatz eines Warenwirtschaftssystems erfolgt die Prüfung des Meldebestandes und der anschließende Bestellvorgang automatisch.

### (3) Just-in-time-Beschaffung

Die Waren werden so bestellt, dass sie genau zu dem Zeitpunkt bereitgestellt werden, an dem der Verkauf erfolgt. Damit liegen zwischen der Lieferung und dem Verkauf nur wenige Tage. Dies setzt ein Warenwirtschaftssystem, kurze Bestellzeiten, einen gut funktionierenden Informationsaustausch mit dem Lieferant und eine ständige Lieferbereitschaft des Lieferanten voraus.

Bei diesem Bestellverfahren wälzt der Einzelhandelsbetrieb das Lagerrisiko auf den Lieferant ab. Dies setzt eine starke Marktstellung des Einzelhandelsbetriebs voraus.

#### Beispiel:

Belieferung der Discounter mit Waren

## 3.2 Automatische Bestellmengenermittlung

Die Organisation von Beschaffungsvorgängen wird oft durch Programme des Warenwirtschaftssystems (WWS) unterstützt bis hin zur kompletten Abwicklung der Bestellungen.

Insbesondere bei Waren, die regelmäßig gehandelt werden (z. B. Lebensmittel, Getränke) und bei immer den gleichen Lieferanten bestellt werden, ist es sinnvoll, das Warenwirtschaftssystem durch Schnittstellen extern zu vernetzen.

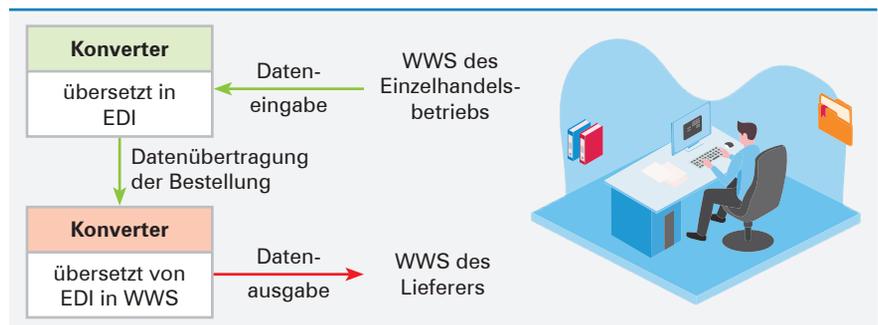
Damit zwischen dem Einzelhandelsbetrieb und seinen Lieferanten ein Datenaustausch erfolgen kann, müssen die technischen Voraussetzungen geschaffen werden. Das technische Instrument für den Datenaustausch zwischen den Unternehmen heißt **Electronic Data Interchange (EDI)**.

Ein Konverter übersetzt die Bestellung in das Datenübertragungsformat EDI und versendet sie an den Lieferant. Auf der Empfängerseite übersetzt dessen Konverter die Bestellung in die (Software-)Sprache des Lieferanten.

Bei der Datenübertragung mithilfe von EDI kann der Geschäftsverkehr ohne warenbegleitende Papiere (z. B. Bestellung, Lieferschein, Rechnung, Zahlungsbeleg) abgewickelt werden.

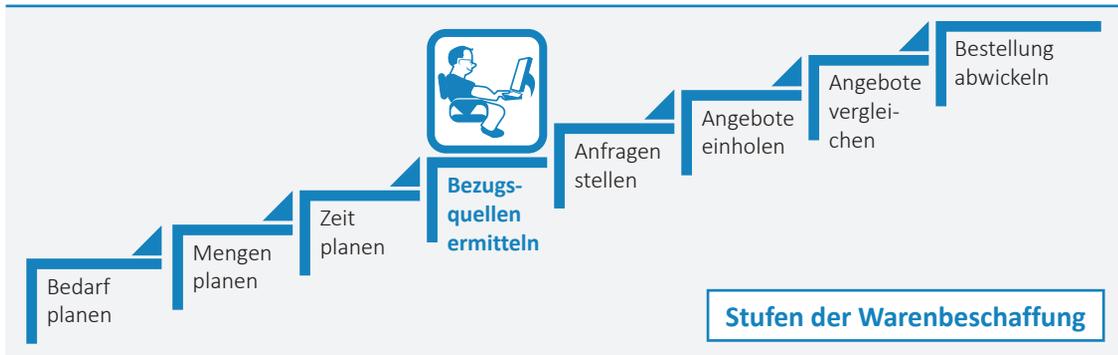


Ein **EDI-Konverter** wandelt die Daten aus einem bestimmten Datenformat in das vereinbarte Datenformat eines Geschäftspartners um.





## 4 Bezugsquellen ermitteln



Um mögliche Lieferer bei Aufnahme weiterer Artikel in das Sortiment zu ermitteln, können **interne** und **externe Bezugsquellen** herangezogen werden.

**Intern:** innerlich.  
**Extern:** draußen befindlich.



### (1) Interne Bezugsquellen

Wurde der Einzelhandelsbetrieb mit den zu beschaffenden Waren bereits beliefert, sind die Bezugsquellen bekannt. Er kann die erforderlichen Informationen selbst (**intern**) beschaffen. Voraussetzung ist, dass die entsprechenden Tabellen in einer Datenbank angelegt wurden.

Dateien mit internen Bezugsquelleninformationen	
<b>Warendatei</b>	Sie enthält für jede Artikelposition (z. B. Bürotische, PC, Büroschränke, Bürolampen) alle wichtigen Daten, z. B. <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Artikelnummer,</li> <li>■ Artikelgruppen, Materialart,</li> <li>■ die beschreibenden Elemente (z. B. Bezeichnung, Preis, Bestand usw.).</li> </ul>
<b>Liefererdatei</b>	Sie enthält Merkmale über den Lieferanten, z. B. Lieferernummer, Name, Straße, PLZ, Ort, Bonität.
<b>Konditionen-datei</b>	In ihr werden die Lieferungs- und Zahlungsbedingungen (Konditionen) der Lieferer erfasst.
<b>Bezugsquellen-datei</b>	Sie beantwortet die Frage „Wer liefert was?“. Sie stellt also die elektronische Verbindung her zwischen der Warendatei und der Liefererdatei.



**Bonität:** beschreibt die Zahlungsfähigkeit einer Person oder Unternehmung.



Beispiel 1: Liefererdatei

Nr.	Name	Adresse	PLZ Code	Ort
KRED440001	Papierwerke Dillweißenstein AG	Nagoldstr. 101	75181	Pforzheim-Dillweißenstein
KRED440002	Papierfabrik Gundlach GmbH	Schwarzwälder Str. 33	75417	Mühlacker
KRED440003	Rummel GmbH	Schreibwarengroßhandel	76137	Karlsruhe
KRED440004	B&G Bürobedarf-Schreibwaren	Bauder & Gress KG	75433	Maulbronn
KRED440005	Färber & Pastell AG	Schreibgeräte	76530	Baden-Baden
KRED440006	Storch AG	Schoferweg 3	75172	Pforzheim
KRED440007	Papiergroßhandlung Benzinger	Wilferdinger Höhe 15	75172	Pforzheim
KRED440008	Urban & Brenner GmbH	Bürogroßhandel	76275	Ettlingen
KRED440009	Glauner & Co. KG	Calmbacher Str. 12	75323	Bad Wildbad
KRED440010	Finkbeiner GmbH	Schreibwarengroßhandel	68169	Mannheim

Buttons: OK, Abbrechen, Kreditor, Einkauf, Hilfe

Beispiel 2: Warendatei

Nr.	Beschreibung	Einheit	Einstandspreis	VK-Preis	Lagerbestand	Kred.-Nr.	Meldebestand	Sicherheitsbestand	Bestellmenge
200001	Aktenordner DIN A4 3 cm	STÜCK	0,80	1,20	100	KRED440002	80	20	200
200002	Aktenordner DIN A4 5 cm	STÜCK	0,85	1,30	100	KRED440002	80	20	200
200003	Aktenordner DIN A4 8 cm	STÜCK	0,90	1,40	100	KRED440002	80	20	200
200004	Collegeblock A4 kariert	STÜCK	0,50	1,60	500	KRED440001	200	100	500
200005	Collegeblock A4 liniert	STÜCK	0,50	1,60	500	KRED440001	200	100	500
200006	Collegeblock A5 kariert	STÜCK	0,40	1,20	500	KRED440001	200	100	500
200007	Collegeblock A5 liniert	STÜCK	0,40	1,20	500	KRED440001	200	100	500
200008	Druckerpapier A4, 80g, weiß	B500	1,10	1,90	1.000	KRED440002	500	200	2.000
200009	Druckerpapier A4, 90g, weiß	B500	1,20	4,20	1.000	KRED440002	500	200	2.000
200010	Druckerpapier A4, 100g, weiß	B500	1,40	4,50	1.000	KRED440002	500	200	2.000
200011	Druckerpapier A4, 80g, color	B500	1,60	4,40	1.000	KRED440002	500	200	2.000
200012	Finopen Filzstift	STÜCK	0,30	0,90	400	KRED440005	100	50	200
200013	Colorpen Filzstiftset 10er	STÜCK	1,30	4,80	200	KRED440005	40	20	100
200014	Geodreieck	STÜCK	0,40	1,10	2.000	KRED440003	500	100	2.000
200015	Heftklammern	P500	0,90	2,20	400	KRED440008	100	40	500
200016	Heftstreifen	P100	0,50	1,80	800	KRED440010	100	60	500
200017	Haftnotiz, Block 100	STÜCK	0,50	1,30	200	KRED440004	60	10	100
200018	Klebefilm, 3 m	ROLLE	0,20	0,60	700	KRED440008	100	50	200
200019	Klebefilm Abroller	STÜCK	0,90	1,90	50	KRED440008	40	10	100
200020	Kopierpapier A3, 80g, weiß	B500	2,10	4,80	500	KRED440007	50	20	200

Buttons: OK, Abbrechen, Artikel, Verkauf, Einkauf, Funktion, Hilfe

**(2) Externe Bezugsquellen**

**■ Überblick über externe Bezugsquellen**

Ist der Einzelhandelsbetrieb mit den bisherigen Lieferanten nicht mehr zufrieden oder müssen bisher noch nicht geführte Waren beschafft werden, muss er die Informationen von außerhalb (**extern**) einholen. Dazu zählen:

**■ Beispiele:**

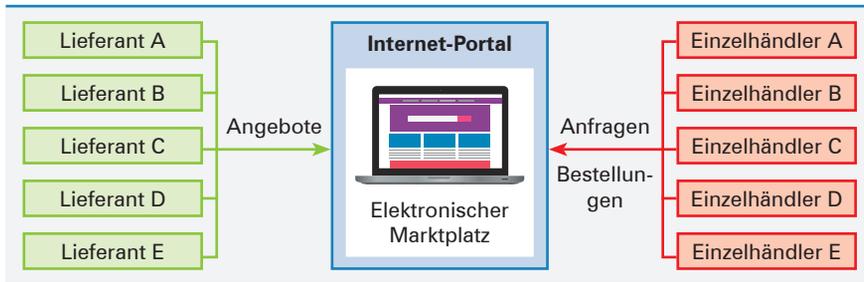
- Internet und Suchmaschinen
- Branchenberichte, Einkaufsführer (z. B. www.wer-liefert-was.de)
- Anfragen und/oder persönliche Gespräche bei Lieferanten und Kunden
- Besuche von Messen, Ausstellungen und Warenbörsen (Produktenbörsen)
- Fachbücher und Fachzeitschriften, Verkaufskataloge, -prospekte, Markt- und Börsenberichte, Geschäftsberichte, Tages- und Wirtschaftszeitungen, Hauszeitschriften, Messekataloge
- Testanzeigen (für Kauf und Verkauf)
- Vertreterbesuche



**■ Ermittlung externer Bezugsquellen durch Internetrecherche**

Überwiegend werden Informationen über das Internet eingeholt. Im Internet treffen sich Anbieter und Nachfrager auf **elektronischen Marktplätzen**. Diese Marktplätze haben sich inzwischen zu einem wichtigen beschaffungspolitischen Instrument im B2B-Bereich entwickelt.

Diese Situation lässt sich grafisch wie folgt darstellen:



**B2B:** Business to Business. Beide Partner sind Unternehmen.



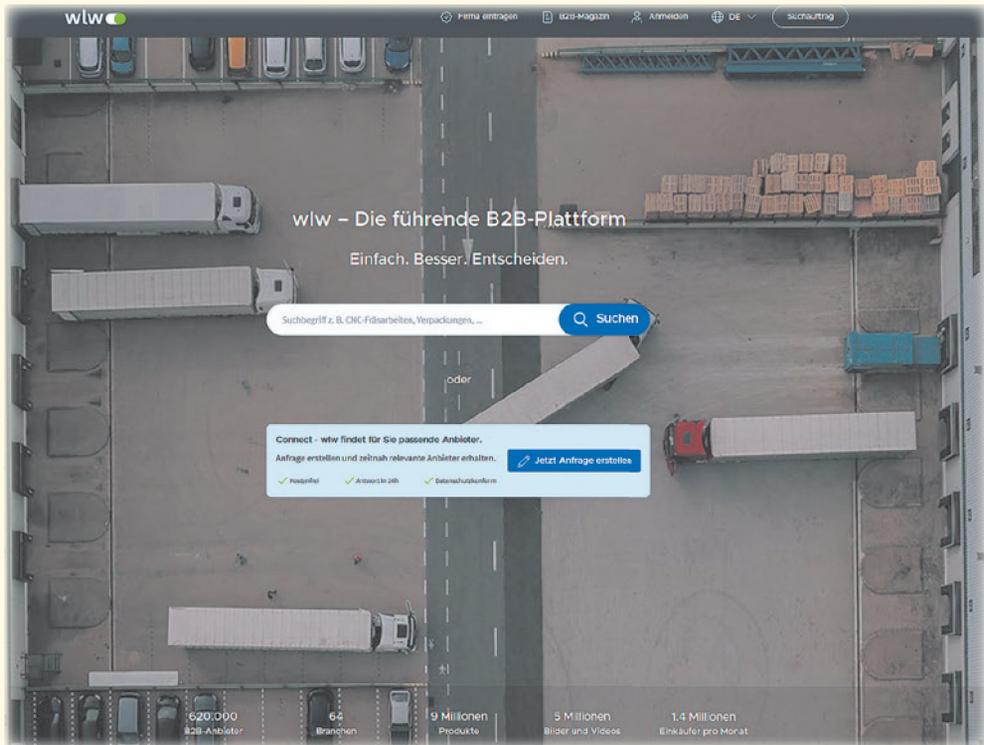
Der Informationsprozess beim Einzelhandelsbetrieb kann z.B. in folgenden Schritten ablaufen:

- 1 Der Einzelhandelsbetrieb hinterlegt eine Anfrage um ein Angebot am „Schwarzen Brett“ des Marktplatzes.
- 2 Alle Lieferanten können die Anfrage und die zugehörigen Dokumente öffnen und herunterladen.
- 3 Die Lieferanten sichten die Anfrage und die Dokumente, kalkulieren ihr Angebot und stellen dieses in den Marktplatz ein.
- 4 Konkurrierende Lieferanten können die anonymisierten Angebote der Mitbewerber einsehen und gegebenenfalls ihr Angebot weiter verbessern.
- 5 Der Einzelhandelsbetrieb vergleicht die Angebote und wählt einen Lieferanten aus.

**Anonym:** ohne Namensnennung.



## Beispiel: „Wer liefert was“ – B2B-Plattform für die Lieferantensuche



Quelle: [www.wlv.de](http://www.wlv.de) [23.09.2022]

### (3) Ermittlung der Preise für die einzukaufenden Waren

Grundsätzlich gilt: Die Ware sollte so preisgünstig wie möglich eingekauft werden. Die Höhe des Kaufpreises ist abhängig:

Preis-  
planung



- vom Kaufzeitpunkt
- von der Qualität der bestellten Ware
- vom Hersteller der Ware
- von den Lieferungsbedingungen
- von den Zahlungsbedingungen



**Budget:** hier Einkaufsplan.

Der Einkaufsabteilung wird in der Regel von der Geschäftsleitung ein Einkaufsbudget (Einkaufslimit) vorgegeben. Es enthält oft eine Preisobergrenze für die einzelnen Waren. Preisobergrenze ist in der Regel der **Bezugspreis der Waren**. Die Einkaufsabteilung muss versuchen, beim Lieferer die vorgegebenen Preise durchzusetzen.

→ Zum **Einkaufslimit**  
siehe S. 17 f.  
Zur Berechnung des **Bezugspreises**  
siehe S. 38 f.

#### (4) Liefererauswahl

Hat der Einzelhandelsbetrieb die gewünschten Informationen über die Ware, die Preise und die möglichen Lieferanten, muss er entscheiden, bei welchen Lieferanten er **anfragen** möchte.

Bei der Liefererauswahl können **Checklisten** Entscheidungshilfe geben.

##### Checkliste für die Liefererauswahl: ökonomische Kriterien

###### Leistungsfähigkeit, Qualität, Aktualität, Kreativität

- ✓ Entspricht die Warenqualität – auch hinsichtlich ihrer Umweltfreundlichkeit – unseren Anforderungen?
- ✓ Sind ausreichende Lieferkapazitäten vorhanden?
- ✓ Kann der Lieferer auf Abruf liefern?
- ✓ Entspricht das Personal unseren Anforderungen (Beratung, Lösungsvorschläge bei bestimmten technischen Problemen)?
- ✓ In welchem Umfang werden Kundendienstleistungen angeboten?
- ✓ Werden innovative Waren angeboten?



###### Pünktlichkeit und Zuverlässigkeit

- ✓ Werden vereinbarte Lieferfristen eingehalten?
- ✓ Werden die zugesagten Qualitäten eingehalten?
- ✓ Welche Qualitätsgarantien werden übernommen?

###### Preise und Zahlungsziele

- ✓ Wie hoch sind die Bezugspreise im Vergleich zu den Bezugspreisen anderer Lieferer?
- ✓ Wie lange sind die Zahlungsziele?
- ✓ Können günstigere Konditionen durch Verhandlungen erreicht werden (z.B. Sonder- rabatte, Mengenrabatte)?

##### Checkliste für die Liefererauswahl: soziale Kriterien

- ✓ Dient das Warenangebot der Verbesserung der Situation von Beschäftigten?
- ✓ Sind die Waren, die aus einem Entwicklungsland bezogen werden, mit einem sozialen Gütesiegel ausgestattet?
- ✓ ...



##### Checkliste für die Liefererauswahl: ökologische Kriterien

- ✓ Werden umweltfreundliche Werkstoffe verwendet?
- ✓ Sind die Produkte recycelbar?
- ✓ Werden bei der Produktion erneuerbare Energien eingesetzt?
- ✓ Wird das Prinzip der Nachhaltigkeit beim Umweltschutz eingehalten?
- ✓ Werden regionale Produkte verwendet?
- ✓ ...





## VERSTANDEN?

- 1 Formulieren Sie fünf Fragen, die der Einzelhandelsbetrieb bei der Beschaffung von Waren im Vorfeld beantworten muss.

---

- 2 Erläutern Sie den Begriff „optimale Bestellmenge“.

---

- 3 Optimale Bestellmengen zu ordern kann im kaufmännischen Alltag nicht immer praktikabel sein. Nennen Sie drei betriebliche Umstände, unter denen dies der Fall sein kann.

---

- 4 Nennen Sie je drei Beispiele für Bestellkosten und Lagerhaltungskosten.

---

- 5 Erläutern Sie die Zielsetzung der Limitplanung.

---

- 6 Notieren Sie die Ziffer, mit welcher der Begriff „freies Limit“ richtig erklärt wird.  
Freies Limit ist
  - 1 die Höchstmenge des einzukaufenden Warenwertes für einen bestimmten Zeitraum.
  - 2 die Mindestmenge des einzukaufenden Warenwertes für einen bestimmten Zeitraum.
  - 3 die geplante Absatzmenge.
  - 4 der geplante Wareneinsatz zuzüglich eines geplanten Wareneinsatzes.

---

- 7 Der Senior der Baustoff- und Werkzeugeinzelhandlung Justus Lämmle & Sohn OHG ist noch vom alten Schlag. Nur sehr widerwillig lässt er sich vom Sohn und künftigen Nachfolger Justus Lämmle jr. in die Geschäftsführung hineinreden. Zeitlebens ist der Senior seinem Wahlspruch „Vorsicht ist die Mutter der Porzellankiste“ treu geblieben. Zum x-ten Mal streitet er sich mit seinem Sohn über die Höhe der Lagerbestände. Der Senior tendiert mehr zu großen, weit reichenden Vorräten, während der Sohn eher zu geringeren Beständen neigt.  
**Aufgaben:**
  - 7.1 Nennen Sie Argumente, die für größere Lagerbestände sprechen können.
  - 7.2 Beschreiben Sie zwei Nachteile eines zu kleinen Lagerbestandes.
  - 7.3 Nehmen Sie begründet Stellung, welche Position Sie in dem Streit zwischen Senior und Junior des Unternehmens einnehmen würden.

---

- 8 Erläutern Sie zwei Kriterien, nach welchen Sie einen Lieferer beurteilen.

---

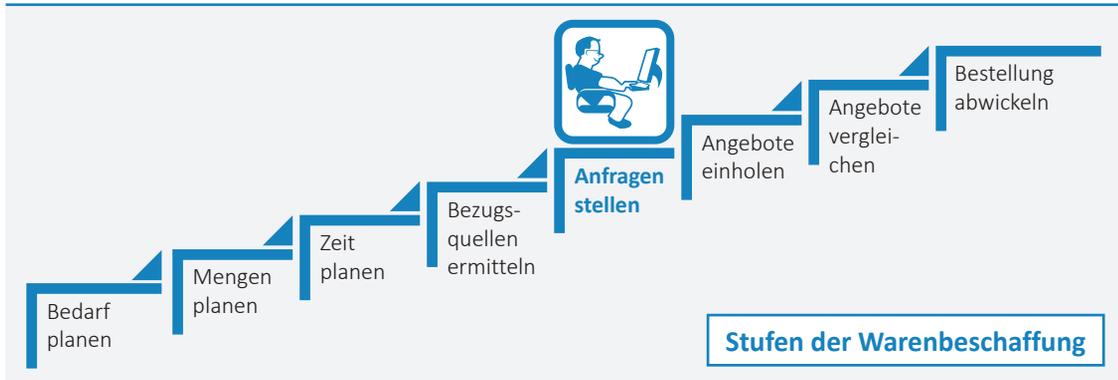
- 9 Erläutern Sie, worin sich das Bestellpunktverfahren und das Bestellrhythmusverfahren unterscheiden.

---



## 5 Anfragen stellen

Wenn ein Einzelhandelsbetrieb Waren kaufen möchte, dann stellt er bei einem möglichen Lieferanten eine Anfrage.



### (1) Begriff Anfrage

Durch die **Anfrage** wird der Verkäufer zur **Abgabe** eines **verbindlichen Angebots** aufgefordert.

Der **Käufer** ist durch seine Anfrage **rechtlich nicht gebunden**. Er kann deshalb gleichzeitig bei mehreren möglichen Lieferanten anfragen.

### (2) Inhalt der Anfrage

Arten	Inhalt
<b>Allgemeine Anfrage (unbestimmte Anfrage)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Hier wird der Anbieter unter allgemeiner Schilderung des Problems gebeten, z. B. die aus seiner Sicht geeignetsten Waren und Qualitäten anzubieten.</li> <li>■ Allgemeine Anfragen sind dann sinnvoll, wenn neue Waren beschafft werden sollen, mit denen der Anfragende noch keine Erfahrung hat.</li> </ul>
<b>Bestimmte Anfrage</b>	Sie beziehen sich auf eine bestimmte Ware bzw. auf eine bestimmte Dienstleistung, z. B. Artikel e-desk 203, Stückzahl 50 Holzart Buche.

Beispiel: AnfrageAufbau einer  
Anfrage

Absender

**Möblix** Import  
Export **GmbH**

Empfänger

Möblix GmbH · Schönhauser Allee 187 · 10119 Berlin  
Heinrich KG  
Urbanstr. 4  
73728 Esslingen

Ihr Zeichen:  
Ihre Nachricht vom:  
Unser Zeichen: ku  
Unsere Nachricht vom:  
  
Name: Eva Kuhn  
Telefon: +49 (0)30 4471156-25  
Fax: +49 (0)30 4471156-01  
E-Mail: eva.kuhn@moeblix.de  
  
Datum: 20..-11-06

Betreff

**Anfrage Nr. 563/58397 – e-desk 203**Grund der Anfrage/  
gewünschte Ware

Sehr geehrte Damen und Herren,

als Fachgeschäft von Büromöbeln sind wir ständig bemüht, unsere Produktpalette zu erweitern. Ihren elektronisch verstellbaren Schreibtisch „e-desk 203“ würden wir gerne in unser Verkaufsprogramm aufnehmen.

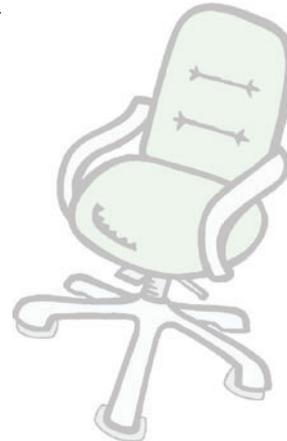
Voraussichtliche  
Bestellmenge

Senden Sie uns bitte ein ausführliches Angebot über 50 Stück dieser Schreibtische in der Massivholz-Ausführung, Holzart Buche, zu.

Grußformel

Mit freundlichen Grüßen

Möblix GmbH

i.A. *Eva Kuhn*Eva Kuhn  
Einkauf

Geschäftsräume  
Schönhauser Allee 187  
10119 Berlin

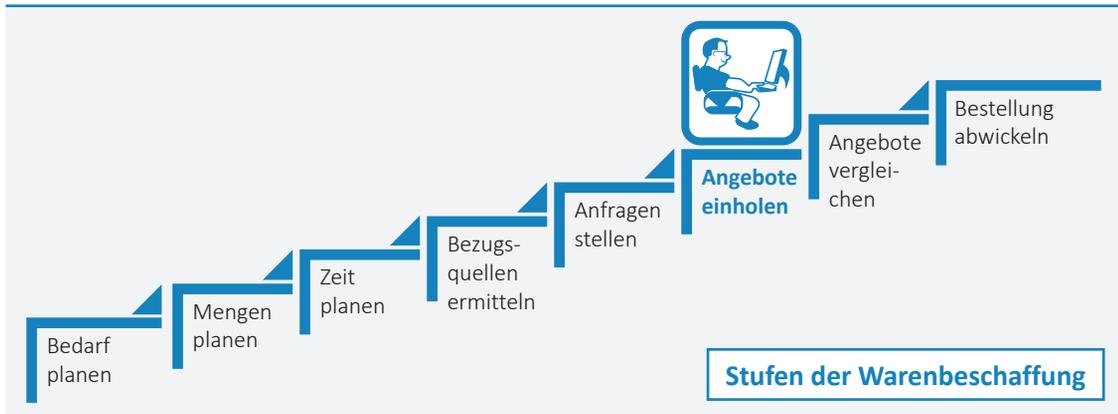
Tel.: +49(0)30 4471156-0  
Fax: +49(0)30 4471156-1

Deutsche Bank Berlin  
IBAN DE36 1007 0000 0000 7305 83  
BIC DEUTDE33XXX

Registergericht  
Berlin HRB 48397  
USt-IdNr. DE812123852



## 6 Angebote einholen



### 6.1 Begriff Angebot

Die Anbieter von Waren geben ihr Angebot ab, dies ist eine Willenserklärung.

Das **Angebot** ist eine rechtsverbindliche Willenserklärung des Verkäufers, die an eine **bestimmte Person** – nicht an die **Allgemeinheit** – gerichtet ist.

↪ Zum Begriff **Willenserklärung**, siehe Band 1, Lernfeld 3, Kapitel 1.3.

Inserate in Zeitungen, Zeitschriften, Schaufensterauslagen, Verkaufsprospekten, Wurfsendungen, Plakate sowie das Bereitstellen von Waren in Selbstbedienungsläden sind an die Allgemeinheit gerichtet, somit **nicht bestimmt**. Sie sind deshalb kein **rechtsverbindliches Angebot**.

### 6.2 Bindung an das Angebot

Der Anbieter ist an sein Angebot **rechtlich gebunden**.

Angebot	Erläuterungen	Beispiele
<b>Angebot unter Anwesenden</b> ■ mündlich ■ telefonisch	Die Angebote müssen sofort, d. h. solange das Gespräch dauert, angenommen werden.	Ein Kunde verlässt einen Laden, weil er sich noch nicht zum Kauf der angebotenen Ware entschließen kann. Er muss mit dem Verkauf der ihm angebotenen Ware an einen anderen Kunden rechnen.
<b>Angebot unter Abwesenden</b>	Die Bindungsfrist für den Anbieter besteht, solange er unter regelmäßigen Umständen mit dem Eingang der Antwort (z. B. Bestellung) rechnen kann. Dabei muss das Angebot mindestens mit dem gleich schnellen Nachrichtenmittel angenommen werden wie es abgegeben wurde.	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Ein Angebot per E-Mail erfordert mindestens eine Annahme (Bestellung) auf gleichem Weg.</li> <li>■ Ein Briefangebot erfordert mindestens eine Annahme (Bestellung) durch einen Brief.</li> </ul>
<b>Befristetes Angebot</b>	Die Annahme bei einem befristeten Angebot kann nur <b>innerhalb der gesetzten Frist erfolgen</b> . Die Bestellung muss dem Anbieter bis zur gesetzten Frist zugegangen sein.	Das vorliegende Angebot ist gültig bis zum 28. Juli 20 . .

Die **Annahmefrist** setzt sich zusammen aus der Zeit für die **Übermittlung** des Angebots, einer angemessenen **Überlegungs-** und **Bearbeitungszeit** beim Empfänger und der Zeit für die **Übermittlung der Antwort** an den Anbieter.



**Beachte:**

- Der Anbieter kann die Bindung an das Angebot durch **Freizeichungsklauseln** einschränken.

■ **Beispiele für Freizeichungsklauseln:**

- „unverbindlich“
- „freibleibend“
- „ohne Gewähr“
- „solange Vorrat reicht“

- Ein Angebot, bei dem sich die Freizeichnungsklausel auf das ganze Angebot bezieht, ist rechtlich **kein Angebot**.

■ **Beispiel:**

„Das vorliegende Angebot ist unverbindlich. Zwischenverkauf vorbehalten.“

Die **Bindung des Lieferers** an sein Angebot **erlischt**,

- wenn die **Bestellung** des Einzelhandelsbetriebs beim Lieferer **zu spät** eintrifft.
- wenn der Anbieter sein Angebot **rechtzeitig widerruft**.  
Der Widerruf muss spätestens zusammen mit dem Angebot beim Empfänger eingehen.
- bei vom Angebot **abweichender Bestellung**.

### 6.3 Inhalt eines Angebots



Beispiel: Angebot

**Aufbau eines Angebots**

**Absender** → **Heinrich KG**  
*Büromöbel und Zubehör*

**Empfänger** → Heinrich KG · Urbanstr. 4 · 73728 Esslingen  
Fachgeschäft für Büromöbel  
MöbliX GmbH  
Schönhauser Allee 187  
10119 Berlin

**Betreff** → **Schreibtisch e-desk 203**  
**Angebot Nr. 20../472943 zu Ihrer Anfrage Nr. 563/58397**

**Bezug auf Anfrage** →

**Angebot von Menge und Preis** → **370,00 EUR pro Stück abzüglich 15% Rabatt, zuzüglich 19% MwSt.**

**Lieferungs- und Zahlungsbedingungen, Klärung von Rechtsfragen** → Die Lieferung erfolgt frei Lager innerhalb von 10 Tagen nach Auftragseingang. Unsere Zahlungsbedingungen: 2% Skonto bei Zahlung innerhalb von 14 Tagen, 30 Tage Ziel.

**Gesprächsangebot** → Für weitere Beratung stehen wir Ihnen gern zur Verfügung.

**Grußformel** → Mit freundlichen Grüßen

Sehr geehrte Frau Kuhn,

wir freuen uns über Ihr Interesse an unseren Produkten. Den Schreibtisch „e-desk 203“ in der Ausführung Buche-Massiv können wir Ihnen bei einer **Abnahme von 50 Stück** zu

anbieten.

Erfüllungsort und Gerichtsstand für beide Teile ist Hamburg. Die Ware bleibt bis zur vollständigen Bezahlung unser Eigentum.

Heinrich KG  
i.A. *Julia Schulze*  
Julia Schulze  
Verkauf

Ihr Zeichen: ku  
Ihre Nachricht: 20../11-06  
Unser Zeichen: SC  
Unsere Nachricht:

Name: Julia Schulze  
Telefon: +49 (0)711 62745-12  
Telefax: +49 (0)711 62745-22  
E-Mail: schulze@heinrich-kg.de

Datum: 20../11-08

Heinrich KG  
Geschäftsführung: Gerda Heinrich  
Amtsgericht Esslingen: HRA 1101  
St-Nr.: 27/430/0027  
USt-ID Nummer: DE 68 609 3911

Bankverbindungen:  
Kreissparkasse Esslingen  
IBAN: DE 07 6115 0020 1120 2399 08  
BIC: ESSLDE66XXX

Postbank Hamburg  
IBAN: DE 61 2001 0020 0064 0697 54  
BIC: PBNKDEFF200

### 6.3.1 Angaben zur Ware und zum Preis

#### (1) Angaben zur Ware

<b>Art der Ware</b>	Genauere Bezeichnung der Ware wie z. B. „Fujitsu Gaming PC – Espresso P910-L“, „TV Lowboard Bird schwarz, Eiche 2-teilig 140 x 45 cm“, „Geschirrspül-Tabs Claro Öko Classic“ .
<b>Güte der Ware</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>Qualitätsangabe</b> Es sind Angaben zu machen in Bezug auf                             <ul style="list-style-type: none"> <li>– die <b>Haltbarkeit</b> (z. B. bei Lebensmitteln),</li> <li>– den <b>Geschmack</b> (z. B. Wein, Schokolade),</li> <li>– die <b>äußere Form</b> (z. B. Möbel, Smartphone, Autos),</li> <li>– die <b>Leistungsfähigkeit</b> (z. B. Kassenautomat),</li> <li>– die <b>Nutzungsdauer</b> (z. B. Software, Autos),</li> <li>– die <b>Belastungsfähigkeit</b> (z. B. Zerbrechlichkeit von Glas oder Kunststoff) usw.</li> </ul> </li> <li>■ <b>Umweltverträglichkeit</b> Eine Prüfung der Umweltverträglichkeit ist erforderlich, denn durch die Verschärfung der Gesetze, die dem Schutz der Umwelt dienen, wurde die Haftung der Unternehmen ständig erhöht.</li> </ul>
<b>Menge der Ware</b>	In der Regel wird die Menge in handelsüblichen Maßeinheiten angegeben (z. B. Hoodie-Sweatjacken in Stück, Olivenöl in Litern, Bio-Baumwollstoffe in Metern).



Ist die Ware **nur der Art nach bestimmt** (z. B. Mehl einer bestimmten Type, Eier einer bestimmten Handelsklasse), muss im Kaufvertrag keine Regelung hinsichtlich der Qualität getroffen werden (**Gattungsware**). Nach dem Gesetz ist bei fehlender Vereinbarung eine Ware mittlerer Art und Güte zu liefern.

#### (2) Angaben zum Preis der Ware

Um das Angebot möglichst attraktiv auszugestalten, bieten die Lieferer meistens **Rabatte** an.

Der **Rabatt** ist ein Preisnachlass, der **unmittelbar** gewährt wird.

<div style="background-color: #e1f5fe; padding: 5px; text-align: center; margin-bottom: 10px;"><b>Mengenrabatt</b></div> <p>Er wird bei Abnahme größerer Mengen gewährt. Steigt der Rabattsatz mit zunehmenden Abnahmemengen an, spricht man von <b>Staffelrabatt</b>.</p>	<div style="background-color: #e1f5fe; padding: 5px; text-align: center; margin-bottom: 10px;"><b>Personalrabatt</b></div> <p>Er wird den Mitarbeitern des Einzelhandelsbetriebs eingeräumt.</p>
<div style="background-color: #e1f5fe; padding: 5px; text-align: center; margin-bottom: 10px;"><b>Naturalrabatt</b></div> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ als <b>Dreingabe</b>: Es wird weniger berechnet als geliefert wurde.</li> <li>■ als <b>Draufgabe</b>: Es wird eine bestimmte Menge zusätzlich unentgeltlich geliefert.</li> </ul>	<div style="background-color: #e1f5fe; padding: 5px; text-align: center; margin-bottom: 10px;"><b>Wiederverkäuferrabatt</b></div> <p>Er wird Handelsbetrieben eingeräumt, die die Ware weiterverkaufen oder -verarbeiten.</p>

Eine weitere Möglichkeit der Rabattgestaltung ist das Anbieten eines **Bonus**. Ein Bonus ist ein **nachträglicher Preisnachlass**, der z. B. zum Ende eines Quartals oder am Jahresende gewährt wird, wenn der Einzelhandelsbetrieb einen **zuvor festgelegten Umsatz** erreicht.

#### Beispiel:

Ein Großhandelsbetrieb gewährt einem Einzelhandelsbetrieb einen Bonus von 5%, wenn dieser im Jahr für mindestens 30000,00 EUR bei ihm einkauft und 5,5% bei einem Einkauf von 40000,00 EUR oder mehr. Kauft der Einzelhandelsbetrieb z. B. für 35000,00 EUR im Jahr ein, erhält er nachträglich einen Preisnachlass von 1750,00 EUR.

## 6.3.2 Zahlungsbedingungen

### (1) Skonto

**Skonto** ist ein Preisnachlass, der dann gewährt wird, wenn der Kunde innerhalb einer bestimmten Frist bezahlt.

#### Beispiel:

„3% Skonto bei Zahlung innerhalb von 10 Tagen, 30 Tage netto ab Rechnungsdatum“. Zweck: Anreiz für den Kunden, früher zu zahlen, d. h. in diesem Fall am 10. anstatt am 30. Tag.

„**Netto Kasse**“ bedeutet:  
Kein Skontoabzug möglich!

### (2) Zahlungsfristen

Ist im Angebot der **Zahlungszeitpunkt nicht bestimmt**, muss der Käufer **sofort** nach Übergabe der Ware bezahlen.

Es können jedoch Zahlungsbedingungen vereinbart werden, die von der gesetzlichen Regelung abweichen:

- **Teilweise oder vollständige Zahlung vor der Lieferung.** Die Zahlungsbedingungen können z. B. lauten: „Nur gegen Vorkasse“, „Nur gegen Vorauszahlung“, „Anzahlung  $\frac{1}{3}$  des Kaufpreises bei Bestellung,  $\frac{1}{3}$  bei Lieferung,  $\frac{1}{3}$  drei Monate nach Erhalt der Ware“.
- **Zahlung nach der Lieferung.** In diesem Fall erhält der Käufer ein **Zahlungsziel**. Die Klauseln können z. B. lauten: „Zahlbar innerhalb 4 Wochen nach Rechnungsdatum“, „Zahlbar innerhalb 8 Tagen nach Rechnungsdatum mit 2% Skonto“.

## 6.3.3 Lieferungsbedingungen

### (1) Beförderungsaufwendungen

#### ■ Gesetzliche Regelungen

Ist im Angebot nichts anderes vereinbart hat, der **Käufer** die **Beförderungsaufwendungen** (z. B. Frachten, Porti) zu **bezahlen**. **Wareschulden** sind gesetzlich im Zweifel **Holschulden**.

**Im Zweifel** bedeutet, dass es sich um eine **Auslegungsregel** handelt, die dann nicht gilt, wenn z. B. durch vertragliche Vereinbarungen etwas anderes bestimmt ist.



■ **Vertragliche Regelungen**

Der Verkäufer kann im Angebot andere Regelungen vorschlagen. Im Kaufvertrag sind z. B. folgende andere Regelungen denkbar:

						
Verkäufer	Rollgeld I	Versandstation	Hauptlauf	Empfangsstation	Rollgeld II	Käufer
1	2	3	4	5	6	7
Übergabekosten	Rollgeld Hausfracht	Verladekosten	Fracht	Entladekosten	Rollgeld Hausfracht	Abnahmekosten

**Lieferung:**

- ab Werk: Verkäufer zahlt 1, Käufer zahlt 2 – 7 (gesetzliche Regelung beim Platzkauf)
- ab Lager: Verkäufer zahlt 1 – 2, Käufer zahlt 3 – 7 (gesetzliche Regelung beim Versandkauf)
- ab Fabrik unfrei: Verkäufer zahlt 1 – 3, Käufer zahlt 4 – 7
- ab hier frei: Verkäufer zahlt 1 – 4, Käufer zahlt 5 – 7
- ab Bahnhof frei: Verkäufer zahlt 1 – 6, Käufer zahlt 7
- ab Waggon frachtfrei: Verkäufer zahlt 1 – 4, Käufer zahlt 5 – 7
- ab dort frei: Verkäufer zahlt 1 – 4, Käufer zahlt 5 – 7
- ab Bahnhof frei: Verkäufer zahlt 1 – 6, Käufer zahlt 7
- ab Haus frei: Verkäufer zahlt 1 – 6, Käufer zahlt 7
- ab Lager frei: Verkäufer zahlt 1 – 6, Käufer zahlt 7

**Erläuterung:** Rollgeld sind die Beförderungskosten vom Lieferer bis zum Versandbahnhof bzw. vom Bestimmungsbahnhof bis zum Käufer.

(2) **Verpackungsaufwendungen**

■ **Gesetzliche Regelung**

Ist im Angebot nichts anderes vereinbart, trägt der Käufer die Aufwendungen für die **Versandverpackung**.



...  
 + Beförderungsaufwendungen ?  
 + Verpackungsaufwendungen ?  
 = Bezugspreis (Einstandspreis) ?

## ■ Vertragliche Regelung

Im Geschäftsleben sind vertragliche Vereinbarungen über die Aufwendungen für die Verpackung sinnvoll. In einem Angebot können sich unterschiedliche Angaben finden.

### Beispiele:

„32,00 EUR je Verkaufspackung“

→ Die Verpackung wird nicht getrennt berechnet (z.B. Obst und Gemüse in Kisten).

„Leihpackung. Bei Rücksendung erhalten Sie ein Viertel des berechneten Werts gutgeschrieben.“

→ In diesem Fall trägt der Käufer einen Teil des Verpackungsaufwands.

„Die Verpackungskosten trägt der Käufer.“

→ Die Verpackungskosten gehen ausschließlich zulasten des Käufers (z.B. Holzpaletten).

„Brutto für netto“ (abgekürzt „bfn“, Rohgewicht einschließlich Verpackung)

→ Der Kunde zahlt das **Verpackungsgewicht** wie das Inhaltsgewicht (Nettogewicht). Das Gewicht der Verpackung bezeichnet man als **Tara**. Es kann das tatsächliche Gewicht oder ein Pauschalgewicht (bestimmter Prozentsatz des Bruttogewichts) berechnet werden.

## 6.3.4 Erfüllungsort und Gerichtsstand

### (1) Begriff Erfüllungsort

Bei einem Angebot muss feststehen, **wo** der Schuldner seine geschuldete Leistung zu erbringen hat.

Es wird hierzu auch der Begriff **Leistungsort** verwendet.



Der **Erfüllungsort** ist der Ort, an dem der Anbieter (Schuldner) seine Leistung zu erbringen hat.

Arten	Erläuterungen	Beispiele
<b>Gesetzlicher Erfüllungsort</b>	Da es beim Abschluss eines Kaufvertrags <b>zwei Schuldner</b> gibt (Verkäufer → Warenschuldner; Käufer → Geldschuldner), gibt es auch <b>zwei gesetzliche Erfüllungsorte</b> . Der gesetzliche Erfüllungsort für den <b>Verkäufer</b> und den <b>Käufer</b> ist der jeweilige <b>Geschäftssitz (Wohnsitz)</b> .	Hat der Hersteller sein Werk in Kaiserslautern und der Einzelhändler sein Geschäft in Koblenz, ist der Erfüllungsort für den Hersteller Kaiserslautern, der Erfüllungsort für den Einzelhändler Koblenz.
<b>Vertraglicher Erfüllungsort</b>	Käufer und Verkäufer haben die Möglichkeit, den Erfüllungsort vertraglich zu regeln.	Die Möbelfabrik Kaiser KG in Mainz und das Möbelhaus Raimann GmbH in Neustadt vereinbaren Mainz als Erfüllungsort für beide Vertragsparteien.

## Waren annehmen, lagern und pflegen



### 1 Waren annehmen und prüfen

#### 1.1 Äußere Warenprüfung (Annahme der Warensendung)

Bei Anlieferung der Ware müssen die gelieferten Packstücke sofort im Beisein des Frachtführers (d. h. des Fahrers, der die Ware ausliefert) auf wichtige Merkmale überprüft werden. Erst dann wird der Empfang quittiert.

Das ist wichtig, um festzustellen, ob die angelieferte Ware überhaupt bestellt wurde, in der richtigen Menge adressatengerecht geliefert wurde und die Verpackung keine Transportschäden aufweist.

Im Fall einer mangelhaften Lieferung oder einer Unstimmigkeit der Daten muss dies unverzüglich reklamiert werden.

**Vor dem Wegfahren** des Fahrers wird in Anwesenheit des Fahrers die **Sendung** überprüft.

#### Checkliste: äußere Warenprüfung (Warenannahme)

- ✓ Stimmt die Lieferadresse mit der Empfängeradresse überein?
- ✓ Stimmt die Lieferung mit der eigenen Bestellung überein (Lieferberechtigung)?
- ✓ Entspricht die Menge der Packstücke den Angaben auf den Begleitpapieren?
- ✓ Weist die Verpackung oder die Ware selbst äußerlich erkennbare Schäden auf?



Wurde die Ware nicht ordnungsgemäß angeliefert, können z. B. folgende Tatbestände festgestellt werden:

- ✗ Es fehlt Ware.
- ✗ Es ist nicht die bestellte Ware.
- ✗ Die Verpackung ist beschädigt, sodass ein Verdacht auf Beschädigung des Inhalts besteht.



Sendung **nicht** in Ordnung?

- ✗ In einem **Schadensprotokoll** werden die Mängel erfasst.

Über die nicht ordnungsgemäße Lieferung muss noch in Gegenwart des Fahrers ein **Schadensprotokoll** erstellt werden (eine Tatbestandsaufnahme). Darin werden die Mängel erfasst. Das Protokoll wird vom Fahrer unterschrieben und dem Zulieferer als Schadensmeldung zugestellt.

Damit wird sichergestellt, dass z. B. fehlende Ware nachgeliefert werden muss. Durch die Dokumentation der Mängel können später festgestellte Warenmängel, die aufgrund eines Transportschadens aufgetreten sind, erfolgreich gerügt werden.

Ist von vornherein erkennbar, dass die Ware beschädigt oder unvollständig ist, ist die **Annahme zu verweigern** bzw. **unter Vorbehalt zu stellen**.

## Geschäftsprozesse erfassen und kontrollieren

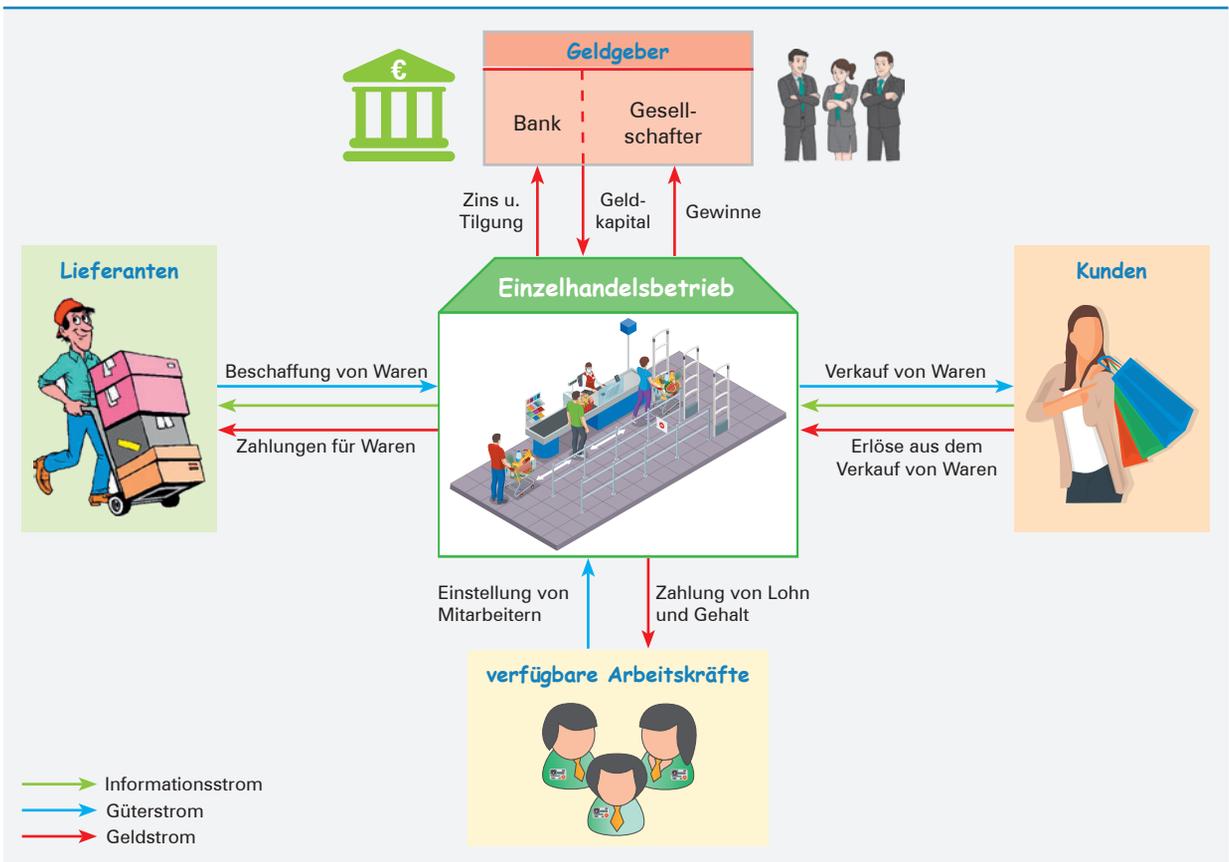


### 1 Güter-, Geld- und Informationsströme im Einzelhandel erfassen

Der Einzelhändler bezieht seine Waren in der Regel von mehreren **Lieferanten** und verkauft sie anschließend an seine **Kunden**.

Um die Waren beschaffen und verkaufen zu können, benötigt der Einzelhandelsbetrieb **Mitarbeiter**, Verkaufs- und Lagerräume, Regale, Kassen, Verpackungsmaterial usw.

Sofern der Einzelhandelsbetrieb das Kapital nicht selber aufbringen kann, muss er sich das Geld bei **Geldgebern** beschaffen.



Durch die eingekauften Waren wird ein **Güterstrom** vom Lieferanten zum Kunden ausgelöst. Im Gegenzug erhält der Einzelhandelsbetrieb aus dem Verkauf der Waren Erlöse, die die anfallenden Zahlungen finanzieren. Dem Güterstrom steht damit ein **Geldstrom** gegenüber.

Damit der Güter- und Geldstrom möglich ist, muss der Einzelhandelsbetrieb die geeigneten Lieferanten und mögliche Kunden finden. Hierzu ist ein **Informationsstrom** erforderlich. Der Informationsstrom geht von den Kunden (als den Abnehmern der Waren) aus und reicht über das eigene Unternehmen bis zu den Lieferanten.

### 3 Inventar aus der Inventur ableiten

Die Inventur erfasst die tatsächlich vorhandenen Vermögensteile und Schulden des Einzelhandelsbetriebs. Die Ergebnisse der Inventur werden im Inventar festgehalten.

➔ Zum Ablauf der Inventur und zu den Inventurverfahren siehe S. 90 f.

Das **Inventar** ist das **wertmäßige Ergebnis** der Inventur.

Das Inventar besteht aus drei Teilen: dem **Vermögen**, den **Schulden** und dem **Reinvermögen (Eigenkapital)**.

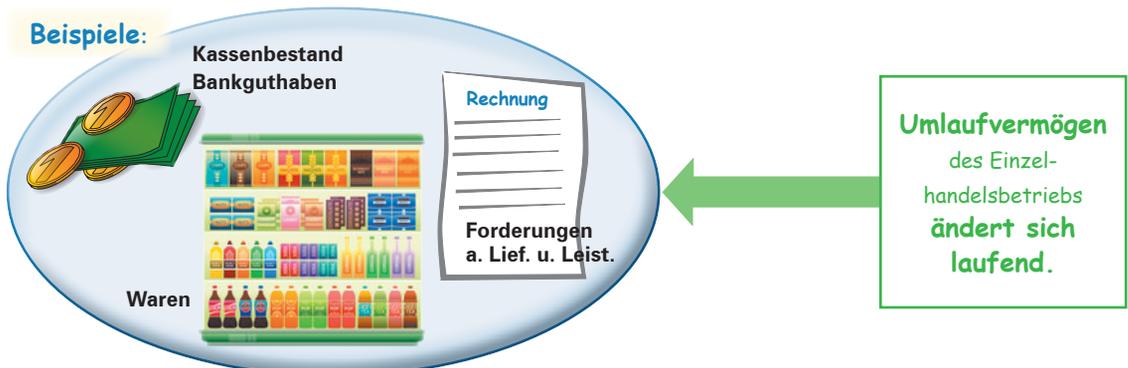
- Das **Vermögen** gibt Aufschluss darüber, welche Gegenstände in einem Unternehmen vorhanden sind. Man unterscheidet zwischen Anlage- und Umlaufvermögen.
- Zum **Anlagevermögen** gehören alle Vermögensposten, die dazu bestimmt sind, dem Unternehmen langfristig zu dienen. Sie bilden die Grundlage für die Betriebsbereitschaft.

Beispiele:



- Zum **Umlaufvermögen** zählen alle Vermögensposten, die sich durch die Geschäftstätigkeit laufend verändern.

Beispiele:



- **Schulden** (Verbindlichkeiten) stellen Fremdkapital dar, das Dritte dem Unternehmen zur Verfügung stellen. Sie werden z.B. nach der Art der Schuld gegliedert (z.B. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten, Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen).

Um das **Reinvermögen** (Eigenkapital) zu ermitteln, werden die Schulden vom gesamten Vermögen subtrahiert.



# Extra-Tour: Einführung in die Buchführung



## 1 Von der Bilanz zu den Konten

Im Kapitel 7 wurde dargestellt, dass jeder Geschäftsfall die Bilanz verändert, d. h., nach jedem Geschäftsfall müsste eine neue Bilanz erstellt werden. Dies ist nicht erforderlich, wenn die **Geschäftsfälle** zunächst außerhalb der Bilanz **auf Konten** in der Buchführung erfasst werden. Dazu wird für **jeden Vermögens- und Schuldposten** ein Konto eingerichtet.

- Da das **Vermögen** auf der **Aktivseite** der Bilanz steht, nennt man Vermögenskonten **Aktivkonten**.
- Die **Schuldkonten** und das **Eigenkapital** stehen auf der **Passivseite der Bilanz**. Man nennt diese Konten **Passivkonten**.
- Die Aktiv- und Passivkonten bilden die Gruppe der **Bestandskonten**, da sie jeweils Werte aufweisen, z. B. Kassenbestand 2000,00 EUR; Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen 25800,00 EUR.

## 2 Buchungen auf Aktivkonten

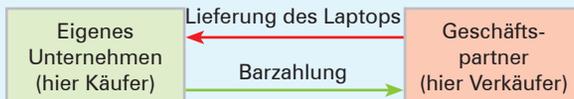


### 2.1 Standpunkt für die Erfassung von Geschäftsfällen

Ein Geschäftsfall kann immer von zwei Seiten aus betrachtet werden.

#### Beispiel:

Wir kaufen einen Laptop bar



Auf der einen Seite haben wir den Käufer, auf der anderen Seite den Verkäufer. Es taucht daher die Frage auf, ob der Geschäftsfall aus Sicht des Käufers oder aus Sicht des Verkäufers erfasst werden soll.

Versetzt man sich in die Rolle eines Einzelhändlers, werden **alle Geschäftsfälle** aus Sicht des **eigenen Einzelhandelsbetriebs** betrachtet. Wie der Geschäftsfall bei dem Geschäftspartner zu buchen ist, interessiert aufgrund dieser Vereinbarung nicht.

#### Beispiele:

- Kauf von Waren bar → d. h. „Wir kaufen Waren bar.“
- Banküberweisung eines Kunden → d. h. „Der Kunde überweist uns einen Rechnungsbetrag.“
- Zahlung einer Liefererrechnung durch Banküberweisung → d. h. „Wir zahlen eine Liefererrechnung durch Banküberweisung.“

## Preispolitische Maßnahmen vorbereiten und durchführen



### 1 Einflüsse auf die Preispolitik der Einzelhandelsbetriebe kennen

Ein zentrales **Problem der Preispolitik** ist, welche **Einflussgrößen** der Einzelhandelsbetrieb bei der **Festlegung eines Preises** berücksichtigen soll. Diese Frage stellt sich einem Möbelhaus, das z. B. eine Küche im Wert von 28 000,00 EUR verkauft, ebenso wie einem Einzelhändler, der den Preis für eine Zahnbürste festlegen muss und sich für 1,20 EUR entscheidet.

**Preispolitik** ist das **Bestimmen des Verkaufspreises**.

#### 1.1 Einflussgrößen auf die Festlegung der Verkaufspreise

Der **Verkaufspreis** ist der am Markt **erzielbare Preis**. Es ist kein einheitlicher Preis, denn: Jeder Einzelhandelsbetrieb versucht, seine Preisvorstellung am Markt durchzusetzen.

Bei der Festlegung seiner Verkaufspreise ist der Einzelhandelsbetrieb von mehreren Einflussgrößen abhängig.

Der **Verkaufspreis** für eine Ware kann sich von **Tag zu Tag ändern**.

#### Einflussgrößen der Preisgestaltung





## 1 Auf das Kaufverhalten besonderer Kundengruppen situations- und fachgerecht reagieren

Jede Verkaufskraft weiß aus eigener Erfahrung, dass sich die Kunden in ihren Verhaltensweisen stark unterscheiden. Sie müssen jeweils individuell bedient werden. Beobachtungen und Erfahrungen haben jedoch gezeigt, dass es für bestimmtes Kundenverhalten allgemeine Regeln gibt, die es im Verkaufsgespräch zu beachten gilt.

Marktforschungen haben ergeben, dass die Verhaltensweisen der Kunden untergliedert werden können in **spezielle Kundengruppen** und in **Kundentypen**.

- Bei speziellen Kundengruppen lässt sich ein ähnliches Kaufverhalten feststellen. Spezielle Kundengruppen sind z. B. Kinder und Jugendliche, Senioren, gesundheits- und umweltbewusste Kunden.
- Ein ähnliches Kaufverhalten lässt sich auch aus den persönlichen Eigenschaften von Kunden ableiten. Man spricht dann von Kundentypen. Kundentypen sind z. B. der sachverständige, der sparsame, der preisorientierte oder der unentschlossene Kunde.

Neben den genannten Kundentypen wird noch der **misstrauische**, der **überhebliche (rechthaberische)**, **gesprächige** oder der **bequemlichkeitsorientierte (Convenience-Konsumtyp)** unterschieden.

**Convenience:** Bequemlichkeit.



Erkenntnisse über das typische Kaufverhalten spezieller Kundengruppen und Kundentypen dienen dem Verkäufer als **Orientierungshilfe** für das persönliche Beratungsgespräch. Der Verkäufer muss sich jedoch immer darauf einstellen, dass jedes Verkaufsgespräch je nach Situation individuell verläuft.

### 1.1 Kinder und Jugendliche als Käufer

#### (1) Stufen der Geschäftsfähigkeit

<b>Geschäftsunfähigkeit</b> (0- bis 6-Jährige)	Kinder unter 7 Jahren sind geschäftsunfähig. Sie dürfen nur Botengänge für die Eltern machen.
<b>Beschränkte Geschäftsfähigkeit</b> (7- bis 17-Jährige)	Ein Kaufvertrag ist nur mit <b>Einwilligung</b> der Eltern unmittelbar rechtswirksam. Die Zustimmung der Eltern zu einem Kauf kann nachträglich erfolgen ( <b>Genehmigung</b> ). Bis zur Genehmigung ist der Kaufvertrag <b>schwebend unwirksam</b> . Wird die Genehmigung nicht erteilt, muss der Verkäufer die Ware (auch beschädigt) zurücknehmen. <b>Ausnahme:</b> Ein Kauf ist rechtswirksam, wenn er mit <b>eigenen Mitteln</b> (Taschengeld) bezahlt wird.
<b>Volle Geschäftsfähigkeit</b> (18-Jährige)	Kaufverträge von Volljährigen sind rechtswirksam.

 Zu Einzelheiten  
siehe Band 1, Lernfeld 3.

## A

### **Abzahlungskauf (Ratenkauf)**

**[der, die Abzahlungskäufe]**

ein Produkt wird in Teilbeträgen abbezahlt

### **akustomagnetisch**

**Adjektiv (Wie-Wort)**

zusammengesetzt aus „akustisch“ und „magnetisch“

akustisch = etwas hören, magnetisch = aneinanderhaftend wie ein Magnet

### **Anfrage**

**[die, die Anfragen]**

Geschäftsbrief, E-Mail, Telefonat oder ein persönliches Gespräch, es wird danach gefragt, ob und unter welchen Bedingungen die Ware zu kaufen ist, ein Kauf der angefragten Ware ist nicht notwendig

### **Angebot**

**[das, die Angebote]**

Geschäftsbrief, E-Mail, Telefonat oder ein persönliches Gespräch, es wird beschrieben, zu welchen Bedingungen die Ware verkauft wird

### **Annahmefrist**

**[die, die Annahmefristen]**

der Zeitraum für die Zusage

### **anonym**

**Adjektiv (Wie-Wort)**

ungenannt, ohne Namen

### **arglistig**

**Adjektiv (Wie-Wort)**

mit schlechten Absichten, hinterlistig, heimtückisch

### **Aufwendung**

**[die, die Aufwendungen]**

ein Betrag, der bezahlt wird; Aufwendungen mindern das Eigenkapital; in der Alltagssprache: die Ausgabe, die Auslage, die Kosten

## B

### **B2B-Bereich**

**[der, die B2B-Bereiche]**

aus dem Englischen: Business to Business, also: direkt von Unternehmen zu Unternehmen, z. B. von einem Großhandelsunternehmen zu einem Einzelhandelsunternehmen

### **Beleg, Eigenbeleg, Fremdbeleg**

**[der, die Belege]**

ein Nachweis für Ausgaben oder Zahlungen, ein Eigenbeleg wird selber erstellt, ein Fremdbeleg von anderen

Beispiele: die Eingangsrechnung, die Ausgangsrechnung, der Bankbeleg

### **Berufsgenossenschaft**

**[die, die Berufsgenossenschaften]**

Organisation, in der Betriebe Mitglied sein müssen, um die gesetzliche Unfallversicherung zu bezahlen, übernimmt den Versicherungsschutz bei Arbeitsunfällen, Wegeunfällen und Berufskrankheiten

### **Beschaffungsplanung**

**[die, die Beschaffungsplanungen]**

Überlegungen zum Einkaufen von Ware unter bestimmten Fragestellungen

### **Besorgungskauf**

**[der, die Besorgungskäufe]**

ein Einkauf für eine andere Person nach deren Angaben

### **Bestellmenge**

**[die, die Bestellmengen]**

die Anzahl der Waren, die bestellt werden sollen

### **Bestellpunktverfahren**

**[das, die Bestellpunktverfahren]**

wenn von einer Ware eine festgelegte Anzahl (Meldebestand) vorhanden ist, wird neue Ware bestellt

### **Bestellrhythmusverfahren**

**[das, die Bestellrhythmusverfahren]**

eine bestimmte Ware wird regelmäßig bestellt (von der Rhythmus = hier: regelmäßige Wiederholung)

### **Bezugsquelle**

**[die, die Bezugsquellen]**

eine Möglichkeit zum Einkauf von Ware (von der Bezug = hier: Einkauf, die Quelle = hier: der Herkunftsort)

### **Bezugsquellendatei**

**[die, die Bezugsquellendateien]**

das Dokument auf dem PC mit allen Informationen zu den Einkaufsmöglichkeiten für die Ware