



Sabine Dietlmeier, Manuela Schmidt

Sicher vorbereiten und bestehen

Prüfungsvorbereitung zur Abschlussprüfung
Verkäuferin/Verkäufer und
Kauffrau/Kaufmann im Einzelhandel, Teil 2

5. Auflage

Die in diesem Produkt gemachten Angaben zu Unternehmen (Namen, Internet- und E-Mail-Adressen, Handelsregistereintragungen, Bankverbindungen, Steuer-, Telefon- und Faxnummern und alle weiteren Angaben) sind i. d. R. fiktiv, d. h., sie stehen in keinem Zusammenhang mit einem real existierenden Unternehmen in der dargestellten oder einer ähnlichen Form. Dies gilt auch für alle Kunden, Lieferanten und sonstigen Geschäftspartner der Unternehmen wie z. B. Kreditinstitute, Versicherungsunternehmen und andere Dienstleistungsunternehmen. Ausschließlich zum Zwecke der Authentizität werden die Namen real existierender Unternehmen und z. B. im Fall von Kreditinstituten auch deren IBANs und BICs verwendet.

© 2024 Westermann Berufliche Bildung GmbH, Ettore-Bugatti-Straße 6–14, 51149 Köln
www.westermann.de

Das Werk und seine Teile sind urheberrechtlich geschützt. Jede Nutzung in anderen als den gesetzlich zugelassenen bzw. vertraglich zugestanden Fällen bedarf der vorherigen schriftlichen Einwilligung des Verlages. Nähere Informationen zur vertraglich gestatteten Anzahl von Kopien finden Sie auf www.schulbuchkopie.de.

Für Verweise (Links) auf Internet-Adressen gilt folgender Haftungshinweis: Trotz sorgfältiger inhaltlicher Kontrolle wird die Haftung für die Inhalte der externen Seiten ausgeschlossen. Für den Inhalt dieser externen Seiten sind ausschließlich deren Betreiber verantwortlich. Sollten Sie daher auf kostenpflichtige, illegale oder anstößige Inhalte treffen, so bedauern wir dies ausdrücklich und bitten Sie, uns umgehend per E-Mail davon in Kenntnis zu setzen, damit beim Nachdruck der Verweis gelöscht wird.

Druck und Bindung:
Westermann Druck GmbH, Georg-Westermann-Allee 66, 38104 Braunschweig

ISBN 978-3-427-27399-8

Ohne „Sicher vorbereiten und bestehen“ kann viel passieren, mit „Sicher vorbereiten und bestehen“ können Sie viel erreichen.

Sie haben es bald geschafft! Es liegen nun bis zu drei Jahre Ausbildungszeit hinter Ihnen und der letzte schriftliche Prüfungsteil steht vor der Tür. Doch wo anfangen und wo aufhören?

Vieles von dem, was Sie bislang gelernt haben, ist schon viel zu lange her. Und was kommt überhaupt im letzten schriftlichen Prüfungsfach dran?

Häufig tauchen Fragen zur Wertung der Prüfungsteile sowie zum Bestehen auf: Ich habe doch schon den ersten Teil bestanden. Kann ich eigentlich noch durch die Abschlussprüfung fallen? Welches Gesamtergebnis kann ich, ausgehend von den Punkten, im ersten Prüfungsteil noch erreichen? Lesen Sie selbst!

Was kommt dran?

Das Themengebiet „Geschäftsprozesse im Einzelhandel“ deckt die Lerninhalte aller drei Ausbildungsjahre, d. h. die Lernfelder 1 bis 14 im Rahmen von offenen Fragen ab. Grundlage des letzten schriftlichen Prüfungsteils ist der AKA-Katalog. Im AKA-Katalog sind einzelne Fragenkomplexe aufgeführt, die den Stoff der Berufsschule unabhängig von Lernfeld und Ausbildungsjahr aufgreifen. Die Themenbereiche des AKA-Katalogs finden Sie in unserem Prüfungsband in der Kopfzeile. Die Prüfungsgebiete stehen links, die Fragenkomplexe dazu rechts. Damit Sie bei der Bearbeitung erkennen, wann ein neuer Themenbereich beginnt, haben wir die Aufgabenummerierung jeweils von vorne beginnen lassen.

Zu jedem Fragenkomplex dieses Prüfungskatalogs finden Sie Aufgaben, Lösungen und ausführliche Erläuterungen. Alles das, was in der Prüfung an die Reihe kommen kann, wird in vorliegendem Prüfungsbuch abgedeckt.

Wann bestehe ich die Abschlussprüfung?

Die erste Hürde zum Bestehen der Prüfung haben Sie bereits mit dem ersten Prüfungsteil genommen. Die schriftliche Prüfung „Geschäftsprozesse im Einzelhandel“ sowie das Fachgespräch in der Wahlqualifikation sind Sperrfächer und müssen beide mit einem ausreichenden Ergebnis bestanden werden. Auch muss der erste Teil der Abschlussprüfung bzw. die Verkäuferprüfung mit mindestens „ausreichend“ bestanden worden sein.

Welches Gesamtergebnis kann ich noch erreichen?

Im letzten Teil Ihrer Abschlussprüfung ist vieles möglich. In der folgenden Übersicht stellen wir Ihnen die Gewichtung der Prüfungsteile vor. „Spielen“ Sie mit der Tabelle, tragen Sie Ihre eigenen Prüfungsergebnisse ein und schauen Sie, was möglich ist.

Berechnungsschema:

Prüfungsgebiet	Gewichtung	Beispiel		Eigenes Ergebnis
Verkauf und Werbemaßnahmen	15 %	80 Punkte	12,0 P	
Warenwirtschaft und Kalkulation	10 %	70 Punkte	7,0 P	
Wirtschafts- und Sozialkunde	10 %	60 Punkte	6,0 P	
Teil 1	35 %	25,0 P		
Geschäftsprozesse im Einzelhandel	25 %	90 Punkte	22,5 P	
Fachgespräche in der Wahlqualifikation	40 %	90 Punkte	36,0 P	
Teil 2	65 %	58,5 P		
Gesamtergebnis	100 %	83,5 P		

IHK-Punkteschema					
Note 1	Note 2	Note 3	Note 4	Note 5	Note 6
100–92	91–81	80–67	66–50	49–30	29–0

Viele Auszubildende unterschätzen den ersten Teil der Abschlussprüfung. So passiert es sehr häufig, dass auch die Prüfungsergebnisse dieses Prüfungsteils entsprechend ausfallen.

Nutzen Sie Ihre zweite Chance im zweiten Teil der Abschlussprüfung Kauffrau/Kaufmann im Einzelhandel. Sie sehen, mit einer Gewichtung von 65 % ist zum Ende hin noch ganz viel möglich.

Ihre Autorinnen
Sabine Dietlmeier
Manuela Schmidt

Vorwort	3
Prüfungsgebiet Organisation, Leistungen und Aufgaben; Optimierungsmöglichkeiten an den Schnittstellen	
Organisation, Leistungen und Aufgaben entlang der Wertschöpfungskette des Ausbildungsbetriebes darstellen	5
Ein Einzelhandelsunternehmen leiten und entwickeln	9
Optimierungsmöglichkeiten an den Schnittstellen zu Lieferanten und Herstellfirmen aus Sicht des Verkaufs begründen	29
Prüfungsgebiet Kernprozesse des Einzelhandels, unterstützende Prozesse	
Einkauf, Sortimentsgestaltung, logistische Prozesse und Verkauf als Kernprozesse des Einzelhandels in die Wertschöpfungskette einordnen, Wechselwirkungen begründen, Zusammenhänge und Schnittstellen beurteilen, Schwachstellen und Fehlerquellen herausarbeiten und Verbesserungen zur Prozessgestaltung vorschlagen	41
Die unterstützenden Prozesse, Rechnungswesen, Personalwirtschaft, Marketing, IT-Anwendungen und warenwirtschaftliche Analysen im eigenen Arbeitsbereich nutzen und Vorschläge zur Optimierung der Zusammenarbeit machen	73
Prüfungsgebiet Aufgaben des Controllings	
Das betriebliche Controlling als Informations- und Steuerungsinstrument unterstützen und Ergebnisse des Controllings nutzen	123
Prüfungsgebiet Qualitätssichernde Maßnahmen, Nachhaltigkeit	
Qualitätssichernde Maßnahmen entwickeln und durchführen; zur Umsetzung betrieblicher Nachhaltigkeitsziele beitragen.	129
 Bildquellenverzeichnis	 145
Sachwortverzeichnis	146

1. Aufgabe

Situation

Die Aufgaben, Organisation und die Leistungen eines Einzelhandelsbetriebes können entlang der Wertschöpfungskette dargestellt werden.

1.1 Was versteht man unter einer Wertschöpfungskette?

1.2 Beschreiben Sie an einem Beispiel Ihrer Wahl die Einbindung des Einzelhandels in den Wertschöpfungsprozess.

2. Aufgabe

Situation

Die Geschäftsführerin Eva Fürst konzentriert sich in ihren Bemühungen, den Gewinn des Unternehmens zu steigern, auf die Kernprozesse Warenbeschaffung, Warenbereitstellung und den Warenabsatz.

2.1 Wodurch unterscheidet sich die betriebliche Warenbeschaffung der Einkaufsabteilung der ALL IN ONE GmbH vom Einkaufsverhalten der Kundinnen und Kunden?

2.2 Worauf muss die ALL IN ONE GmbH bei der Warenbereitstellung achten?

2.3 Welche Maßnahmen stehen der Marketingabteilung des Warenhauses zur Verfügung, um den Warenabsatz zu steigern?

3. Aufgabe

Situation

Frau Fürst beauftragt Sie, die Leistungen des Einzelhandels im Rahmen der Gesamtwirtschaft am Beispiel des Warenhauses ALL IN ONE GmbH zu beschreiben.

3.1 Nennen Sie drei Leistungen/Aufgaben, die das Einzelhandelsunternehmen für Kundinnen und Kunden und Endverbraucher/-innen erbringt.

- ---

- ---

- ---

3.2 Beschreiben Sie die Sortimentsbildungsfunktion am Beispiel der Lebensmittelabteilung des Warenhauses ALL IN ONE.

3.3 Die ALL IN ONE GmbH hat im vergangenen Jahr viel Geld in die Aufrechterhaltung und Pflege des Lagers investiert. Welche Aufgabe erfüllt die Lagerhaltung?

3.4 Welche Leistung erbringt das Warenhaus ALL IN ONE im Gegensatz zu entsprechenden Anbietern im Internet für seine Kundinnen und Kunden?

3.5 Welchen Vorteil bietet die ALL IN ONE GmbH bei der Warenverteilung im Vergleich zu Großhandel und Herstellfirmen?

3.6 ALL IN ONE kann durch große Kundennähe den Bedarf der Käufer/-innen erkennen und zielgerichtet einsetzen. Wie verwirklicht ALL IN ONE seine Markterschließungsfunktion auf der Beschaffungsseite sowie auf der Absatzseite?

Erläuterungen und Lösungen

1. Aufgabe

- 1.1 Der Begriff Wertschöpfungskette stammt ursprünglich aus der Managementlehre und fand vor allem für Industrieunternehmen (Produktionsbetriebe) Verwendung.
Die Wertschöpfungskette ist der Weg eines Produkts/einer Dienstleistung von den Herstellfirmen über den Lieferanten bis zu den Endverbraucher/-innen. Bei der Wertschöpfung ist das Ziel, den Wert z. B. eines Artikels von der Produktion bis zum Verkauf zu steigern.
- 1.2 Bei der Darstellung der Wertschöpfungskette sollten Sie sich auf Ihren Ausbildungsbetrieb beziehen, da Sie diesen am besten kennen und daher ausführlich beschreiben können.
Im Einzelhandel werden Waren entweder von der Herstellfirma oder vom Großhandelsunternehmen bezogen. So kauft ein Händler, z. B. Ware vom Landwirt. Der Lieferant bringt die Ware zum Händler. Dieser ist als letztes Glied in der Wertschöpfungskette dafür verantwortlich, die Ware verkaufsbereit zu machen und den Kundinnen und Kunden zum Verkauf anzubieten.

2. Aufgabe

- 2.1 Einzelhandelsunternehmen beschaffen die Waren in größeren Mengen direkt bei Herstellfirmen und Großhandelsunternehmen. Dieser Unterschied führt dazu, dass der Händler Waren günstiger beziehen kann, da Mengenrabatte erzielt werden bzw. Transportkosten reduziert werden.
- 2.2 Die Warenbereitstellung umfasst die Tätigkeiten des Wareneinkaufs, der Warenlagerung und des Warenverkaufs.
Die Aufgabe der Warenbereitstellung besteht darin, die richtige Ware in der richtigen Menge zur richtigen Zeit zur Verfügung zu stellen.
- 2.3 Direkt verkaufsfördernd sind alle Maßnahmen, die zusammengefasst als Marketingmaßnahmen bezeichnet werden. Diese setzen sich zusammen aus: Kommunikationspolitik (z. B. Absatzwerbung, Warenpräsentation, Sales Promotion), Sortimentspolitik (z. B. Sortimentszusammenstellung und -anpassung), Preispolitik (z. B. Preisbildung und -aktionen) sowie Servicepolitik (z. B. Entwicklung von Servicekonzepten).

3. Aufgabe

- 3.1 Die eigentliche Aufgabe des Einzelhandelsunternehmens ist es, den Kundinnen und Kunden Waren und Dienstleistungen anzubieten. Daraus lassen sich die Unteraufgaben des Einzelhandels ableiten:
Sortimentsbildung, Lagerhaltung (Raumüberbrückung, Mengenausgleich), Beratung und Service, Logistik (Warenverteilung), Markterschließung (Beschaffungs- und Absatzseite).
- 3.2 Die Sortimentsbildung befasst sich mit der Gestaltung eines verbrauchergerechten Sortiments, also der Bereitstellung von Waren und Dienstleistungen.
Die Lebensmittelabteilung hat die Aufgabe, die Waren und Dienstleistungen zur Verfügung zu stellen, die Kundinnen und Kunden benötigen, d. h. sie muss sowohl Nahrungsmittel und Getränke, aber auch Serviceleistungen wie die Auslieferung von Waren oder die Gestaltung von Geschenkkörben sicherstellen.
- 3.3 Die Aufgabe der Lagerhaltung ist es, die Verkaufsbereitschaft des Einzelhandelsunternehmens durch richtige Warenvorratshaltung und -pflege sicherzustellen.
- 3.4 Der stationäre Einzelhandel bietet im Gegensatz zum Internet Beratung und Service. Die Erklärung eines Produkts bzw. das Aufzeigen von Verwendungsmöglichkeiten ist der größte Service, der Kundinnen und Kunden angeboten wird.
- 3.5 Der Einzelhandel übernimmt die Aufgabe, Waren auch in kleineren Mengen an Endverbraucher/-innen zu verkaufen, so ist es Kundinnen und Kunden z. B. auch möglich, nur eine Zwiebel und nicht einen 10-kg-Sack zu kaufen.
- 3.6 Auf der Beschaffungsseite gibt der Handel die Bedürfnisse seiner Kundinnen und Kunden an die Herstellfirmen durch Bestellungen weiter. Auf der Absatzseite ist der Handel derjenige, der die Herstellfirmen bei der Produkteinführung durch Verkaufsmaßnahmen unterstützt, z. B. plant der Handel zur Neueinführung einer Marke eine Aktionsplatzierung mit Verkostung und er bewirbt die Marke im aktuellen Werbeflyer.

11. Aufgabe

Situation

Das Warenhaus ALL IN ONE GmbH befindet sich in einer Unternehmenskrise.

11.1 Nennen vier Sie mögliche Anzeichen, die im Unternehmen rechtzeitig erkennen lassen, dass sich eine Unternehmenskrise anbahnt.

- _____
- _____
- _____
- _____

11.2 Benennen Sie je nach Art verschiedene praktische Ursachen für eine Unternehmenskrise (zwei Nennungen je Art).

Art	Ursachen
Finanzielle Ursachen	
Personelle Ursachen	
Sachliche Ursachen	
Organisatorische Ursachen	

Fortführung der Situation

Um die Krise zu überwinden, leitet die Geschäftsführung verschiedene Maßnahmen ein.

11.3 Beschreiben Sie kurz zwei unterschiedliche Maßnahmen, die ergriffen werden können, um das Unternehmen zu sanieren.

- _____
- _____

11.4 Zur Gesundung des Unternehmens ist die Hilfe der Gläubiger nötig. Es wird ein Vergleich vereinbart. Erklären Sie die folgenden Begriffe:

Art	Ursachen
Stundungsvergleich	
Erlassvergleich	

11.5 Begründen Sie, welche Art des Vergleichs die ALL IN ONE GmbH bevorzugen sollte.

Fortführung der Situation

Trotz aller Bemühungen droht ein Insolvenzverfahren.

11.6 Was bedeutet der Begriff „Insolvenz“?

11.7 Beschreiben Sie kurz, was bei der Durchführung eines Insolvenzverfahrens geschieht. Beachten Sie drei wesentliche Gesichtspunkte.

11.8 Wer kann ein Insolvenzverfahren beantragen? Nennen Sie zwei Möglichkeiten.

- _____
- _____

11.9 Was sollte ein Gläubiger unverzüglich tun, wenn er von der Eröffnung eines Insolvenzverfahrens gegen einen seiner Schuldner erfährt? Begründung.

13. Aufgabe

Situation

Die Organisation des Warenhauses ALL IN ONE GmbH entnehmen Sie dem abgebildeten Organigramm.



13.1 Beschreiben Sie vier Gesichtspunkte, die Sie dem Organigramm der ALL IN ONE GmbH entnehmen können, und führen Sie je ein Beispiel an.

- _____
- _____
- _____
- _____

13.2 Die Leiterin eines Warenbereiches beschwert sich bei der Geschäftsführung: „Frau Oked, die Marketingleiterin, gibt mir Anweisungen zu meiner Warenpräsentation!“ Beurteilen Sie die Sachlage aufgrund des Organigramms.

14. Aufgabe

Situation

Die Geschäftsführung kann nicht alle im Unternehmen anfallenden Rechtsgeschäfte selbst durchführen. Daher haben verschiedene Beschäftigte Vollmachten.

14.1 Benennen Sie die Art der Handlungsvollmacht der folgenden Situationen und geben Sie an, welches Kürzel vor der Unterschrift die Art der Vollmacht kennzeichnet.

Situation	Art der Vollmacht	Unterschrift
14.1.1 Der Filialleiter der Filiale BIO IN ONE Max Roth führt die Filiale in alleiniger Verantwortung.	_____	_____
14.1.2 Der Auszubildende Timo Lug holt bei der Bank Wechselgeldrollen ab.	_____	_____
14.1.3 Die Angestellte Fr. Müller ist an den Kassen des Warenhauses ALL IN ONE GmbH eingesetzt.	_____	_____

14.2 Wie wird die Handlungsvollmacht erteilt?

Fortführung der Situation

Frau Kern ist Leiterin der Hauptabteilung Rechnungswesen und erhält Prokura.

14.3 Beschreiben Sie unter Nennung eines Beispiels zwei Arten von Rechtsgeschäften, die Frau Kern im Namen der ALL IN ONE GmbH tätigen darf.

- _____
- _____

14.4 Wodurch wird die Erteilung der Prokura an Frau Kern rechtswirksam?

14.5 Wie macht Frau Kern die Prokura in ihrer Unterschrift kenntlich?

Erläuterungen und Lösungen

17. Aufgabe

Der Kalkulationsabschlag ist ein Prozentsatz, der vom Bruttoverkaufspreis (rückwärts) den Handlungskostenzuschlagssatz, den Gewinnzuschlagssatz und den Umsatzsteuerersatz zusammenfasst. Multipliziert man den Bruttoverkaufspreis mit dem Kalkulationsabschlag, erhält man den Eurowert für Handlungskosten, Gewinn und Umsatzsteuer in einem Rechengang. Um den Bezugspreis zu erhalten, wird der errechnete Kalkulationsabschlag vom Bruttoverkaufspreis abgezogen. Damit wird die Rückwärtskalkulation verkürzt.

Kalkulationsabschlag in EUR

$$KA = BVP \times KA (\%)$$

Kalkulationsabschlag in %

$$KA = \frac{(BVP - BP) \times 100}{BVP}$$

17.1 Berechnung des Kalkulationsabschlagsatzes:

<u>Gesamtrechnung:</u>		<u>Stückrechnung</u>	
Bezugspreis	342,00 EUR	Listeneinzelpreis	19,00 EUR
+ Handlungskosten 75 %	+ 256,50 EUR	- Rabatt 10%	1,90 EUR
= Selbstkostenpreis	598,50 EUR	= Bezugspreis	17,10 EUR
+ Gewinn 9,5 %	+ 56,86 EUR	+ Handlungskosten	12,83 EUR
= Nettoverkaufspreis	655,36 EUR	= Selbstkostenpreis	29,93 EUR
+ Umsatzsteuer 19 %	+ 124,52 EUR	+ Gewinn	2,84 EUR
= Bruttoverkaufspreis	779,88 EUR	= Nettoverkaufspreis	32,77 EUR
		+ Umsatzsteuer	6,23 EUR
		= Bruttoverkaufspreis	39,00 EUR

$$KA = \frac{(BVP - BP) \times 100}{BVP} = \frac{(779,88 \text{ EUR} - 342,00 \text{ EUR}) \cdot 100}{779,88 \text{ EUR}} = \underline{\underline{56,15\%}}$$

17.2 Berechnung des Bezugspreises:

KA in EUR = BVP x KA (in %) = 319,90 EUR · 56 % = 179,14 EUR
 BP = BVP - KA

Bruttoverkaufspreis	319,90 EUR
- Kalkulationsabschlag	- 179,14 EUR
<u>Bezugspreis</u>	<u>140,76 EUR</u>

18. Aufgabe

Die Handelsspanne beinhaltet den Gewinnzuschlag und die Handlungskosten. Die Handelsspanne wird in der Nachkalkulation aus der Gewinn- und Verlustrechnung ermittelt. In Euro ist sie die Differenz aus den Umsatzerlösen (netto) und dem Wareneinsatz (netto), also der Rohgewinn.

Handelsspanne in EUR

$$HSP = NVP - BP$$

Handelsspanne in %

$$HSP = \frac{(NVP - BP) \times 100}{NVP} \quad HS = \frac{(\text{Umsatzerlöse*} - \text{Wareneinsatz}) \cdot 100}{\text{Umsatzerlöse*}}$$

*netto (!)

18.1 Definition Handelsspanne: Die Handelsspanne ist die Differenz zwischen dem Nettoverkaufspreis und dem Bezugspreis. Weil sie Gewinn und Handlungskosten enthält, legt sie nur den Rohgewinn, nicht aber den tatsächlichen Reingewinn offen!

18.2 Berechnung der Handelsspanne:

<u>Nebenrechnung:</u>			
Nettoverkaufspreis	6.510,00 EUR	↑	7.746,90 - 1.236,90
+ Umsatzsteuer 19 %	+ 1.236,90 EUR		7.746,90 · 19
Bruttoverkaufspreis	7.746,90 EUR		119

$$HSP = \frac{(NVP - BP) \times 100}{NVP} = \frac{(6.510,00 \text{ EUR} - 4.000,00 \text{ EUR}) \cdot 100}{6.510,00 \text{ EUR}} = \underline{\underline{38,56\%}}$$

Die Handelsspanne wurde nicht erreicht:
 Von den geplanten 42,89% wurden nur 38,56% erzielt.

18.3 Berechnung des Bezugspreises:

Rückwärts kalkuliert:	= Bezugspreis	14,85 EUR	↑
	- Handelsspanne 29 %	6,07 EUR	
	= Nettoverkaufspreis	20,92 EUR	
	- Umsatzsteuer 19 %	3,98 EUR	
	= Bruttoverkaufspreis neu	24,90 EUR	
	- Angebotsreduzierung	5,00 EUR	
	geplanter Bruttoverkaufspreis	29,90 EUR	

Bildquellenverzeichnis

Europäische Kommission, Berlin: 43.1.

fotolia.com, New York: arahan 38.1, 38.2; Pekka Jaakkola 12.1, 12.2; Simsek, Emir 28.1, 28.3; Spencer 58.3, 58.4, 58.5, 58.6, 58.7.

Getty Images (RF), München: Hispanolistic Titel, Titel, Titel; mikimad 1.1.

DTP-Schriftsatz Holtmanns, Krefeld: 31.1, 32.1, 33.1, 34.1, 64.1, 64.2, 67.2.

Picture-Alliance GmbH, Frankfurt a.M.: dpa-infografik 72.1.

Shutterstock.com, New York: The Art of Pics 69.1.

stock.adobe.com, Dublin: EdNurg 71.1; fandi 28.5, 28.6; guuka 39.1; Haselmayer, Corinna 67.3; kaninstudio 51.1; krissikunterbunt 28.2; nsdpower 1.2; phonlamaiphoto 74.1; Reitz-Hofmann, Birgit 36.1; Spencer 58.1, 58.2; Syda Productions 74.2; Wylezich, Bjoern 67.1; zhaluldesign 28.4.

Sachwortverzeichnis

- A**
- Ablauf der Inventur 132
 - Absatzrisiko 69
 - Abschreibung 81
 - Abschreibungsmethoden 81
 - Abschreibungsprozentsatz 81
 - Abschriften 66, 135
 - AfA-Tabelle 81
 - AGB 35
 - Allgemeine Geschäftsbedingungen 36
 - Anfrage 52
 - Angebotsvergleich 53, 54
 - Anpreisungen 52
 - Anschaffungskosten 79
 - Anschaffungsnebenkosten 79
 - Anschaffungspreis 80
 - Anschaffungspreisminderungen 80
 - Artikel 42
 - Artikelstammdatei 44
 - Artikelstatistik 65
 - Aufbauorganisation 26
 - Auftragsbestätigung 55, 56
 - Aufwand 85
 - Ausbildung 104
 - Ausbildungspflicht 102
 - Ausbildungsvertrag 101
 - autoritärer Führungsstil 106
- B**
- Bareinkaufspreis 88
 - Berufsschulpflicht 102
 - Bestandsabweichungen 65, 142
 - Bestellkosten 48
 - Bestellmenge 45, 130
 - Bestellmengenplanung 47, 49
 - Bestellpunktverfahren 64
 - Bestellrhythmusverfahren 64
 - Bestellung 56
 - Bestellvorschlag 47
 - Bestellzeitpunkt 49, 63
 - Beteiligungsfinanzierung 20
 - Betriebsergebnis 77, 95
 - Beurteilungsfehler 106
 - Beweislast 40
 - Bewerbungsunterlagen 101
 - Bezugskalkulation 87
 - Bezugskosten 88
 - Bezugspreis 88
 - Bezugsquellen 51
 - Bezugsquellenermittlung 51
 - Bilanz 78
 - Branchensoftware 73
 - Bruttogehalt 107
 - Bruttoverkaufspreis 88
 - Buchwert 82
- C**
- computergestützten Warenwirtschaftssystem 73
 - Convenience-Store 42
- D**
- Datenerfassung 73
 - Datenkassen 73
 - Datenquellen 137
 - Datenschutz 75
 - Datensicherung 75
 - Deckungsbeitrag 95, 96
 - Deckungsbeitragsrechnung 96
 - Diebstahl 61
 - Differenzkalkulation 90
 - Differenzierung 41
 - Distributionspolitik 112
- E**
- effektiver Zinssatz 23
 - Eigenlagerung 139
 - Einkaufsbedarf 46
 - Einkaufs- bzw. Bezugskalkulation 88
 - Einlagenfinanzierung 20
 - Einzelunternehmung 13
 - eiserner Bestand 63
 - Elektronisches Regalpreissystem 67, 68
 - elektronische Waagen 73
 - Erlassvergleich 21
 - Ersatzlieferung 38
 - EU-Ökosiegel 43
 - externe Personalbeschaffung 101
 - externes Rechnungswesen 77
- F**
- Fachgeschäft 42
 - Feedbackgespräch 104
 - Fehlbestände 141
 - Fehlverkäufe 44
 - Finanzbuchhaltung 78
 - Finanzierungsmöglichkeiten 13
 - Finanzierungsregel 23
 - Firmenausschließlichkeit 11
 - Firmengrundsätze 11
 - Firmenklarheit 11
 - Firmenöffentlichkeit 11
 - Firmenzusatz 13
 - First in – first out 59
 - fixe Kosten 85
 - Diversifikation 41
 - durchschnittliche Lagerdauer 65, 66
- G**
- Garantie 39
 - gebundenes Kapital 66
 - Gehaltsabrechnung 107, 109
 - gerichtliches Mahnverfahren 34, 35, 36
 - geringwertiges Wirtschaftsgut 83
 - Gesamtdeckungsbeitrag 95
 - Gesellschaft mit beschränkter Haftung 20
 - Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb 68
 - Gesprächsdurchführung 104
 - Gesprächsvorbereitung 104
 - Gewährleistungsfrist 39, 40
 - Gewinn 88
 - Gewinnspanne 90
 - Gewinn- und Verlustrechnung 77, 78, 127
 - GmbH 19
- H**
- Haftpflicht 102
 - Handelskauf 38
 - Flächenproduktivität 97, 124
 - Formkaufmann 12
 - Formvorschriften 101
 - Fortbildung 104
 - Frachtbrief 57
 - Franchise-Konzept 69
 - Freizeichnungsklauseln 54
 - Fremdfinanzierung 20
 - Fremdlagerung 139
 - Führungsstil 105, 106
 - Funktionalität der Lagerhaltung 61
 - Fürsorgepflicht 102
- I**
- Informationsquellen 45
 - Insolvenzplan 22
 - Insolvenzverfahren 21, 22
 - interne Personalbeschaffung 101
 - internes Rechnungswesen 77
 - Inventur 131
 - Inventuraufnahmeliste 131
 - Inventurdifferenzen 133
 - Inventurwert 133
 - Istkaufmann 12
 - Handelsregister 13, 14
 - Handelsregisterauszug 17
 - Handelsspanne 127
 - Handlungskosten 85, 88
 - Hierarchien 26
 - Höchstbestand 50, 63, 64
- J**
- Jahresabschluss 77
- K**
- Kalkulationsabschlag 93
 - Kalkulationsfaktor 91
 - Kalkulationsschema 88
 - Kalkulationszuschlag 91
 - kalkulatorische Kosten 66
 - Kannkaufmann 12
 - Kapitalbeschaffung 20
 - Kapitalbindungskosten 65, 66, 69, 70
 - Kassenpersonal 71
 - kaufmännischer Schriftverkehr 56
 - kaufmännisches Mahnverfahren 36
 - Kaufmannseigenschaft 11
 - Kaufvertrag 51, 55
 - Kernprozesse 5
 - Kirchensteuer 107
 - Kleingewerbetreibende 12
 - Kommanditgesellschaft 18
 - Kommissionär 70
 - Kommissionskauf 69, 70
 - Kontokorrentkredit 23
 - kooperativer/demokratischer Führungsstil 106
 - Kostenstellenrechnung 86
 - Kostenträgerrechnung 86
 - Kosten- und Leistungsrechnung 78, 85
 - Kundenkarten 97
 - Kundenproduktivität 124
 - kurzfristige Erfolgsrechnung 95
- L**
- Lagerbestände 137
 - Lagerdauer 126
 - Lagerfläche 61, 62
 - Lagerhaltung 62
 - Lagerkennzahlen 125
 - Lagerkosten 47, 48, 129, 137, 138
 - Lagerrisiko 129, 140
 - Lagerstatistik 63
 - Lagerumschlagshäufigkeit 65, 66, 126
 - Lagerzins 126
 - Lagerzinssatz 65, 66
 - Laissez-faire-Führungsstil 106
 - Last in – first out 59
 - Lastschriftverfahren 30

Sachwortverzeichnis

- Leasing 20
 Leistungspflicht 102
 Lernpflicht 102
 Lieferantenkredit 23
 Lieferschein 57
 Lieferungsverzug 31, 32
 Lieferzeit 64
 Limitrechnung 49, 50
 Limitreserve 49
 lineare Abschreibung 82
 Liquidation 22
 Listenpreis 88
 Lohnabrechnung 107
 Lohnsteuer 107
 Lohnsteuertabelle 107
- M**
- mangelhafte Lieferung 38
 Mängelrüge 38, 58
 Marketinginstrumente 111
 Markterschließungsfunktion 5
 Mehrbestand 134
 Meldebestand 50, 63, 64
 Mindestbestand 50, 63, 64, 134
 Mindesthaltbarkeitsdatum 135
 Mitarbeiterkompetenzen 101
 Mitarbeitermotivation 106
 Mitarbeiterproduktivität 124
 mobiles Datenerfassungsgerät 62, 74
 Motivation 105
- N**
- Nachbesserung 38
 Nachlieferung 38
 Nettoverkaufspreis 88
- Netto-Warenwert 60
 Neulieferung 38
 Nichtkaufmann 12
 Nicht-rechtzeitig-Zahlung 34
- O**
- offener Mangel 37
 Onlinehandel 117
 optimale Bestellmenge 47
 Organigramm 25
 Organisation 25
- P**
- permanente Inventur 132
 Personalabrechnung 107
 Personalbedarf 99
 Personalbedarfsplanung 99
 Personalbeschaffung 101
 Personalbestand 99
 Personalbeurteilung 105
 Personalentwicklung 103
 Personalproduktivität 97
 Personalstatistik 97
 personenbezogenen Daten 76
 Personengesellschaften 13
 Platzierung 143
 Preisangabenverordnung 67
 Preisauszeichnung 67
 Preisdarstellung 67
 Preisklarheit 68
 Preisnachlässe 79
 Preisuntergrenze 88
 Preisverwaltungs-system 68
 Primärforschung 113
 Probezeit 101
 Produktivität 124
- Q**
- Qualitätskontrollen 135
 Qualitätsstufe 44
- R**
- Rabatt 88
 Rabattaktion 67
 Rack Jobber 70
 Rack Jobbing 69
 Ramschdiscounter 42
 Rechtsmangel 40
 Reingewinn 127
 Reklamation 39
 Renner-Penner-Liste 143
 Reservelager 59, 60
 Rohgewinn 127
 Rückwärtskalkulation 90
 Rügefrist 57
- S**
- Sachmangel 38
 Sanierung 22
 Scannerkassen 71
 Schadenersatz 32
 Schlüsselqualifikationen 101
 Schnäppchenmarkt 42
 Schnittstellen 30
 Sekundärforschung 113
 Selbstfinanzierung 20
 Selbstkostenpreis 88
 Selfscanning-Kassen 71
 Sicherheitsfaden 72
 Sicherheitsmerkmale bei Banknoten 71
 Sicherheitsvorschriften 61
 Skonto 23, 88
 Skontozinssatz 24
 Solidaritätszuschlag 107
- Sortiment 41
 Sortimentsaufbau 41, 42
 Sortimentsbildungsfunktion 5
 Sortimentsbreite 41
 Sortimentsdifferenzierung 42
 Sortimentsgestaltung 44
 Sortimentsumfang 42
 Sortimentsvariation 43
 Sortimentsverbreiterung 42
 Sortimentsvertiefung 41, 42
 Sozialversicherung 107, 109
 Sozialversicherungs-abgaben 108
 Spezialgeschäft 42
 Statistiken 98
 Stellenprofil 101
 Steuerklasse 107
 Steuer- und Sozialversicherungsabzüge 110
 Steuer- und sozialversicherungspflichtiges Entgelt 110
 Stichprobeninventur 132
 Stichtagsinventur 131
 Stundungsvergleich 21
- T**
- Tageszinsformel 24
 Terminüberwachung 33, 55, 56
 Trading-down 43, 44
 Trading-up 43, 44
- U**
- Überschlagsrechnung 24
 Überziehungszinssatz 65
 Umsatzrentabilität 127
 Umsatzsteuer 60, 88
- Umschlagshäufigkeit 129
 Unfallverhütung 61, 62
 Unfallversicherungs-träger 62
 Unternehmensergebnis 77
 Unternehmenskennzahlen 123
 Unternehmenskrise 21, 22
 Unternehmensprozesse 137
 Unternehmensrentabilität 127
 Urlaubspflicht 102
 UWG 67
- V**
- verbindliches Angebot 52
 Verbrauchsdatum 135
 Verbrauchsgüterkauf 38, 58
 verderbliche Ware 66
 Vergütungspflicht 102
 Verhandlungsgeschick 55
 Verkaufsdatenanalyse 43
 verkaufsfördernde Platzierung 144
 Verkaufskalkulation 88
 Verkaufslager 59, 60
 Verkaufspreis 87
 vermögenswirksame Leistungen 107
 versteckter Mangel 37
 Vertragsklausel 56
 Verzugszinsen 33
 Vier-Augen-Gespräch 104
 Vollmachten 25
 Vollstreckungsbescheid 36
 Vorwärtskalkulation 90
- W**
- Warenabsatz 5
 Warenannahme 57, 59
- Warenbereich 42
 Warenbereitstellung 5
 Warenbeschaffung 5
 Warenbestandskontrolle 65
 Warenbewegungen 141
 Warencodierung 62
 Warendispositionssystem 47
 Warenfluss 137, 138
 Warengruppe 42
 Warenkontrollbogen 37
 Warenlagerung 62
 Warenpflege 61
 Warenprüfung 57, 58
 Warensendung 57
 Warenverteilung 5
 Warenwert 59
 Warenwirtschaft 73
 Warenwirtschaftssystem 45, 59, 62, 64, 137
 Wasserzeichen 72
 Weisungsbefugnis 26
 Weiterbildung 104
 Werbeerfolgskontrolle 119
 Werbemittel 117
 Werbeplan 117
 Werbung 113
 Wertschöpfungskette 5
 Wertschöpfungsprozess 5
 Willenserklärungen 52
- Z**
- Zahlungsverzug 33
 zeitlich verlegte Inventur 132
 Zieleinkaufspreis 88
 Zielvereinbarungsgespräche 103
 Zinsen 23
 Zwangsvollstreckung 36