

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort .....	5
Inhaltsverzeichnis .....	7
<b>A. Grundlagen .....</b>	<b>15</b>
I. Grundbegriffe .....	15
1. Funktioneller und institutioneller Handel .....	15
2. Binnen- und Außenhandel .....	16
II. Charakterisierung und Klassifizierung der Handelsunternehmen .....	17
1. Spezifischer Charakter .....	17
2. Klassifizierung .....	19
2.1 Abnehmerstruktur und Stellung in der Handelskette .....	19
2.2 Größe des Absatzgebietes .....	21
2.3 Warenkategorien .....	22
III. Position des Handels .....	25
1. Großhandel .....	26
2. Einzelhandel .....	34
IV. Entwicklung einer Grundkonzeption der Handelsbetriebslehre .....	40
<i>Lernfragen zu den Grundlagen</i> .....	43
<b>B. Basiselemente .....</b>	<b>45</b>
I. Handelsfunktionen .....	45
1. Begriff .....	45
2. Volkswirtschaftliche und betriebswirtschaftliche Bedeutung .....	45
3. Überblick über Handelsfunktionen .....	47
3.1 Informationsorientierte Handelsfunktionen .....	47
3.2 Aktionsorientierte Handelsfunktionen .....	49
3.2.1 Reine Warenfunktionen .....	50
3.2.2 Überbrückungsfunktionen im engeren Sinne .....	50
3.2.3 Funktionen der Umsatzorganisation .....	51
3.2.4 Kommunikationsfunktionen .....	52
3.2.5 Sozialfunktionen .....	52
<i>Lernfragen zu Handelsfunktionen</i> .....	54
II. Marketinginstrumentarium .....	55
1. Begriff und Bestandteile .....	55
2. Absatzmarketing .....	60
2.1 Leistungssubstanzpolitik .....	60
2.1.1 Teilinstrumente .....	60
2.1.1.1 Leistungsinhalt .....	61
2.1.1.1.1 Sortimentspolitik .....	61
2.1.1.1.2 Dienstleistungspolitik .....	65
2.1.1.2 Leistungsausmaß .....	68

	2.1.1.2.1 Objektbezogene Betriebsgröße .....	68
	2.1.1.2.2 Unternehmensbezogene Betriebsgröße .....	70
	2.1.1.3 Zeitbezug der Leistung .....	70
2.1.2	Besonderheiten im Großhandel .....	71
	2.1.2.1 Leistungsinhalt .....	71
	2.1.2.2 Leistungsausmaß .....	74
	2.1.2.3 Zeitbezug der Leistung .....	75
2.1.3	Besonderheiten im Einzelhandel .....	76
	2.1.3.1 Leistungsinhalt .....	76
	2.1.3.2 Leistungsausmaß .....	78
	2.1.3.3 Zeitbezug der Leistung .....	79
2.2	Transferleistungspolitik .....	80
	2.2.1 Teilinstrumente .....	81
	2.2.1.1 Standortpolitik .....	81
	2.2.1.2 Gestaltung des Absatzsystems .....	85
	2.2.2 Besonderheiten im Großhandel .....	87
	2.2.2.1 Standortpolitik .....	87
	2.2.2.2 Gestaltung des Absatzsystems .....	88
	2.2.2.2.1 Absatzmethode .....	88
	2.2.2.2.2 Absatzwege .....	91
	2.2.2.2.3 Absatzorgane .....	92
	2.2.3 Besonderheiten im Einzelhandel .....	94
	2.2.3.1 Standortpolitik .....	94
	2.2.3.2 Gestaltung des Absatzsystems .....	97
	2.2.3.2.1 Absatzmethode .....	98
	2.2.3.2.2 Verkaufsstättengestaltung .....	101
	2.2.3.2.3 Warenplatzierung und Warenpräsentation .....	103
2.3	Entgeltspolitik .....	109
	2.3.1 Teilinstrumente .....	110
	2.3.1.1 Preispolitik im engeren Sinne .....	110
	2.3.1.2 Konditionenpolitik .....	119
	2.3.1.3 Sonderpreispolitik .....	120
	2.3.2 Besonderheiten im Großhandel .....	122
	2.3.2.1 Preispolitik im engeren Sinne .....	123
	2.3.2.2 Konditionenpolitik .....	125
	2.3.2.3 Sonderpreispolitik .....	127
	2.3.3 Besonderheiten im Einzelhandel .....	128
	2.3.3.1 Preispolitik im engeren Sinne .....	128
	2.3.3.2 Konditionenpolitik .....	131
	2.3.3.3 Sonderpreispolitik .....	132
	2.3.3.4 Preisoptik .....	133
2.4	Kommunikationspolitik .....	134
	2.4.1 Teilinstrumente .....	135
	2.4.1.1 Werbepolitik .....	135
	2.4.1.2 Verkaufsförderungspolitik .....	139
	2.4.1.3 Kundenbezogene Public Relations .....	141
	2.4.2 Besonderheiten im Großhandel .....	143

2.4.2.1	Werbepolitik .....	143
2.4.2.2	Verkaufsförderungspolitik .....	143
2.4.2.3	Kundenbezogene Public Relations .....	144
2.4.3	Besonderheiten im Einzelhandel .....	144
2.4.3.1	Werbepolitik .....	145
2.4.3.2	Verkaufsförderungspolitik .....	149
2.4.3.3	Kundenbezogene Public Relations .....	150
	<i>Lernfragen zum Absatzmarketing</i> .....	152
3.	Beschaffungsmarketing .....	157
3.1	Umsetzung der Leistungssubstanzpolitik .....	159
3.1.1	Teilinstrumente .....	159
3.1.2	Besonderheiten im Großhandel .....	165
3.1.3	Besonderheiten im Einzelhandel .....	168
3.2	Transferpolitik .....	172
3.2.1	Teilinstrumente .....	173
3.2.2	Besonderheiten im Großhandel .....	180
3.2.3	Besonderheiten im Einzelhandel .....	182
3.3	Preispolitik .....	183
3.3.1	Teilinstrumente .....	184
3.3.2	Besonderheiten im Großhandel .....	187
3.3.3	Besonderheiten im Einzelhandel .....	189
3.4	Kommunikationspolitik .....	191
3.4.1	Teilinstrumente .....	191
3.4.2	Besonderheiten im Großhandel .....	193
3.4.3	Besonderheiten im Einzelhandel .....	194
	<i>Lernfragen zum Beschaffungsmarketing</i> .....	197
III.	Leistungsfaktoren .....	200
1.	Besonderheiten handelsbetrieblicher Leistungserstellung .....	200
2.	Darstellung der Leistungsfaktoren .....	202
2.1	Leistungsfaktor Personal .....	202
2.1.1	Führung und Ausführung .....	202
2.1.2	Quantitative und qualitative Bedeutung .....	205
2.1.3	Unterschiede zwischen Großhandel und Einzelhandel .....	211
2.2	Leistungsfaktor Betriebsraum .....	214
2.2.1	Hauptformen .....	214
2.2.2	Quantitative und qualitative Bedeutung .....	215
2.2.3	Unterschiede zwischen Großhandel und Einzelhandel .....	217
2.3	Leistungsfaktor Sachliche Betriebsmittel .....	221
2.3.1	Arten .....	221
2.3.2	Quantitative und qualitative Bedeutung .....	221
2.3.3	Unterschiede zwischen Großhandel und Einzelhandel .....	223
2.4	Leistungsfaktor Ware .....	224
2.4.1	Zusammenhang zwischen Ware und Sortiment .....	225
2.4.2	Quantitative und qualitative Bedeutung .....	226
2.4.3	Unterschiede zwischen Großhandel und Einzelhandel .....	228
2.5	Leistungsfaktor Kapital .....	229
2.5.1	Kapital als eigenständiger Faktor .....	229

2.5.2	Quantitative und qualitative Bedeutung .....	230
2.5.3	Unterschiede zwischen Großhandel und Einzelhandel .....	233
	<i>Lernfragen zu den handelsbetrieblichen Leistungsfaktoren .....</i>	<i>235</i>
<b>C.</b>	<b>Basisentscheidungen des Handelsmanagements .....</b>	<b>239</b>
I.	Ableitung der Basisentscheidungen .....	239
1.	Betriebsform .....	239
2.	Betriebsstättenzahl .....	240
3.	Kooperationsintensität .....	242
II.	Betriebsformenwahl als qualitative Basisentscheidung .....	244
1.	Charakterisierung der Entscheidung .....	244
1.1	Funktionenerfüllung und Betriebsform .....	244
1.2	Instrumentennutzung und Betriebsform .....	246
1.3	Faktoreinsatz und Betriebsform .....	247
1.4	Betriebsform als Resultat von Funktionen-, Instrumenten- und Faktorenkombination .....	248
2.	Problematik einer Klassifizierung der Betriebsformen .....	250
3.	Überblick über Betriebsformen .....	253
3.1	Großhandel .....	253
3.1.1	Primäre Betriebsformen .....	253
3.1.2	Sekundäre Betriebsformen .....	259
3.2	Einzelhandel .....	260
3.2.1	Primäre Betriebsformen .....	260
3.2.2	Sekundäre Betriebsformen .....	273
3.3	Dynamik der Betriebsformen .....	276
3.3.1	Darstellung .....	276
3.3.2	Ursachen .....	278
	<i>Lernfragen zur handelspolitischen Basisentscheidung der Betriebsformenwahl .....</i>	<i>284</i>
III.	Festlegung der Anzahl der Betriebsstätten als quantitative Basisentscheidung .....	287
1.	Charakterisierung der Entscheidung .....	287
1.1	Funktionenerfüllung und Betriebsstättenzahl .....	288
1.2	Instrumentennutzung und Betriebsstättenzahl .....	290
1.3	Faktoreinsatz und Betriebsstättenzahl .....	292
2.	Betriebsgrößenkategorien .....	294
2.1	Einbetriebsunternehmung .....	294
2.2	Mehrbetriebsunternehmung .....	296
2.3	Filialunternehmung .....	300
3.	Regionale Streuung der Betriebsstätten und Festlegung des Absatzgebietes .....	302
4.	Betriebsgrößenentscheidung im Großhandel und im Einzelhandel .....	305
5.	Anstieg der durchschnittlichen Unternehmensgröße .....	310
	<i>Lernfragen zur Basisentscheidung der Festlegung der Anzahl der Betriebsstätten ...</i>	<i>315</i>
IV.	Basisentscheidung über Kooperationsintensität .....	318
1.	Charakterisierung der Entscheidung .....	319
1.1	Funktionenerfüllung und Kooperationsintensität .....	319
1.2	Instrumentennutzung und Kooperationsintensität .....	320

1.3	Faktoreinsatz und Kooperationsintensität .....	321
2.	Klassifizierung von Handelskooperationen .....	324
3.	Stufen der Kooperationsintensität .....	326
3.1	Keine oder schwache Kooperation .....	327
3.2	Intensive Kooperation .....	327
3.3	Kooperation in filialähnlichem System .....	328
4.	Verbundsysteme in der Praxis .....	331
4.1	Darstellung der wichtigsten Verbundsysteme .....	331
4.1.1	Kontore .....	331
4.1.2	Genossenschaften .....	334
4.1.3	Freiwillige Ketten .....	337
4.1.4	Franchise-Systeme .....	339
4.2	Managementprobleme .....	342
5.	Besonderheiten der Kooperationsentscheidung im Großhandel und im Einzelhandel .....	346
6.	Trend zur Steigerung der Kooperationsintensität .....	347
	<i>Lernfragen zur Basisentscheidung der Bestimmung der Kooperationsintensität .....</i>	<i>349</i>
V.	Entwicklung des Unternehmensprofils .....	352
1.	Unternehmensphilosophie und Corporate Identity .....	352
2.	Alternative Basisstrategien .....	355
3.	Unternehmensprofil bei einfach strukturierten Handelsunternehmen .....	358
4.	Unternehmensprofil bei komplex strukturierten Handelsunternehmen .....	359
4.1	Instrumente für Programmentscheidungen .....	360
4.2	Erscheinungsformen komplexer Handelsunternehmen .....	367
	<i>Lernfragen zum Unternehmensprofil als Resultat der Verknüpfung der     Basisentscheidungen des Handelsmanagements .....</i>	<i>370</i>
<b>D.</b>	<b>Organisatorische Umsetzung der Basisentscheidungen .....</b>	<b>373</b>
I.	Organisation des Personalwesens .....	375
1.	Führungstätigkeit .....	375
1.1	Selbstorganisation des Managements .....	375
1.2	Management-Informationssysteme .....	376
1.3	Führungsverhalten .....	378
2.	Ausführende Tätigkeit .....	383
2.1	Personalbedarfsplanung .....	383
2.2	Personaleinsatzplanung .....	393
2.3	Personalentlohnung .....	398
2.4	Personalbeteiligung .....	406
2.5	Personalkontrolle .....	409
3.	Unterschiede zwischen Großhandel und Einzelhandel .....	411
	<i>Lernfragen zur Organisation des Personalwesens .....</i>	<i>415</i>
II.	Organisation der Warenwirtschaft .....	418
1.	Materielle Warenvorgänge .....	419
1.1	Überblick .....	419
1.1.1	Warenannahme und Eingangskontrolle .....	420
1.1.2	Physische Lagerführung .....	421

1.1.3	Kommissionierung .....	424
1.1.4	Warenmanipulation .....	424
1.1.5	Außer- und innerbetrieblicher Warentransport .....	426
1.2	Besonderheiten im Großhandel .....	427
1.2.1	Warenannahme und Wareneingangskontrolle .....	427
1.2.2	Physische Lagerführung .....	428
1.2.3	Kommissionierung .....	429
1.2.4	Warenmanipulation .....	435
1.2.5	Außer- und innerbetrieblicher Warentransport .....	435
1.3	Besonderheiten im Einzelhandel .....	437
1.3.1	Warenannahme und Wareneingangskontrolle .....	437
1.3.2	Physische Lagerführung .....	438
1.3.3	Kommissionierung .....	439
1.3.4	Warenmanipulation .....	440
1.3.5	Außer- und innerbetrieblicher Warentransport .....	442
2.	Steuerung der Warenwirtschaft .....	444
2.1	Begriff des Warenwirtschaftssystems .....	444
2.2	Aufgaben und grundsätzliche Funktionsweise .....	446
2.3	Systemvarianten .....	451
2.3.1	Eingangsorientierte Warenwirtschaftssysteme .....	451
2.3.2	Ausgangsorientierte Warenwirtschaftssysteme .....	454
2.3.3	Geschlossene Warenwirtschaftssysteme .....	455
2.4	Besonderheiten im Großhandel .....	457
2.5	Besonderheiten im Einzelhandel .....	459
2.6	Stufenübergreifende Warenwirtschaftskonzepte .....	463
	<i>Lernfragen zur Organisation der Warenwirtschaft</i> .....	468
III.	Organisation des internen Rechnungswesens .....	472
1.	Planungsrechnung .....	473
2.	Kosten- und Leistungsrechnung .....	478
3.	Betriebsstatistik .....	488
4.	Unterschiede zwischen Großhandel und Einzelhandel .....	493
	<i>Lernfragen zur Organisation des internen Rechnungswesens</i> .....	495
<b>E.</b>	<b>Zukunftsentwicklungen</b> .....	499
I.	Technische Entwicklungen .....	499
II.	Entwicklungen bei den Unternehmensführungs-Konzepten .....	509
III.	Entwicklung der Binnenhandelsstruktur der Bundesrepublik Deutschland .....	517
1.	Allgemeine Strukturentwicklung .....	518
2.	Entwicklung der Situation in den Neuen Bundesländern .....	528
2.1	Ausgangslage .....	529
2.2	Heutige Situation .....	531
2.3	Prognosen .....	538
IV.	Entwicklungen im Zusammenhang mit dem europäischen Binnenmarkt .....	541
1.	Konsequenzen rechtlicher Entwicklungen .....	542
2.	Konsequenzen sich verändernder ökonomischer Gegebenheiten .....	545

---

<b>F. Unternehmenskultur: Vereinbarkeit von Ethik und Handelsmanagement</b> .....	557
<i>Lernfragen zu Zukunftsentwicklungen und Unternehmenskultur</i> .....	561
<b>Gesamtliteraturverzeichnis</b> .....	565
<b>Übungsteil</b> .....	601
<b>Stichwortverzeichnis</b> .....	641