

**SCHÄFFER**  
**POESCHEL**

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort zur dritten Auflage . . . . .	V
Leserhinweis . . . . .	IX
Abkürzungsverzeichnis . . . . .	XVII

---

<b>1</b>	<b>Grundlagen und Prozesskompetenz . . . . .</b>	<b>1</b>
1.1	Grundlagen für das Handelsmanagement im 21. Jahrhundert . . . . .	1
1.1.1	Volkswirtschaftliche Bedeutung und Rolle der Handelstätigkeit . . . . .	2
1.1.2	Der Begriff Handel . . . . .	4
1.1.3	Handelsepochen und treibende Kräfte . . . . .	6
1.1.4	Wandel in den Markterscheinungsformen . . . . .	9
1.1.5	Leistungen des Einzelhandels und konstitutive Merkmale der Handelstätigkeit . . . . .	11
1.1.6	Die Zukunft des Handels und seine Markterscheinungsformen . . . . .	14
1.1.6.1	Stationärer Handel . . . . .	14
1.1.6.2	Elektronischer Handel . . . . .	16
1.1.6.3	Hybridformen des Handels . . . . .	20
1.2	Prozesskompetenz und vernetzte Wertschöpfung . . . . .	27
1.2.1	Prozesskenntnisse und Kompetenzaufbau . . . . .	28
1.2.2	Prozesse und Kompetenzen verdrängen starre Strukturen . . . . .	30
1.2.3	Erfolgslogik und Basiskompetenzen im Handel . . . . .	31
1.2.4	Fallstudie: Pommes frites . . . . .	34
	Aufgaben . . . . .	42
	Kontrollfragen . . . . .	43
	Literatur . . . . .	43

---

<b>2</b>	<b>Strategiekompetenz . . . . .</b>	<b>49</b>
2.1	Einleitung . . . . .	49
2.2	Grundlagen . . . . .	50
2.3	Handlungswissen . . . . .	53
2.3.1	Bestimmen Sie den Markt . . . . .	54
2.3.2	Entwickeln Sie eine Unternehmensvision und formulieren Sie ein verständliches Leistungsversprechen . . . . .	56
2.3.3	Führen Sie eine Situationsanalyse durch . . . . .	56
2.3.4	Identifizieren Sie eine Erfolg versprechende Grundsatzstrategie bzw. ein Geschäftsmodell . . . . .	57
2.3.5	Legen Sie Ziele fest und beachten Sie die Ressourcen . . . . .	59
2.3.6	Wählen Sie Profilierungsinstrumente . . . . .	60
2.3.7	Beurteilen und optimieren Sie die Leistung . . . . .	61
2.4	Fallstudie: IKEA . . . . .	62
	Aufgaben zur Fallstudie . . . . .	64
	Kontrollfragen . . . . .	64
	Literatur . . . . .	65

<b>3</b>	<b>Kundenkompetenz</b> . . . . .	<b>67</b>
3.1	Einleitung . . . . .	67
3.2	Grundlagen . . . . .	68
3.2.1	Die Wahl der Einkaufsstätte aus der Kundenperspektive . . . . .	68
3.2.2	Die Wahl der Einkaufsstätte aus der Managementperspektive . . . . .	70
3.3	Handlungswissen . . . . .	72
3.3.1	Marktsegmentierung planen . . . . .	72
3.3.2	Konsumentenforschung im Handel konzipieren . . . . .	83
3.4	Fallstudie: Motel One . . . . .	87
	Aufgaben zur Fallstudie . . . . .	89
	Kontrollfragen . . . . .	90
	Literatur . . . . .	90
<b>4</b>	<b>Verkaufskompetenz</b> . . . . .	<b>93</b>
4.1	Einleitung . . . . .	93
4.2	Grundlagen . . . . .	95
4.2.1	Der Einkauf in der Verkaufsstelle – Entscheidung über Erfolg oder Misserfolg . . . . .	95
4.2.2	Der Verkaufsprozess . . . . .	96
4.2.3	Die Instrumente und Aufgaben im Verkauf . . . . .	99
4.2.4	Verkaufskompetenz durch Kundeninspiration erhöhen . . . . .	102
4.3	Handlungswissen . . . . .	104
4.3.1	Sortimentsbreite bestimmen . . . . .	104
4.3.2	Preislagen unterscheiden . . . . .	106
4.3.3	Anforderungen und Grundformen der Ladengestaltung kennenlernen . . . . .	107
4.4	Fallstudie: Giovanni-Sport . . . . .	110
	Aufgaben zur Fallstudie . . . . .	113
	Kontrollfragen . . . . .	113
	Literatur . . . . .	114
<b>5</b>	<b>Logistikkompetenz</b> . . . . .	<b>117</b>
5.1	Einleitung . . . . .	117
5.2	Grundlagen . . . . .	118
5.2.1	Die Aufgaben der Logistik . . . . .	118
5.2.2	Der Logistikprozess und seine Grundformen . . . . .	119
5.2.3	Informationsverarbeitung und Logistik . . . . .	123
5.3	Handlungswissen . . . . .	124
5.3.1	Herausforderungen im Supply Chain Management erkennen . . . . .	124
5.3.2	Aufbau eines wirkungsvollen Supply Chain Managements am Fallbeispiel der Metro AG verstehen . . . . .	125
5.4	Fallstudie: Zappos.com . . . . .	128
	Aufgaben zur Fallstudie . . . . .	132
	Kontrollfragen . . . . .	132
	Literatur . . . . .	133

<b>6</b>	<b>Beschaffungskompetenz</b>	<b>135</b>
6.1	Einleitung	135
6.2	Grundlagen	137
6.2.1	Der Beschaffungsprozess	137
6.2.2	Der Einfluss von Produktspezifika auf den Beschaffungsprozess	139
6.2.3	Die Bedeutung von Category Management in der Beschaffung	140
6.2.4	Die Bedeutung von E-Procurement	141
6.3	Handlungswissen	142
6.3.1	Beschaffungsportfolio zur Sortimentsanalyse bestimmen	142
6.3.2	ABC-Analyse zur Analyse einzelner Warengruppen planen	144
6.3.3	ABC-/XYZ-Portfolio zur Ableitung beschaffungslogistischer Konzepte aufstellen	146
6.3.4	Multiattributbewertung zur Lieferantenbeurteilung vornehmen	147
6.3.5	Optimale Warenbestände planen	149
6.4	Fallstudie: CPFR bei ECR, Douglas und L'Oreal	150
	Aufgaben zur Fallstudie	155
	Kontrollfragen	155
	Literatur	155
<b>7</b>	<b>Finanzierungskompetenz</b>	<b>157</b>
7.1	Einleitung	157
7.2	Grundlagen	158
7.2.1	Begriffliche Definitionen	158
7.2.2	Der Finanzierungsprozess	159
7.3	Handlungswissen	159
7.3.1	Kapitalbedarf berechnen	159
7.3.2	Finanzierungsanlass beachten	163
7.3.3	Finanzierungsform wählen	165
7.3.4	Finanzierungsstruktur optimieren	169
	Aufgaben zur Fallstudie	172
	Kontrollfragen	173
	Literatur	173
<b>8</b>	<b>Controllingkompetenz</b>	<b>175</b>
8.1	Einleitung	175
8.2	Grundlagen	176
8.2.1	Zweck des Controllings	177
8.2.2	Der Controllingprozess	179
8.2.3	Verankerung des Controllings im Unternehmen	182
8.3	Handlungswissen	184
8.3.1	Innerbetrieblicher Kennzahlenvergleich	184
8.3.2	Kennzahlensysteme entwickeln	185
8.3.3	Zentrale Handelskennzahlen auswählen	187
8.3.4	Deckungsbeiträge verbessern	191
8.3.5	Sortimentsmix optimieren	194
8.4	Fallstudie: Women's Wear	196

	Aufgaben zur Fallstudie . . . . .	196
	Kontrollfragen . . . . .	197
	Literatur . . . . .	197
<b>9</b>	<b>Personalkompetenz . . . . .</b>	<b>199</b>
9.1	Einleitung . . . . .	199
9.2	Grundlagen . . . . .	200
9.3	Handlungswissen . . . . .	201
9.3.1	Mitarbeiter motivieren . . . . .	201
9.3.2	Mitarbeiter führen . . . . .	205
9.3.3	Mitarbeiter gewinnen und entwickeln . . . . .	207
9.4	Fallstudie: dm-drogerie markt . . . . .	211
	Aufgaben zur Fallstudie . . . . .	213
	Kontrollfragen . . . . .	213
	Literatur . . . . .	214
<b>10</b>	<b>Informationskompetenz . . . . .</b>	<b>217</b>
10.1	Einleitung . . . . .	217
10.2	Grundlagen . . . . .	218
10.2.1	Informationsprozess . . . . .	218
10.2.2	Informationsquellen im Handel . . . . .	220
10.2.3	Informationsmanagement . . . . .	228
10.3	Handlungswissen . . . . .	229
10.3.1	Kundeninformationen in bestehende Informationssysteme integrieren . . . . .	229
10.3.2	Leistungsfähigkeit integriert messen . . . . .	230
10.3.3	Vom Informationsvermittler zum Informationsmanager . . . . .	232
10.4	Fallstudie: REWE . . . . .	232
	Aufgaben zur Fallstudie . . . . .	235
	Kontrollfragen . . . . .	235
	Literatur . . . . .	235
	Glossar . . . . .	237
	Relevante Links zum Thema Handel . . . . .	245
	Literaturverzeichnis . . . . .	247
	Sachregister . . . . .	259