

LF 1	Das Einzelhandelsunternehmen repräsentieren	
1	Berufsausbildung im Einzelhandel	12
1.1	Motive und Anforderungen	12
1.2	Lern- und Arbeitstechniken	13
1.2.1	Lerntechniken	14
1.2.2	Arbeitstechniken	19
1.2.3	Präsentation	20
1.2.4	Gruppenarbeit (Teamarbeit)	25
1.3	Rechtliche Rahmenbedingungen für das Ausbildungsverhältnis	27
1.3.1	Duales Ausbildungssystem	28
1.3.2	Berufsbildungsgesetz	28
1.3.3	Ausbildungsordnung	28
1.3.4	Ausbildungsvertrag	30
1.3.5	Jugendarbeitsschutz	32
1.4	Berufliche Weiterentwicklungsmöglichkeiten	33
1.4.1	Qualifikation durch Berufsausbildung	33
1.4.2	Schulische Weiterbildung	33
1.4.3	Sonstige berufliche Fortbildung	34
2	Der Einzelhandel im Gefüge der Gesamtwirtschaft	35
2.1.	Güternachfrage als Motor der Wirtschaft	35
2.1.1	Bedürfnisse und Bedarf	35
2.1.2	Güterarten	36
2.1.3	Ökonomisches Prinzip	37
2.1.4	Volkswirtschaftliche Produktionsfaktoren	38
2.2	Arbeitsteilung der Wirtschaft	40
2.2.1	Begriff Arbeitsteilung	40
2.2.2	Vertikale Arbeitsteilung	40
2.2.3	Horizontale Arbeitsteilung	41
2.3	Aufgaben des Einzelhandels	42
2.3.1	Der Einzelhandel im arbeitsteiligen Wirtschafts- gefüge	42
2.3.2	Einzelhandelsfunktionen	42
2.4	Einfacher Wirtschaftskreislauf	43
2.5	Markt und Preisbildung	45
3	Ziele und Organisation eines Einzelhandels- unternehmens	49
3.1	Unternehmensziele	49
3.2	Betrieblicher Leistungsprozess im Einzelhandel	50
3.2.1	Betriebliche Produktionsfaktoren	50
3.2.2	Waren (Material)	51
3.2.3	Personal	52
3.2.4	Betriebsmittel	52
3.2.5	Dispositiver Faktor	53
3.2.6	Betrieblicher Wertekreislauf	54
3.2.7	Faktorsubstitution	55
3.2.8	Kundenorientierung	55
3.3	Aufbau und Struktur eines Einzelhandelsunter- nehmens	56
3.3.1	Stellen und Abteilungen	56
3.3.2	Arbeitsabläufe	57
3.4	Betriebsformen des Einzelhandels	58
3.4.1	Einteilung nach der Zusammensetzung des Sortiments	58
3.4.2	Einteilung nach der Verkaufsform	61
3.4.3	Sonderformen	63
3.4.4	Neue Trends im Einzelhandel	63
4	Soziale Sicherheit, Betriebsverfassung und Arbeitsvertragsrecht	64

4.1	Soziale Sicherheit	64
4.1.1	Sozialversicherung	64
4.1.2	Freiwillige soziale Leistungen des Betriebes	67
4.1.3	Private Vorsorge	67
4.1.4	Soziale Sicherheit durch persönliches Engagement in der Betriebsgemeinschaft	70
4.2	Betriebsverfassung (Betriebliche Mitbestimmung)	71
4.2.1	Betriebsrat	72
4.2.2	Jugendvertretung	74
4.3	Arbeitsvertragsrecht	75
4.3.1	Tarifvertrag	75
4.3.2	Betriebsvereinbarungen	77
4.3.3	Individualvereinbarungen	77
5	Unternehmen in der Gesellschaft	78
5.1	Soziale Verantwortung	78
5.2	Ökonomische Verantwortung	79
5.3	Ökologische Verantwortung	80
5.4	Nachhaltigkeit	82
5.5	Unternehmensphilosophie	83
5.6	Unternehmensleitbild	85

LF 2	Verkaufsgespräche kundenorientiert führen	
1	Erwerb von Warenkenntnissen	88
1.1	Informationsquellen	88
1.2	Fachbegriffe	89
1.3	Kennzeichnungen	90
1.4	Warentypische Qualitätsmerkmale	91
1.5	Produktmerkmale	92
1.6	Gesundheits- und Umweltverträglichkeit der Ware einschließlich Verpackung	93
2	Verkaufsgespräch als Interaktionsprozess	94
2.1	Kommunikation	94
2.2	Kundenorientiertes Sprechen	96
2.3	Körpersprache	96
2.4	Virtuelle Verkäufer	99
3	Phasen des Verkaufsgesprächs	100
3.1	Kontaktphase	100
3.1.1	Kontaktaufnahme und Begrüßung	100
3.1.2	Bedarfsermittlung einschließlich Fragetechnik	101
3.1.3	Kaufmotive	104
3.2	Verhandlungsphase	108
3.2.1	Warenvorlage	108
3.2.2	Argumentationsmethoden	110
3.2.3	Einwandbehandlung	114
3.3	Entscheidungsphase	119
3.3.1	Kaufsignale	119
3.3.2	Entscheidungshilfen	119
3.4	Weiterführungsphase	120
3.4.1	Bestätigung der Kaufentscheidung	121
3.4.2	Kassiervorgang	121
3.4.3	Verpacken der Ware	121
3.4.4	Verabschiedung des Kunden	122
3.5	Nützliche Wendungen für ein Verkaufs- gespräch in Englisch	122
4	Zusatz- und Alternativangebote	124
4.1	Zusatzangebote	124
4.2	Alternativangebote	125
5	Serviceleistungen als Mittel der Kundenbindung	126

LF 3 Kunden im Servicebereich Kasse betreuen	
1	Rechtliche Grundlagen für das Zustandekommen von Rechtsgeschäften 130
1.1	Rechtsfähigkeit und Geschäftsfähigkeit 130
1.1.1	Rechtsfähigkeit 130
1.1.2	Geschäftsfähigkeit 130
1.2	Rechtsgeschäfte – Arten und Formvorschriften 132
1.3	Vertragsfreiheit 133
1.4	Nichtigkeit und Anfechtbarkeit von Rechtsgeschäften 133
1.5	Übersicht über die wichtigsten Verträge 134
1.6	Besitz und Eigentum 135
2	Kaufvertrag mit dem Kunden 136
2.1	Abschluss des Kaufvertrages (Verpflichtungsgeschäft) 136
2.2	Erfüllung des Kaufvertrages (Erfüllungsgeschäft) 137
2.3	Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) 137
2.4	Unterschiedliche Verkaufssituationen 139
2.4.1	Verkauf von Schaufensterware 139
2.4.2	Verkauf gegen Rechnung (auf Kredit) 139
2.4.3	Haustürgeschäfte 140
2.4.4	Fernabsatzverträge 141
3	Kasse 142
3.1	Kassensysteme 142
3.2	Kassiervorgang 143
3.3	Betrügereien an der Kasse 143
3.4	Kassensturz 145
3.5	Kassenbericht 146
4	Zahlungsverkehr 147
4.1	Barzahlung 147
4.1.1	Persönliche Geldübergabe an der Kasse 147
4.1.2	Zahlung an Boten 147
4.1.3	Western Union Money Transfer 148
4.1.4	Wertsendung International 149
4.1.5	Post-Express 149
4.2	Halbbare Zahlung 150
4.2.1	Zahlung mit Barscheck 150
4.2.2	Online-Transfer mit Western Union 152
4.2.3	Bareinzahlung bei der Bank 152
4.2.4	Nachnahme 153
4.3	Bargeldlose Zahlung 154
4.3.1	Überweisung 155
4.3.2	Verrechnungsscheck 156
4.3.3	Zahlungsvereinfachungen 157
4.3.4	Zahlung mit Karte (Plastikgeld) 158
5	Gebräuchliche Rechenverfahren 161
5.1	Dreisatz 161
5.1.1	Einfacher Dreisatz mit geradem Verhältnis (proportionale Abhängigkeit) 161
5.1.2	Einfacher Dreisatz mit ungeradem Verhältnis (umgekehrt proportionale Abhängigkeit) 162
5.1.3	Zusammengesetzter Dreisatz 162
5.2	Durchschnittsrechnung 163
5.2.1	Einfacher Durchschnitt 163
5.2.2	Gewogener Durchschnitt 164
5.3	Prozentrechnung 164
5.3.1	Berechnung des Grundwertes 164
5.3.2	Berechnung des Prozentwertes 165

5.3.3	Berechnung des Prozentsatzes 166
5.3.4	Prozentrechnung mit vermehrtem und vermindertem Grundwert 166
5.3.5	Promillerechnung 167

LF 4 Waren präsentieren

1	Ladengestaltung 170
1.1	Grundsätze der Warenpräsentation 170
1.2	Ziele der Warenpräsentation 171
1.3	Visual Merchandising 172
1.4	Innere Ladengestaltung 174
1.5	Kundenlaufstudien 176
1.6	Zoneneinteilung im SB-Geschäft 176
1.7	Einflussfaktoren von Betriebs- und Verkaufsform 178
2	Warenplatzierung 179
2.1	Regalzonen 179
2.2	Warenträger 179
3	Informationen zur Ware 181
3.1	Warenkennzeichnung 181
3.2	Warenpflege 184
3.3	Preisauszeichnung 186
4	Präsentation im Schaufenster 187
4.1	Schaufenster als Werbemittel 187
4.2	Arten der Schaufenster 187
4.3	Gestaltungsmöglichkeiten 187
4.4	Verkauf aus dem Schaufenster 188

LF 5 Werben und den Verkauf fördern

1	Werbung im Einzelhandel 190
1.1	Aufgaben der Werbung 190
1.2	Ziele der Werbung 192
1.3	Werbegegenstand 192
1.4	Werbemittel und Werbeelemente 193
1.5	Werbeträger 193
1.6	Gestaltungselemente der Werbung 195
1.6.1	Farben 195
1.6.2	Bilder und Figuren 196
1.7	Werbepsprache 197
1.8	Werbetechniken 197
1.9	Werbearbeiten 198
1.10	Werbegrundsätze 200
1.11	Werbeplanung 200
1.12	Werbewirkung 202
1.13	Werbeerfolgskontrolle 204
1.14	Grenzen der Werbung 204
1.14.1	Rechtliche Grenzen der Werbung 205
1.14.2	Ethische und emotionale Grenzen der Werbung 209
1.15	Deutscher Werberat 210
2	Verkaufsförderung im Einzelhandel 211
2.1	Aufgaben der Verkaufsförderung (Salespromotion) 211
2.2	Zielgruppen der Verkaufsförderung 211
2.3	Instrumente der Verkaufsförderung im Einzelhandel 212
3	Verpackung der Ware 214
3.1	Funktionen der Verpackung 214
3.2	Arten der Verpackung 214

3.3	Verpackungsmaterial	215
3.4	Verpackungskosten	217
3.5	Gesetzliche Grundlagen	217
3.6	Verpackungskennzeichnung	217
3.7	Verpackung und Umweltschutz	218
3.8	Einwegpfand (Dosenpfand)	219
3.9	Verpackungsgestaltung	220
4	Kundenbindung im Einzelhandel	221
4.1	Kundenzufriedenheit und Kundentreue	221
4.2	Kundendienstpolitik im Einzelhandel (Service)	222
4.3	Formen von Kundendienstleistungen	222
5	Warenzustellung im Einzelhandel	226
5.1	Firmeneigene und firmenfremde Zustellung	226
5.2	Versand über die Deutsche Post AG	226
5.3	Bedeutung privater Paketdienste	228
5.4	Güterbeförderung durch die Deutsche Bahn AG	228

LF 6 Waren beschaffen

1	Planung der Warenbeschaffung	234
1.1	Warenbedarf	234
1.2	Planung der Einkaufsmenge	235
1.3	Zeitpunkt der Warenbeschaffung	235
1.4	Finanzierung der Warenbeschaffung (Limitrechnung)	236
2	Beschaffungsprozess	237
2.1	Ermittlung der Bezugsquellen des Einzel- händlers	237
2.2	Bezugsquellen des Einzelhandels	238
2.2.1	Großhandel	238
2.2.2	Einkaufsvereinigungen (Kooperationen)	238
2.2.3	Franchising	239
2.2.4	Einkauf beim Hersteller	240
2.2.5	Einkaufskonditionen	240
2.3	Organisation der Warenbeschaffung (Logistik)	241
3	Kaufvertrag mit dem Lieferer	242
3.1	Kaufanbahnung (Anfrage)	242
3.2	Angebot des Lieferers	242
3.2.1	Verbindlichkeit des Angebotes	243
3.2.2	Inhalt des Angebotes	244
3.2.3	Lieferbedingungen	244
3.2.4	Zahlungsbedingungen	245
3.3	Auswahl des günstigsten Angebotes	247
3.3.1	Bezugskalkulation	247
3.3.2	Angebotsvergleich	248
3.4	Bestellung des Einzelhändlers	249
3.4.1	Verbindlichkeit der Bestellung	249
3.4.2	Bestellungsannahme (Auftragsbestätigung)	249
3.4.3	Zweiseitiger Handelskauf (Abschluss und Erfüllung des Kaufvertrages mit dem Lieferer)	250
3.5	Besondere Kaufvertragsarten	252
4	Schriftverkehr im Einzelhandel	253

LF 7 Waren annehmen, lagern und pflegen

1	Warenannahme	258
1.1	Äußere Prüfung	259
1.2	Inhaltliche Prüfung	259

1.3	Warenbegleitpapiere	259
1.4	Entsorgung der Verpackung	260
1.5	Erfassung des Wareneingangs	261
2	Störung des Kaufvertrages durch den Lieferer	264
2.1	Nicht-Rechtzeitig-Lieferung (Lieferungsverzug)	264
2.1.1	Voraussetzungen	264
2.1.2	Rechte des Käufers	265
2.1.3	Anmahnung der Lieferung	267
2.1.4	Ermittlung des Schadensersatzes	267
2.2	Schlechtleistung	268
2.2.1	Mängelarten	268
2.2.2	Pflichten des Käufers	269
2.2.3	Rechte des Käufers	271
2.2.4	Rückgriff des Unternehmens auf seinen Lieferer	273
2.2.5	Mängelrüge	273
3	Lagerhaltung	274
3.1	Aufgaben der Lagerhaltung	274
3.2	Lagerarten	275
3.3	Lagereinrichtung	276
3.4	Arbeiten im Lager	278
3.5	Sicherheitsvorkehrungen im Lager	280
3.6	Kosten und Risiken der Lagerhaltung	282
3.7	Lagerkontrolle	282
3.7.1	Optimaler Lagerbestand	282
3.7.2	Inventur	283
3.7.3	Lagerbestandsarten	285
3.7.4	Lagerkennzahlen	286

LF 8 Geschäftsprozesse erfassen und kontrollieren

1	Erfassen von Geschäftsprozessen durch die Buchführung	292
1.1	Aufgaben der Buchführung	293
1.2	Rechtsgrundlagen der Buchführung	293
1.3	Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung	294
1.4	Arten der Buchführung	295
2	Inventar (Bestandsverzeichnis)	297
3	Bilanz	298
3.1	Aufbau und Gliederung der Bilanz	298
3.2	Wertveränderungen in der Bilanz	300
4	Bestandskonten	302
4.1	Auflösung der Bilanz in Konten	302
4.2	Buchen in Bestandskonten	303
4.3	Abschluss der Bestandskonten	304
5	Buchungssatz	307
5.1	Einfacher Buchungssatz	307
5.2	Zusammengesetzter Buchungssatz	308
6	Erfolgskonten	309
6.1	Aufwandskonten	309
6.2	Ertragskonten	309
6.3	Buchen in Erfolgskonten	310
6.4	Gewinn- und Verlustkonto	310
7	Belege in der Buchführung	314

8	Kontrolle von Geschäftsprozessen – Einführung in die Betriebsstatistik	315	4.1	Unterschiede	350
8.1	Tabellen	316	4.2	Notwendige Informationen	350
8.2	Geschäftsgrafiken (Diagramme)	316	4.3	Verkaufstechnische Umsetzung des Geschenkkaufs	351
8.3	Bildung von Kennzahlen	318	4.4	Verpackung von Geschenken	351
8.4	Betriebliche Kennzahlen	320	5	Verkaufsstörungen	352
8.4.1	Wareneinsatz	320	5.1	Ursachen für Verkaufsstörungen	352
8.4.2	Roh-, Reingewinn	320	5.2	Verkäuferverhalten bei Verkaufsstörungen	352
8.4.3	Umsatzkennziffern (Umsatzstatistik)	321	6	Ladendiebstahl	354
LF 9 Preispolitische Maßnahmen vorbereiten und durchführen			6.1	Ursachen für Ladendiebstahl	354
1	Preisangabenverordnung	326	6.2	Diebstahlmethoden	354
1.1	Preisbestandteile	326	6.3	Verkäuferverhalten bei Ladendiebstahl	355
1.2	Arten der Preisauszeichnung	326	6.4	Vorbeugende Maßnahmen	356
1.3	Ausnahmen	327	7	Gewährleistung/Garantie/Produkthaftung/ Kulanz	357
2	Preispolitik	328	7.1	Rechtliche Grundlagen	357
2.1	Preis	328	7.2	Gewährleistung/Garantie	357
2.2	Festsetzung der Preise	328	7.3	Kulanz	358
2.3	Möglichkeiten preispolitischer Entscheidungen	329	7.4	Produkthaftung	359
2.3.1	Mischkalkulation (Ausgleichskalkulation)	329	8	Finanzierungskauf	360
2.3.2	Preisdifferenzierung	330	9	Konfliktlösungsverhalten	361
2.3.3	Sonderangebote	330	LF 11 Geschäftsprozesse erfolgsorientiert steuern		
2.3.4	Markenartikel	330	1	Warenverkehr eines Einzelhandelsunter- nehmens	366
2.3.5	Psychologische Preisgestaltung	331	1.1	Buchungen beim Warenverkehr	366
2.3.6	Preisunterbietung	331	1.2	Bestandskonto „Waren (Bestand)“	367
3	Warenkalkulation	332	1.3	Buchungen beim Wareneinkauf	368
3.1	Vorwärtskalkulation	332	1.4	Buchungen beim Warenverkauf	369
3.2	Rückwärtskalkulation	334	1.5	Abschluss der Warenkonten	370
3.3	Differenzkalkulation	335	2	Umsatzsteuer	374
3.4	Vereinfachung der Kalkulation	336	2.1	System der Umsatzbesteuerung	374
3.4.1	Kalkulationszuschlag (Kalkulationsaufschlag)	336	2.2	Vorsteuer	375
3.4.2	Kalkulationsfaktor	337	2.3	Umsatzsteuer	376
3.4.3	Handelsspanne	338	2.4	Ermittlung der Zahllast	377
3.4.4	Kalkulationsabschlag	339	3	Einlage und Entnahme von Betriebs- mitteln (Privatkonto)	380
3.4.5	Bezugskostenverteilung	340	3.1	Kapitaleinlage	380
LF 10 Besondere Verkaufssituationen bewältigen			3.2	Kapitalentnahme	381
1	Kundenverhalten	344	3.3	Entnahme von Sachmitteln (Eigenverbrauch)	382
1.1	Kundengruppen	344	4	Besondere Buchungen beim Warenverkehr	384
1.1.1	Männer/Frauen	344	4.1	Wareneinkauf	384
1.1.2	Kinder/Jugendliche/Senioren	344	4.1.1	Rücksendung von Waren an den Lieferer	384
1.1.3	Kranke/Behinderte	345	4.1.2	Warenbezugskosten	385
1.1.4	Ausländer	345	4.1.3	Preisminderungen beim Wareneinkauf	387
1.2	Kudentypen	345	4.2	Warenverkauf	389
1.3	Konsumtypen	346	4.2.1	Rücksendungen von Waren durch den Kunden	389
2	Kunden in Begleitung	347	4.2.2	Kosten beim Warenversand	390
2.1	Am Kauf interessierte Begleiter	347	4.2.3	Preisminderungen beim Warenverkauf	392
2.2	Am Kauf nicht interessierte Begleiter	348	5	Anlagenwirtschaft	395
2.3	Sachverständige Begleiter	348	5.1	Berechnung der Anschaffungskosten	395
2.4	Kauf für eine Begleitperson	348	5.2	Buchung der Anschaffungskosten	396
3	Verkauf bei Hochbetrieb und Ladenschluss	349	5.3	Abschreibung von Anlagegütern	397
3.1	Ursachen für Hochbetrieb	349	5.4	Buchung der Abschreibung von Anlagegütern	399
3.2	Vorbereitung auf Kundenandrang	349	5.5	Verkauf von Anlagegütern	401
3.3	Verhalten bei Hochbetrieb	349			
3.4	Mehrfachbedienung	349			
3.5	Verkaufsablösung/Verkauf bei Ladenschluss	349			
4	Besorgungsverkauf/Geschenkkauf	350			

6	Verteilungsrechnung	403
6.1	Verteilungsrechnung mit ganzen Anteilen	403
6.2	Verteilungsrechnung nach Bruchteilen	404
7	Kosten- und Leistungsrechnung	405
7.1	Grundbegriffe der Kosten- und Leistungsrechnung	405
7.1.1	Geldrechnung	405
7.1.2	Ergebnisrechnung (GuV-Rechnung)	406
7.1.3	Kosten- und Leistungsrechnung (KLR)	407
7.2	Sachliche Abgrenzung des Betriebsergebnisses	407
7.3	Kostenarten	408
7.4	Kostenstellenrechnung	410
7.5	Kostenträgerrechnung	411
8	Organisation der Buchführung	413
8.1	Kontenrahmen und Kontenplan	413
8.2	Jahresabschluss	415
8.2.1	Kontenrahmen und Jahresabschluss	415
8.2.2	Aufstellung der Bilanz	416
8.2.3	Aufstellung der Gewinn- und Verlustrechnung in Kontenform	416
8.3	Verwertung der Vermögensgegenstände und Schulden	418
8.3.1	Bewertungsgrundsätze	418
8.3.2	Verwendung des Jahresergebnisses	419
8.4	Auswertung der Bilanz	419
8.4.1	Bilanzanalyse	419
8.4.2	Bilanzkennziffern	419
8.4.3	Bilanzkritik	421
8.5	Elektronische Buchhaltung (Speicherbuchhaltung)	421
8.5.1	Entwicklung zur elektronischen Buchhaltung	421
8.5.2	Gesetzliche Grundlagen der Speicherbuchführung	421
8.5.3	Speicherbuchführung und herkömmliche Buchführung	422
8.5.4	Buchen am Computer	422
8.5.5	Von der Kontoeröffnung zur Bilanz	423
9	Überwachung der Unternehmens-tätigkeit	424
9.1	Abschlussbericht als Kontrollinstrument der Betriebsführung	424
9.2	Deckungsbeitragsrechnung	426
9.3	Kurzfristige Erfolgsrechnung (KER)	427
9.4	Betriebsvergleich (Benchmarking)	427
9.5	Kapitalkennziffern	428
10	Warenwirtschaft	429
10.1	Herkömmliche Warenwirtschaft	429
10.2	Warenwirtschaftssystem	430
10.3	Betriebliches Datennetz	430
10.4	Warenwirtschaftliche Grundsysteme	431
10.5	Arbeiten im Warenwirtschaftssystem	433
10.6	Auswertung der Daten	434
10.7	Inventur mit einem Warenwirtschaftssystem	435
10.8	Grenzen und Gefahren von Warenwirtschaftssystemen	435

LF 12 Mit Marketingkonzepten Kunden gewinnen und binden

1	Marketing	438
1.1	Begriffsbestimmung	438
1.2	Bedeutung des Marketings	439
1.3	Marketingziele	440
1.4	Zielgruppenmarketing	441
1.5	Standortmarketing	442
2	Marktuntersuchung	444
2.1	Markterkundung	444
2.2	Marktforschung	445
2.2.1	Marktanalyse	445
2.2.2	Marktbeobachtung	446
2.2.3	Methoden der Marktforschung	446
2.2.4	Data Warehouse	447
2.3	Marktprognose	448
3	Marketinginstrumente	450
3.1	Sortimentspolitik	450
3.2	Preispolitik	453
3.2.1	Preis und Kosten	453
3.2.2	Aktive Preispolitik	454
3.2.3	Besondere preispolitische Maßnahmen	455
3.2.4	Preisnachlässe (Konditionenpolitik)	456
3.3	Werbung	456
3.4	Public Relations (Öffentlichkeitsarbeit)	457
3.5	Salespromotion	459
3.6	Kundenservice	460
3.7	Präsentation im „Tagesgeschäft“	461
3.7.1	Normaler Geschäftsbetrieb	461
3.7.2	Beschwerdemanagement	461
3.7.3	Gesamtwirkung	462
4	Marketingmanagement	463
4.1	Marketingmix	463
4.2	Kundenbeziehungsmanagement	464
4.3	Marketingkonzepte	466
5	Internetnutzung	468
5.1	Möglichkeiten und Grenzen	468
5.2	E-Business	469
5.2.1	Begriffserklärung	469
5.2.2	Internetseite	469
5.2.3	Besucher	470
5.2.4	Kommunikationsplattform	470
5.3	E-Commerce (Internethandel)	470
5.4	Rechtliche Aspekte	471
5.5	Onlinemarketing	473

LF 13 Personaleinsatz planen und Mitarbeiter führen

1	Gesprächsführung	478
1.1	Direkte und indirekte Aussagen	478
1.2	Verbale, nonverbale Aussagen	479
1.3	Gesprächsstörer und Gesprächsförderer	479
2	Umgang mit Konflikten	480
2.1	Entstehung von Konflikten	480
2.2	Arten von Konflikten	480
2.3	Konfliktlösungsansätze	480
3	Personalentwicklung	481
3.1	Personalwirtschaftliche Ziele	481

3.2	Analyse des Mitarbeiterbestands und der Struktur	481	3.2.2	Kommanditgesellschaft (KG)	526
3.3	Personalbedarfsermittlung	482	3.3	Kapitalgesellschaften	527
3.4	Instrumente der Personalbeschaffung	487	3.3.1	Aktiengesellschaft (AG)	527
3.4.1	Interne Personalbeschaffung	488	3.3.2	Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH)	528
3.4.2	Externe Personalbeschaffung	488	3.3.3	Besondere Gesellschaftsformen	529
3.5	Auswahl der Bewerber	489	4	Ein Einzelhandelsunternehmen führen	530
3.5.1	Beurteilung der Bewerbungsunterlagen	489	4.1	Unternehmerischen Zielsetzungen	530
3.5.2	Vorstellungsgespräch	493	4.2	Verwirklichung der Unternehmensziele	530
3.5.3	Einstellungstests	494	4.3	Entscheidungs- und Führungsstrukturen	531
3.5.4	Auswahlkriterien	494	4.4	Entscheidungsbefugnisse der Mitarbeiter	531
4	Begründung, Betreuung und Beendigung von Arbeitsverhältnissen	495	5	Finanzierung des Unternehmens	533
4.1	Bedeutung von Arbeitsverträgen für das Arbeitsverhältnis	495	5.1	Kapitalbedarf des Unternehmens	533
4.1.1	Abschluss von Arbeitsverträgen	495	5.2	Kapitalbeschaffung	533
4.1.2	Änderung/Beendigung von Arbeitsverträgen	499	5.3	Einsatz eigener Mittel (Eigenfinanzierung)	534
4.2	Mitarbeitermotivation	505	5.3.1	Eigenkapitalerhöhung durch Innenfinanzierung	534
4.2.1	Führungsstile	505	5.3.2	Eigenkapitalerhöhung durch Außenfinanzierung	534
4.2.2	Erfolgsbeteiligungen	506	5.4	Fremdfinanzierung	534
4.2.3	Betriebliches Vorschlagswesen	507	5.4.1	Handelskredit	535
4.2.4	Sonstige Faktoren	507	5.4.2	Bankkredit	535
4.3	Entgeltabrechnungen	507	5.5	Sicherung von Bankkrediten	536
4.3.1	Lohn und Gehalt	507	5.6	Sonderformen der Finanzierung	537
4.3.2	Vorschüsse, Sachleistungen und freiwillige Zuschüsse	514	6	Kosten der Überlassung fremder Mittel	538
4.3.3	Vermögenswirksame Leistungen	515	6.1	Allgemeine Zinsformel	538
4.4	Datenschutz	517	6.2	Berechnung von Kapital, Zinssatz und Zeit	540
4.4.1	Rechtsgrundlagen	517	6.3	Kaufmännische Zinsformel	541
4.4.2	Prinzipien	517	6.4	Summarische Zinsrechnung	542
4.4.3	Datenschutzbeauftragter	518	7	Behandlung von Außenständen	543
LF 14 Ein Einzelhandelsunternehmen leiten und entwickeln			7.1	Kaufmännisches Mahnverfahren	543
1	Kaufmännische Vorüberlegungen	520	7.2	Nicht-Rechtzeitig-Zahlung (Zahlungsverzug)	543
2	Rechtliche Voraussetzungen	521	7.3	Gerichtliches Mahnverfahren	544
2.1	Anmeldung des Betriebes	521	7.4	Verjährung von Forderungen	545
2.2	Kaufmannseigenschaft	521	8	Das Unternehmen in der Existenzkrise	546
2.3	Firma	522	8.1	Gründe für auftretende Krisen	546
2.3.1	Firmenname	522	8.2	Sanierung des Unternehmens	547
2.3.2	Firmengrundsätze	523	8.3	Unternehmens- und Verbraucherinsolvenz	548
2.4	Handelsregister	523	8.4	Freiwillige Liquidation des Unternehmens	549
3	Rechtsform des Unternehmens	524	Stichwortverzeichnis	550	
3.1	Einzelunternehmen	524	Bildquellenverzeichnis	558	
3.1.1	Firma	524	Anhang: Einzelhandelskontenrahmen (EKR)		
3.1.2	Stille Gesellschaft	525	Gliederung der Gewinn- und Verlustrechnung in Staffelform		
3.2	Personengesellschaften	525	Gliederung der Jahresbilanz		
3.2.1	Offene Handelsgesellschaft (OHG)	525			