

Modernes Handelsmanagement

Eine Einführung in die Handelslehre

Bearbeitet von
Prof. Dr. Thomas Rudolph

3., überarbeitete Auflage 2013. Buch. 261 S. Gebunden
ISBN 978 3 7910 3304 4
Format (B x L): 17 x 24 cm

[Wirtschaft > Betriebswirtschaft > Marketing, Handelsmanagement](#)

Zu [Leseprobe](#)

schnell und portofrei erhältlich bei

The logo for beck-shop.de features the text "beck-shop.de" in a bold, red, sans-serif font. Above the "i" in "shop" are three red dots of increasing size. Below the main text, the words "DIE FACHBUCHHANDLUNG" are written in a smaller, red, all-caps, sans-serif font.

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung [beck-shop.de](#) ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

SCHÄFFER
POESCHEL

Inhaltsverzeichnis

Vorwort zur dritten Auflage	V
Leserhinweis	IX
Abkürzungsverzeichnis	XVII

1	Grundlagen und Prozesskompetenz	1
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

2	Strategiekompetenz	49
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

3	Kundenkompetenz	67
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
4	Verkaufskompetenz	93
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
5	Logistikkompetenz	117
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

6	Beschaffungskompetenz	135
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
7	Finanzierungskompetenz	157
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
8	Controllingkompetenz	175
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
9	Personalkompetenz	199
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
10	Informationskompetenz	217
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