

Thomas Rudolph

Modernes Handelsmanagement

Eine Einführung in die Handelslehre

2., überarbeitete und erweiterte Auflage

2009

Schäffer-Poeschel Verlag Stuttgart

Inhaltsverzeichnis

Vorwort zur zweiten Auflage	V
Leserhinweis	IX
Abkürzungsverzeichnis	XII
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	3
1.1.3 Handelsepochen und treibende Kräfte	6
1.1.4 Wandelnde Markterscheinungsformen	9
1.1.5 Leistungen des Einzelhandels und konstitutive Merkmale der Handelstätigkeit	10
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	19
1.2 Prozesskompetenz und vernetzte Wertschöpfung	24
1.2.1 Prozesskenntnisse und Kompetenzaufbau	25
1.2.2 Prozesse und Kompetenzen verdrängen starre Strukturen	27
1.2.3 Erfolgslogik und Basiskompetenzen im Handel	28
1.2.4 Fallstudie: Pommes frites	31
2 Strategiekompetenz	45
2.1 Einleitung	45
2.2 Grundlagen	46
2.3 Handlungswissen	49
2.3.1 Bestimmen Sie den Markt	50
2.3.2 Entwickeln Sie eine Unternehmensvision	51
2.3.3 Führen Sie eine Situationsanalyse durch	52
2.3.4 Identifizieren Sie eine Erfolg versprechende Grundsatzstrategie bzw. ein Geschäftsmodell	53
2.3.5 Legen Sie Ziele fest und beachten Sie die Ressourcen	55
2.3.6 Wählen Sie Profilierungsinstrumente	55
2.3.7 Beurteilen und optimieren Sie die Leistung	56
2.4 Fallstudie: IKEA	57
3 Kundenkompetenz	61
3.1 Einleitung	61
3.2 Grundlagen	62
3.2.1 Die Wahl der Einkaufsstätte aus der Kundenperspektive	62
3.2.2 Die Wahl der Einkaufsstätte aus der Managementperspektive	64
3.3 Handlungswissen	66

3.3.1	Marktsegmentierung planen66
3.3.2	Konsumentenforschung im Handel konzipieren.77
3.4	Fallstudie: Motel One.81
4	Verkaufskompetenz87
4.1	Einleitung87
4.2	Grundlagen89
4.2.1	Der Einkauf in der Verkaufsstelle - Entscheidung über Erfolg oder Misserfolg89
4.2.2	Der Verkauf sprozess.90
4.2.3	Die Instrumente und Aufgaben im Verkauf.93
4.3	Handlungswissen95
4.3.1	Sortimentsbreite bestimmen95
4.3.2	Preislagen unterscheiden97
4.3.3	Anforderungen und Grundformen der Ladengestaltung kennenlernen.98
4.4	Fallstudie: Giovanni-Sport101
5	Logistikkompetenz107
5.1	Einleitung107
5.2	Grundlagen108
5.2.1	Die Aufgaben der Logistik.108
5.2.2	Der Logistikprozess und seine Grundformen.109
5.2.3	Informationsverarbeitung und Logistik113
5.3	Handlungswissen.114
5.3.1	Herausforderungen im Supply Chain Management erkennen.114
5.3.2	Aufbau eines wirkungsvollen Supply Chain Managements am Fallbeispiel der Metro AG verstehen.115
5.4	Fallstudie: Albert Heijn.118
6	Beschaffungskompetenz123
6.1	Einleitung123
6.2	Grundlagen125
6.2.1	Der Beschaffungsprozess.125
6.2.2	Der Einfluss von Produktspezifika auf den Beschaffungsprozess127
6.2.3	Die Bedeutung von Category Management in der Beschaffung128
6.2.4	Die Bedeutung von E-Procurement129
6.3	Handlungswissen.130
6.3.1	Beschaffungsportfolio zur Sortimentsanalyse bestimmen.130
6.3.2	ABC-Analyse zur Analyse einzelner Warengruppen planen.132
6.3.3	ABC-/XYZ-Portfolio zur Ableitung beschaffungslogistischer Konzepte aufstellen.134
6.3.4	Multiattributbewertung zur Lieferantenbeurteilung vornehmen135
6.3.5	Optimale Warenbestände planen.137
6.4	Fallstudie: CFFR bei dm-drogerie markt und Henkel.138

6.4.1	Ziel der Zusammenarbeit	139
6.4.2	Projektvorgehen	140
6.4.3	Ergebnisse aus dem Pilotprojekt	141
7	Finanzierungskompetenz	145
7.1	Einleitung	145
7.2	Grundlagen	146
7.2.1	Begriffliche Definitionen	146
7.2.2	Der Finanzierungsprozess	147
7.3	Handlungswissen	147
7.3.1	Kapitalbedarf berechnen	147
7.3.2	Finanzierungsanlass beachten	151
7.3.3	Finanzierungsform wählen	153
7.3.4	Finanzierungsstruktur optimieren	157
8	Controllingkompetenz	163
8.1	Einleitung	163
8.2	Grundlagen	164
8.2.1	Zweck des Controllings	165
8.2.2	Der Controllingprozess	166
8.2.3	Verankerung des Controllings im Unternehmen	170
8.3	Handlungswissen	171
8.3.1	Kennzahlensysteme entwickeln	171
8.3.2	Zentrale Handelskennzahlen auswählen	174
8.3.3	Deckungsbeiträge verbessern	176
8.3.4	Sortimentsmix optimieren	179
8.4	Fallstudie: Women's Wear	181
9	Personalkompetenz	185
9.1	Einleitung	185
9.2	Grundlagen	186
9.3	Handlungswissen	187
9.3.1	Mitarbeiter motivieren	187
9.3.2	Mitarbeiter führen	191
9.3.3	Mitarbeiter gewinnen und entwickeln	193
9.4	Fallstudie: Oasis	197
10	Informationskompetenz	201
10.1	Einleitung	201
10.2	Grundlagen	202
10.2.1	Informationsprozess	202
10.2.2	Informationsquellen im Handel	204
10.2.3	Informationsmanagement	212
10.3	Handlungswissen	213

10.3.1	Kundeninformationen in bestehende Informationssysteme integrieren.	213
10.3.2	Leistungsfähigkeit integriert messen.	214
10.3.3	Vom Informationsvermittler zum Informationsmanager.	216
10.4	Fallstudie: REWE.	216
	Glossar.	221
	Relevante Links zum Thema Handel.	229
	Literaturverzeichnis.	231
	Sachregister.	237