



EUROPA-FACHBUCHREIHE  
für wirtschaftliche Bildung

**Lösungen zu**

# **Zukunft im Einzelhandel**

**Situation – Aktion – Training**

**2. Ausbildungsjahr**

2. Auflage

Lektorat: Joachim Beck

VERLAG EUROPA-LEHRMITTEL · Nourney, Vollmer GmbH & Co. KG  
Düsselberger Straße 23 · 42781 Haan-Gruiten

Europa-Nr.: 99976

**Verfasser**

Joachim **Beck** (Lektorat)

Christel **Eichhoff**

Dr. Reinhard **Löbbert**

Dr. Helmut **Lungershausen**

Matthias **Mann**

Das vorliegende Lösungsheft wurde auf der **Grundlage der aktuellen amtlichen Rechtschreibregeln** erstellt.

2. Auflage 2012

Druck 5 4 3 2 1

Alle Drucke derselben Auflage sind parallel einsetzbar, da bis auf die Behebung von Druckfehlern untereinander unverändert.

ISBN 978-3-8085-9938-9

Alle Rechte vorbehalten.

Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der gesetzlich geregelten Fälle muss vom Verlag schriftlich genehmigt werden.

© 2012 by Verlag Europa-Lehrmittel, Nourney, Vollmer GmbH & Co. KG, 42781 Haan-Gruiten  
<http://www.europa-lehrmittel.de>

Umschlaggestaltung: braunwerbeagentur, Stefanie Braun, 42477 Radevormwald  
Satz: Satz+Layout Werkstatt Kluth GmbH, 50374 Erfstadt  
Druck: Strauss GmbH, 69509 Mörlenbach

# Inhalt

	Seite
<b>Lernfeld 6: Waren beschaffen</b>	<b>4 – 19</b>
<b>Lernfeld 7: Waren annehmen, lagern und pflegen</b>	<b>20 – 34</b>
<b>Lernfeld 8: Geschäftsprozesse erfassen und kontrollieren</b>	<b>35 – 51</b>
<b>Lernfeld 9: Preispolitische Maßnahmen vorbereiten und durchführen</b>	<b>52 – 67</b>
<b>Lernfeld 10: Besondere Verkaufssituationen bewältigen</b>	<b>68 – 81</b>

Wir Autoren wünschen Ihnen eine erfolgreiche Arbeit mit dem Einsatz des Arbeitsheftes in Ihrem Unterricht. Bitte berücksichtigen Sie, dass in vielen Fällen die Lösungen bzw. Lösungsvorschläge exemplarisch zu verstehen sind und dass dadurch Kreativität und Einfallsreichtum Ihrer Schülerinnen und Schüler nicht eingeschränkt werden sollen.

Bei mehreren Aufgaben finden Sie den Hinweis „schülerindividuelle“ oder „schülerabhängige“ Lösung. In solchen Fällen scheint es uns nicht möglich, das zu erwartende Handeln der Schülerinnen und Schüler als „Lösung“ zu beschreiben. Dabei sollten Leistungen, die sich durch eigenständige Ideen und kreative Ansätze auszeichnen, besonders positiv bewertet werden.

- Hinweis:**
- Die Seitenangabe vor der Kapitelüberschrift verweist auf die entsprechende Seite im Arbeitsheft.
  - Nutzer der **bayerischen** Regionalausgabe **„Erfolg im Einzelhandel“** beachten bitte: Dieser Lösungsband ist gleichzeitig auch der Lösungsband zum Arbeitsheft für „Erfolg im Einzelhandel, Jahrgangsstufe 10“, und zwar für die Lernfelder 6 und 7. Außerdem für das Arbeitsheft zur Jahrgangsstufe 11. Bitte beachten Sie: Die Lösungen zum Lernfeld 12 „Mit Marketingkonzepten Kunden gewinnen und binden“ finden Sie im Lösungsband zum Arbeitsheft „Zukunft im Einzelhandel – 3. Ausbildungsjahr“.

## Seite 7 ▶ 6.1 Kaufverträge mit Lieferanten – Anfrage

### Situation

Sie sind im Küchenfachmarkt „Culinaria“, Neckarstraße 12, 55555 Neuburg, Assistentin bzw. Assistent der Geschäftsleitung.

Bei Ihrem Besuch der Kölner Möbelmesse überzeugte Sie besonders die Präsentation der neuen Küchenlinie im Landhausstil „My-Home“ des Küchenherstellers Wortmann GmbH, Weberstraße 64, 49082 Osnabrück.

Von der Geschäftsleitung erhalten Sie den Auftrag, eine Anfrage an die Wortmann GmbH zu schreiben.



### Aufgaben

1. Erarbeiten Sie sich das notwendige Fachwissen zum Lerngebiet „Anfrage“ mithilfe der folgenden Leitfragen. Nutzen Sie zur Lösung auch Ihr Schulbuch.

<b>Was ist eine Anfrage?</b>	<i>Eine Anfrage ist eine durch unterschiedliche Medien übermittelte Frage eines Absenders an einen Empfänger, von dem er eine Antwort erwartet.</i>
<b>Welche betriebswirtschaftliche und rechtliche Bedeutung hat sie?</b>	<i>Anfragen dienen zur Einholung von Angeboten. Es soll festgestellt werden, ob und zu welchen Bedingungen (Preise, Konditionen) Waren oder Dienstleistungen von Lieferanten bezogen werden können. Ein Anfragender ist rechtlich nicht gebunden, d. h. keine Verpflichtung zum Kauf.</i>
<b>Welche Arten gibt es?</b>	<i>Allgemeine Anfrage → der mögliche Lieferant wird um Zusendung einer Preisliste, eines Katalogs oder um den Besuch eines Außendienstmitarbeiters gebeten. Spezielle Anfrage → sie bezieht sich auf bestimmte Waren oder Leistungen eines Anbieters, die in der Anfrage möglichst genau beschrieben werden.</i>
<b>Welche Möglichkeiten gibt es Anfragen zu übermitteln?</b>	<i>Mündlich, fernmündlich, schriftlich (Papierform bzw. elektronisch).</i>
<b>Wie sind Anfragen zu formulieren?</b>	<i>Angabe des Grundes für die Anfrage, Angabe der gewünschten Artikel, Angaben über die Menge, Fragen nach Preisen, Zahlungsbedingungen, Lieferbedingungen und Lieferzeit.</i>
<b>Welche Formvorschriften sind zu beachten?</b>	<i>Es sind keine bestimmten Formvorschriften zu beachten.</i>

2. Schreiben Sie eine Anfrage an die Wortmann GmbH und bitten Sie um ausführliche Informationen zur neuen Produktlinie „My-Home“. Deuten Sie an, dass Sie das Küchenprogramm in Ihr Sortiment aufnehmen möchten. Fordern Sie auch Preislisten sowie die genauen Lieferungs- und Zahlungsbedingungen an. Verwenden Sie den Vordruck auf der folgenden Seite.

## Formularvordruck für die Anfrage:


**CULINARIA GmbH**  
**Küchenfachmarkt**  
**Neuburg**

 Neckarstraße 12  
 55555 Neuburg

CULINARIA GmbH – Neckarstraße 12 – 55555 Neuburg

 Wortmann GmbH  
 Weberstraße 64  
 49082 Osnabrück

 Ihr Zeichen:  
 Ihre Nachricht vom:  
 Unser Zeichen:  
 Name:

 Telefon: 05989 449988  
 Telefax: 05989 44998810  
 E-Mail: culinaria@xweb.de

Datum:

**Anfrage**
*Sehr geehrte Damen und Herren,*

*bei einem Besuch Ihres Ausstellungsstandes auf der diesjährigen Kölner Möbelmesse überzeugte uns besonders Ihre neue Küchenlinie im Landhausstil „My-Home“.  
Wir möchten dieses Küchenprogramm gerne in unser Sortiment aufnehmen.*

*Bitte senden Sie uns den entsprechenden Katalog einschließlich Preislisten sowie Lieferungs- und Zahlungsbedingungen.*

*Unser Unternehmen ist Premium-Partner im DMEKV (Deutscher Möbel Einkaufsverband). Sollte Ihr Angebot zu unserer Zufriedenheit ausfallen, können wir Sie zur Aufnahme in den Kreis der Verbandslieferanten vorschlagen.*

*Mit freundlichen Grüßen*

*CULINARIA GmbH*

*i.A. Martina Muster*

*Martina Muster*

 Geschäftsführer  
 Norbert Bogner  
  
 Neckarstraße 12  
 55555 Neuburg

 Telefon 05989 449988  
 Telefax 05989  
 44998815  
 E-Mail  
 culinaria@xweb.de

 Bankverbindung  
 Neuburger Bank  
 BLZ 70470474  
 Konto-Nr.: 177 512

 Handelsregister  
 Amtsgericht Neuburg  
 HRB 551234  
 Parkstraße 17  
 55555 Neuburg

 Finanzamt  
 Neuburg 2  
 Hauptstraße 36–38  
 55555 Neuburg  
 USt.IdNr. DE266667880

## 6.2 Kaufverträge mit Lieferanten – Bestellung



### CULINARIA GmbH Küchenfachmarkt Neuburg

Neckarstraße 12  
55555 Neuburg

CULINARIA GmbH – Neckarstraße 12 – 55555 Neuburg

Wortmann GmbH  
Weberstraße 64  
49082 Osnabrück

Ihr Zeichen:  
Ihre Nachricht vom:  
Unser Zeichen:  
Name:

Telefon: 05989 449988  
Telefax: 05989 44998810  
E-Mail: culinaria@xweb.de

Datum:

**BESTELLUNG** Unsere Kommissionsnummer: 22456 – 2007001 Seite 1 von 2

Sehr geehrte Damen und Herren,

wir bestellen gemäß Ihren Allgemeinen Geschäftsbedingungen zur Lieferung Anfang KW 28 für unsere Kommission Westheimer:  
Aus Programm „My-Home“: Eckküche, Front Buche hell, Tiefe 60 cm, Höhe 211 cm, Modellnummer: 04-726.

Artikel-Nummer	Menge	Artikelbeschreibung	Maße (Länge)
7267701	1	Arbeitsplatte, Dekor Granit rosa	340 cm
7267712	1	Spülen-Unterschrank, 2 Türen	120 cm
7267714	1	Hochschrank, 2 Türen für Geschirr	60 cm
7267717	1	Hochschrank, Umbau für Kühlschrank	60 cm
7267745	2	Unterschrank mit Auszug	60 cm
7267766	2	Wandschrank mit 2 Glastüren	80 cm
7267768	1	Sideboard mit 2 Glaseinlegeböden	60 cm
7267709	1	Karussell-Eckschrank	80 cm

Geschäftsführer  
Norbert Bogner  
Neckarstraße 12  
55555 Neuburg

Telefon 05989 449988  
Telefax 05989  
44998810  
E-Mail  
culinaria@xweb.de

Bankverbindung  
Neuburger Bank  
BLZ 70470474  
Konto-Nr.: 177 512

Handelsregister  
Amtsgericht Neuburg  
HRB 551234  
Parkstraße 17  
55555 Neuburg

Finanzamt  
Neuburg 2  
Hauptstraße 36-38  
55555 Neuburg  
USt.IdNr. DE266667880

Formularvordruck für die Bestellung, Seite 1:



**CULINARIA GmbH**  
**Küchenfachmarkt**  
**Neuburg**

**BESTELLUNG** Unsere Kommissionsnummer:

**Seite 2 von 2**

*Unser Kunde Westheimer ist langjähriger Stammkunde und legt größten Wert auf die Einhaltung des zugesagten Liefertermins. Wir bitten um termingerechte und sorgfältige Ausführung des Auftrages.*

*Bitte bestätigen Sie schriftlich den Erhalt unseres Auftrags.*

*Mit freundlichen Grüßen*

CULINARIA GmbH

*i.A. Martina Muster*

Martina Muster

Geschäftsführer  
 Norbert Bogner

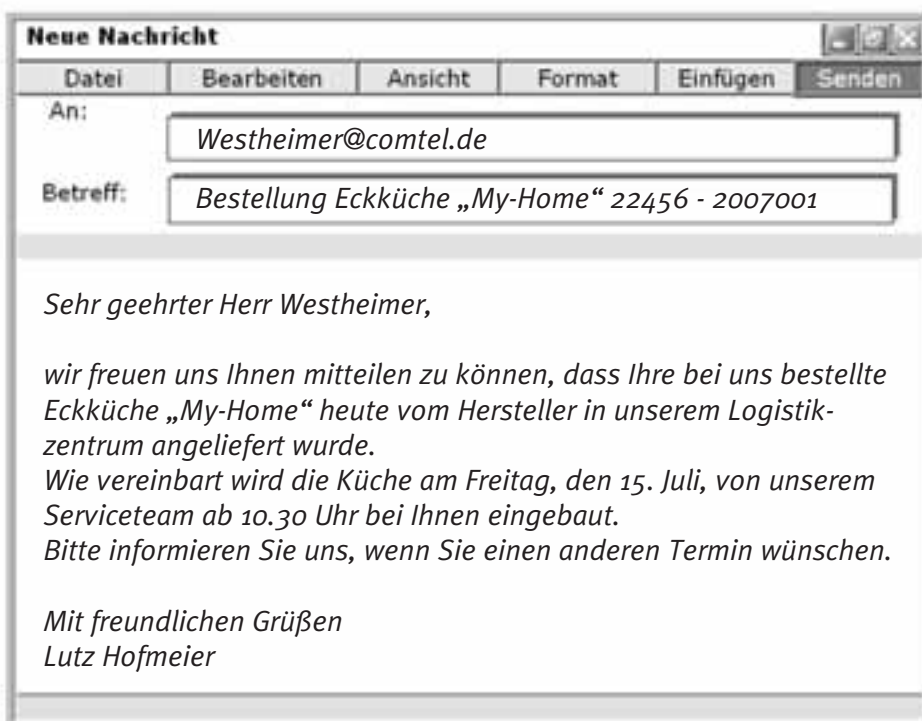
Neckarstraße 12  
 55555 Neuburg

Telefon 05989 449988  
 Telefax 05989  
 44998810  
 E-Mail  
 culinaria@xweb.de

Bankverbindung  
 Neuburger Bank  
 BLZ 70470474  
 Konto-Nr.: 177 512

Handelsregister  
 Amtsgericht Neuburg  
 HRB 551234  
 Parkstraße 17  
 55555 Neuburg

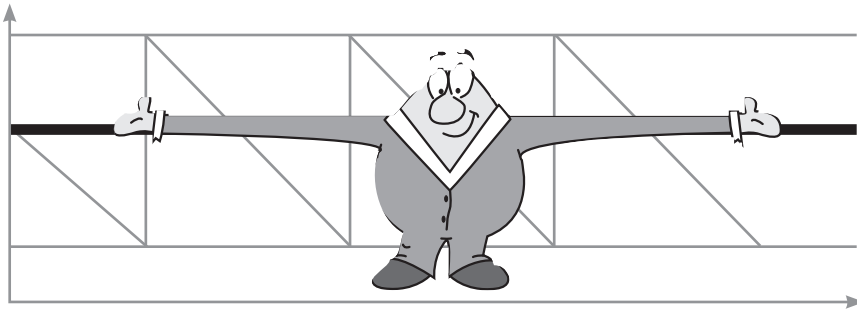
Finanzamt  
 Neuburg 2  
 Hauptstraße 36-38  
 55555 Neuburg  
 USt.IdNr. DE266667880



- Die Küchenzeile wurde rechtzeitig geliefert, sodass der von den Kunden gewünschte Liefertermin eingehalten werden kann.

Informieren Sie mittels E-Mail Herrn Westheimer über Lieferung und Aufbau. Seine E-Mail Adresse lautet: Westheimer@comtel.de.

## Seite 12 **6.3 Meldebestandsrechnen – eine neue Rechenart?**



### 6.3.1 Berechnung des Meldebestands

Für die Berechnung des Meldebestandes gilt die Formel:

$$\text{Meldebestand} = (\emptyset \text{ Tagesabsatz} \cdot \text{Beschaffungszeit}) + \text{Mindestbestand}$$

Beispiel

Meldebestand (Stück)	$\emptyset$ Tagesabsatz (Stück)	Beschaffungszeit (Tage)	Mindestbestand (Stück)
80	10	6	20

#### Aufgaben

1. Wie viel Ware wird in der Zeit von der Bestellung neuer Ware bis zum Eintreffen dieser Ware noch verkauft?

60 Stück

2. Die Klammer ( $\emptyset$  Tagesabsatz  $\cdot$  Beschaffungszeit) ist „eigentlich“ überflüssig, aber sie macht einen betriebswirtschaftlichen Zusammenhang besonders deutlich. Begründen und argumentieren Sie!

*Die Klammer bei ( $\emptyset$  Tagesabsatz  $\times$  Beschaffungszeit) ist nicht erforderlich, denn es gilt die Rechenregel „Punktrechnung vor Strichrechnung“. Dennoch ist die Klammer zweckmäßig, denn das Produkt ( $\emptyset$  Tagesabsatz  $\times$  Beschaffungszeit) gibt an, welcher Absatz in der Beschaffungszeit zu erwarten ist.*

3. a) Wie lange reicht der Mindestbestand, falls die neue Ware infolge unerwarteter Ereignisse und besonderer Umstände nicht pünktlich eintrifft?

2 Tage

- b) Welche Ereignisse und Umstände können das sein?

*Schwierigkeiten bei der Belieferung (Streik, Straßenzustand ...); unerwartet hoher Absatz.*

4. Wann ist es sinnvoll,

- a) einen eher hohen Mindestbestand oder aber

- b) einen eher niedrigen Mindestbestand zu unterhalten?

*a) Unsicherheiten in der Bedarfseinschätzung, stark unregelmäßiger tägl. Absatz, A- (und evtl. B-)Artikel, aktuelle, intensiv beworbene Ware, schwierige/langwierige/unsichere Nachbeschaffung; wichtige Stellung der Ware im Bedarfsverbund; hohe Beschaffungskosten*

*b) regelmäßiger Absatz, C-Artikel; JIT-Belieferung; verlässliche Nachbeschaffung, kurze Beschaffungszeit; weniger wichtige Stellung der Ware im Bedarfsverbund; niedrige Beschaffungskosten.*



**Seite 12** **6.3.2 Mit einer Formel zu vier Ergebnissen!**

Die Meldebestandsformel wird meistens in der Weise benutzt, dass der Meldebestand die gesuchte Größe ist (s. o.). Es ist jedoch möglich, die Formel auch zu den anderen Größen hin aufzulösen.

**Aufgaben**

1. Berechnen Sie die jeweils unbekanntenen Größen:

Aufgabe	Meldebestand (Stück)	Ø Tagesabsatz (Stück)	Beschaffungszeit (Tage)	Mindestbestand (Stück)
A	80	8	8	16
B	96	9	8	24
C	64	8	6	16
D	72	6	10	12

2. Nun sollen Sie selbst Textaufgaben formulieren und diese Aufgaben anderen Mitgliedern Ihrer Lerngruppe zur Lösung stellen.

a) Textaufgaben formulieren

Aufgabe	Gesuchte Größe	Aufgabentext
E	Meldebestand (Stück)	<i>Beispiel: Wie hoch ist der Meldebestand bei einem durchschnittlichen täglichen Absatz von 20 Stück und einer Beschaffungszeit von 5 Tagen, wenn der Mindestbestand auf 20 Stück festgelegt wurde?</i>
F	Ø Tagesabsatz (Stück)	<i>Wie hoch ist der tägliche Absatz bei einem Meldebestand von 100 und einem Mindestbestand von 25, wenn die Beschaffungszeit 3 Tage beträgt?</i>
G	Beschaffungszeit (Tage)	<i>Wie viele Tage beträgt die Beschaffungszeit bei einem Meldebestand von 125, einem Mindestbestand von 25 und einem täglichen Absatz von 20?</i>
H	Mindestbestand (Stück)	<i>Wie hoch ist der Mindestbestand bei einem durchschnittlichen täglichen Absatz von 10, wenn der Meldebestand 60 beträgt und mit einer Lieferzeit von 4 Tagen gerechnet wird?</i>

## b) Lösungsschema

Aufgabe	Meldebestand (Stück)	Ø Tagesabsatz (Stück)	Beschaffungszeit (Tage)	Mindestbestand (Stück)
E	120	20	5	20
F	100	25	3	25
G	125	20	5	25
H	60	10	4	20

3. Die folgende Tabelle zeigt Beispiele für rechnerisch richtige, aber betriebswirtschaftlich wenig sinnvolle Lösungen:

Aufgabe	Meldebestand (Stück)	Ø Tagesabsatz (Stück)	Beschaffungszeit (Tage)	Mindestbestand (Stück)
J	81	1	1	80
K	81	80	1	1

Weisen Sie jeweils nach, dass die Beispiele rechnerisch richtig sind, und nennen Sie Gründe dafür, dass sie zugleich betriebswirtschaftlich wenig sinnvoll sind.

*J:  $81 = 1 \times 1 + 80$  ist rechnerisch richtig, aber betriebswirtschaftlich nicht sinnvoll, da es nicht vernünftig ist, für eine Ware mit niedrigem Absatz bei niedriger Wiederbeschaffungszeit einen derart hohen Mindestbestand zu unterhalten.*

*K:  $81 = 80 \times 1 + 1$ . Auch dieses Beispiel ist rechnerisch richtig, aber betriebswirtschaftlich nicht sinnvoll, da es trotz der kurzen Beschaffungszeit nicht vernünftig ist, für eine Ware mit so hohem Absatz einen derart kleinen Mindestbestand zu unterhalten. Bei einer Ladenöffnungszeit von 12 h pro Tag hat der Mindestbestand nur eine Reichweite von 9 Minuten ( $12 \times 60$ ) : 80.*

## Seite 14 ➔ 6.4 Beschaffungswege können verschlungen sein

### 6.4.1 Total global! – Wo kommen Waren her?

#### Lösung zu 1. und 2.

Ware/ Warenart	Merkmale	Beschaffungs- wege Erzeuger/ Hersteller (E/H) Zwischenhandel (Z)
Angorawolle	<i>Wolle von Angorakaninchen; stark wärmend und durchblutungsfördernd; im Handel Garne aus Angora und Angoramischungen</i>	Lösung von den Beschaffungswegen des Ausbildungsbetriebes abhängig
Bidet	<i>Niedrig angebrachtes Sitzwaschbecken zur Reinigung der intimen Hautbereiche.</i>	
Calamar	<i>(Kalmar) Weichtier (Tintenfisch); verzehrt werden der Hohlmuskel (in Ringe geschnitten), bei kleineren Tieren auch Kopf und Fangarm; frisch und zubereitet im Handel.</i>	
Douglasfichte	<i>(Douglasie) Kieferngewächs, Höhe bis 100 m, Stamm bis 4 m Ø.</i>	
Espresso	<i>Besonders bekömmlicher Kaffeeaufguss (beim Espressoverfahren wird Wasserdampf mit hohem Druck durch das Kaffeemehl gepresst). Im Handel als lösliche Kaffeespezialität (aromatisiertes Getränkepulver mit ca. 7 – 10 % löslichem Bohnenkaffee).</i>	
Futon	<i>Japanische Schlafunterlage, vor allem aus Baumwolle, die unmittelbar auf den mit Matten bedeckten Fußboden gelegt wird</i>	
Gyros	<i>Geschnetzeltes, gestücktes Fleisch mit Würzung nach griechischem Rezept, unterliegt der Hackfleischverordnung. Im Handel auch als Convenience-Produkt (zubereitet, tiefgefroren)</i>	
Halwa	<i>(Halva) Orientalische süß-zähe Leckerei aus Sesam, Mehl, Öl, Mandeln, Honig, Rosenblütenwasser (weißer Nougat).</i>	
Ikone	<i>Kirchlich geweihtes Andachtsbild mit goldfarbenem Hintergrund</i>	
Jogurt	<i>(Joghurt) Milcherzeugnis aus gesäuerter Milch, ohne/mit Fruchtzubereitung</i>	
Kajak	<i>Paddelboot (oft Faltboot), z. T. wildwassergeeignet</i>	
Lasso	<i>(amerik.: Rope) Seilschlinge aus Leder oder Hanf zum Einfangen von Tieren</i>	
Mokka	<i>Starker Kaffeeaufguss aus einer speziellen Kaffeemischung; auch perlbohnlige Kaffeesorte aus Jemen oder Äthiopien.</i>	
Niblick	<i>Golfschläger bestimmter Form und Größe</i>	
Oregano	<i>(Origano, Dost) Dem Majoran ähnliches scharfes, bitteres Gewürz, das häufig bei Gerichten aus dem Mittelmeerraum verwendet wird; im Handel als Einzelgewürz.</i>	
Pizza	<i>Fastfood ungeklärter Herkunft, das von den USA aus inzwischen sogar Italien erobert hat: Teigboden mit Allerlei, im gemauerten, holzbefeuerten Ofen gebacken; im Handel vor allem als Convenience-Food (zubereitet, tiefgefroren)</i>	
Queue	<i>Stock, mit dem die Billardkugeln gespielt werden</i>	

Ware/ Warenart	Merkmale	Beschaffungs- wege Erzeuger/ Hersteller (E/H) Zwischenhandel (Z)
Retsina	<i>Mit Baumharz aromatisierter Weiß- oder Rotwein aus Griechenland</i>	<i>Lösung von den Beschaffungswegen des Ausbildungsbetriebes abhängig</i>
Spaghetti	<i>Dünne, bis zu 80 cm lange Nudeln mit guter Soßenbindekraft, nur aus Hartweizengrieß und Wasser, für den deutschen Markt auch mit Vollei(pulver)</i>	
Tabasco	<i>Würzsoße; durch Verwendung von roten Pfefferschoten sehr scharf</i>	
Ulster	<i>Schiere, wuchtige Form für (meist zweireihige) Herrenmäntel</i>	
Vinaigrette	<i>Aus Essig, Öl und evtl. Senf bestehende Salatsoße</i>	
Whisky	<i>Getreidebrand (Spirituose) mit rauchigem Geschmack, 43 % Vol.</i>	
Xerographie	<i>(Meist digital erstellte) Fotokopie</i>	
Yuccapalme	<i>Agavengewächs, meist Zimmerpflanze (Lilie, nicht Palme!)</i>	
Zaziki	<i>(Tsatsiki) griech. Würzsoße aus Joghurt, Gurken, Olivenöl, Knoblauch</i>	

3. Individuelle Lösungen. Bitte beachten: Im Zweifel geht es nicht um den Rohstoff und um den Herstellungsprozess, sondern um die fertige Ware mit ihren (Nutzungs-) Eigenschaften.

## 6.4.2 Sie stellen ein Aktionssortiment zusammen

Aufgabe	Waren/Zubehöre/Warenträger/Displays/Dienstleistungen
Preise wie zu Omas Zeiten	<i>Waren unterschiedlicher Warenarten, deren besonders niedriger Preis herausgestellt wird/Fotos mit alten Ansichten, Dekoration im Retro-Look, z. B. Weichholzmöbel</i>
Alles fürs Campen und Trampen	<i>Komplementäre Waren rund um Camping und Wandern/Klettern/Bewegung im Freien bis hin zu Landkarte, Reiseführern, Fotoapparaten/Displays und Dekorationen, die dazu animieren und entsprechende Situationen anzeigen/Angebot eines Kletterkurses, von Campingreisen (Package Tours)</i>
Haushaltswochen – das neue Jahr fängt ja gut an	<i>Bestecke, Geschirr, Gläser, Töpfe, jeweils als Sets; Elektrokleingeräte, Haushaltswaren/Dekoration von Verwendungssituationen, z. B. „gedeckter Tisch“/Angebot eines Kochkurses oder von Kochvorführungen</i>
Wir machen eine Grillparty	<i>Gartenmöbel, Grillgeräte und -zubehör, evtl. auch Fleisch und Wurst zum Grillen (Kühlung!)/Durchführung eines Grillwettbewerbs</i>
Italienische Woche	<i>Lebensmittel (mit Verkostung, Weinseminar), Bekleidung, Schuhe, Accessoires/Displays mit Landesfarben</i>

## Seite 16 6.4.3 Lieferantenvielfalt

zu Aufgabe 1:

Beschaffungsmöglichkeiten für den Einzelhandel	
Beschaffungsweg	Beispiele für Waren
Aufkaufgroßhandel	<i>Blumen, Obst, Gemüse</i>
Importgroßhandel	<i>Gemüse, Obst, Südfrüchte (Exoten)</i>
Zustellgroßhandel	<i>Zeitschriften, Arzneimittel, Frischwaren</i>
Spezialgroßhandel	<i>Papier – Schreibwaren – Bürobedarf, Wein, Handarbeitsartikel</i>
Streckengroßhandel	<i>Lebensmittel, Heizöl, Baustoffe</i>
Abholgroßhandel	<i>Lebensmittel, Textilien, Getränke</i>
Hersteller	<i>alle Arten von Direktbelieferung</i>
Handelsvertreter/Reisende	<i>Neuheiten, Kurzwaren</i>
Messen und Musterungen	<i>Bekleidung, Schuhe, Geschenkartikel</i>
Lieferanten vor Ort	<i>Frischwaren (Brot, Obst, Gemüse)</i>

**Zu 2.:** Schülerindividuelle Lösung

**Zu 3.:** PUMA und ADIDAS sind nicht Hersteller, sondern Händler (im funktionalen Sinne). Sie stellen die von ihnen gehandelten Waren nicht selbst her, sondern beauftragen im Rahmen eines offensiven Beschaffungsmanagements (Reverse Marketing) selbstständige Hersteller mit der Auftrags- und Vertragsproduktion der von PUMA bzw. ADIDAS entwickelten Produkte.

Die Vertragshersteller sind so genannte OEM (Original Equipment Manufacturer), die sich meist in weniger entwickelten Ländern des Südens und Ostens befinden – mit der Folge, dass die Auftraggeber versuchen müssen, ihre Vertragshersteller auf die Einhaltung von vertretbaren Sozial- und Umweltstandards zu verpflichten (Corporate Social Responsibility, Corporate Citizenship)<sup>1</sup>.

PUMA und ADIDAS sind Großhändler, soweit sie an andere Händler liefern, und Einzelhändler, soweit sie in eigenen Geschäften an Endverwender verkaufen.

## Seite 18 ► 6.5 Angebotsvergleich – Tausend Lieferanten! Doch wie findet man den Richtigen?

1. Informationen über Preise und Konditionen				
Merkmal	Herakles	Radial	Tashamiro	Sportech-Import
Listeneinkaufspreis	205,00 €	363,64 €	208,00 €	190,00 €
Transport, Verpackung	pauschal 5 % vom Warenwert bis 5000 €; über 5000 € frei Haus	sämtliche Lieferungen frei Haus	Bis 20.000 € Warenwert 200 €	200 € je Sendung
Sofortrabatte	nein (Nettopreise)	40 %; bei mehr als 20.000 € 45 %	nein (Nettopreise)	nein (Nettopreise)
Skonti	bis 3000 € netto; bis 6000 € 10 Tage/ 2 % Skonto, 30 Tage Ziel; über 6000 € 10 Tage/3 % Skonto, 45 Tage Ziel	30 Tage Ziel, bei Zahlung binnen 14 Tagen 2 % Skonto	90 Tage Ziel; 14 Tage/3 % Skonto; bei Abbuchung 5 %	14 Tage netto
Boni	ab 15.000 € Jahresumsatz 1 % Bonus	bei mehr als 20.000 € Jahresumsatz 2 % Jahresbonus	keine Nachlässe	keine Nachlässe

2. Informationen über weitere Merkmale				
Merkmal	Herakles	Radial	Tashamiro	Sportech-Import
Know-how	100 Jahre Erfahrung als Hersteller von Fahrrädern, Rasenmähern und Nähmaschinen	Geschäftsführer war Chefkonstrukteur bei Herakles; modernste, innovativste Entwicklungsabteilung in Europa	Deutsche Niederlassung eines japanischen Unternehmens, seit einem Jahr in Deutschland präsent	Know-how nicht als Hersteller, sondern als Großimporteur; Inhaber sind zwei ehemalige Berufsexperten; zwei angestellte Geschäftsführer haben bis vor drei Jahren Zeitschriftenhandel betrieben
Produktpalette	Fahrräder und Rasenmäher	Fahrräder und passendes Zubehör	Ausschließlich Fahrräder	aus Osteuropa importierte Sport- und Freizeitartikel
Design	funktional unter Verzicht auf modische Komponenten; etwas bieder	Innovativ und pfiffig	funktional, betont sportlich	zweckmäßig, ohne auffallende Besonderheiten
Image	solide, qualitätsorientiert	innovativ	in Deutschland noch weitgehend unbekannt; sehr guter Ruf in den USA und den Pazifikstaaten	niedrig, da Artikel von verschiedenen osteuropäischen Produzenten stammen und so keine einheitliche Markenprofilierung erfolgen kann

2. Informationen über weitere Merkmale				
Merkmale	Herakles	Radial	Tashamiro	Sportech-Import
Qualität	Warentests „gut“	besonders hochwertige Produkte; gute Besprechungen in Radfahrmagazinen	ausgezeichnete Produktqualität; stets auf dem neuesten Stand der Technik	durchgehend einwandfreie Qualität ist nicht immer gewährleistet
Produktionsstandort	Inland (zu 90 %)	europäisches Ausland, Schwerpunkt Italien	Japan; Geschäftsführung der Niederlassung Hamburg ausschließlich in japanischer Hand	„anonyme“ Hersteller in Osteuropa
Lieferfristen	sehr kurz	sehr kurz, hohe Lieferbereitschaft	keine Lagerhaltung in Deutschland, Lieferzeit erheblich länger als bei anderen Anbietern	extrem kurz; Lieferung binnen 48 Stunden an jeden Ort der Bundesrepublik wird garantiert
Einhaltung von Lieferterminen	pünktlich	Lieferverzögerungen wegen häufiger Streiks in Italien	nach bisher vorliegenden Erfahrungen verlässlich	pünktlich
Kulanz; Behandlung von Reklamationen	wenig kulant; schleppende, auf gesetzliche Regelung beschränkte Behandlung von Reklamationen	kulant; zügig; 36 Monate Herstellergarantie	kulant; zügig; 36 Monate Herstellergarantie (25 Jahre auf Rahmen und Gabel)	sehr großzügig; meist Umtausch statt Nachbesserung; zügige, auf gesetzliche Regelung beschränkte Reklamationsabwicklung
Werbung, Händlerunterstützung	Prospekte, sonst keine Publikumswerbung; Verkäufer-schulungen	Vielzahl von Werbemaßnahmen: Werbespots im Fernsehen, besonders in den Sportkanälen; Gebietsschutz	bisher keine Publikumswerbung; Anbieter sucht Partner im Fach-einzelhandel, gewährt Gebietsschutz	keine Publikumswerbung; keine werbliche Unterstützung des Handels
Besonderes	gut eingeführter Anbieter (schon die Großeltern fuhren Herakles), der zzt. mit der Umstrukturierung seiner Produktion beschäftigt ist	Anbieter verkauft bisher ausschließlich über den Fachhandel; gibt unverbindliche Preisempfehlung bis zu 50 % über den Durchschnittspreisen anderer Anbieter	Anbieter hat mit derselben Geschäftspolitik vor 10 Jahren auf dem nordamerikanischen Markt begonnen und verkauft dort heute über 80 % der Umsätze über Warenhausketten und Versandunternehmen; umwelt- und ressourcenschonende Produktionsstätte	Anbieter beliefert unter Handelsmarken auch Mitbewerber; preis aggressiv; häufig preisgünstige Ware für Schnäppchenaktionen, die aber nicht nachbestellt werden kann

Alle Rechte vorbehalten. Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der gesetzlich geregelten Fälle muss vom Verlag schriftlich genehmigt werden. © 2012 by Verlag Europa-Lehrmittel



Lieferantenvergleich (Entscheidungsbewertungstabelle)									
Merkmal (1)	Gewichtung (%) (2)	Anbieter							
		Herakles		Radial		Tashamiro		Sportech	
		WP (3)	GP (4)	WP (5)	GP (6)	WP (7)	GP (8)	WP (9)	GP (10)
Know-how/ Kompetenz	10	4	40	5	50	5	50	3	30
Design	5	3	15	5	25	5	25	2	10
Image	5	4	20	5	25	2	10	1	5
Qualität	10	4	40	5	50	5	50	2	20
Lieferfristen	5	4	20	5	25	2	10	5	25
Liefertreue	10	5	50	3	30	4	40	5	50
Kulanz; Verhalten bei Reklamationen	5	1	5	4	20	5	25	3	15
Werbung, Händler- unterstützung	10	3	30	5	50	3	30	1	10
Bezugspreis	40	4	160	5	200	4	160	5	200
<b>Gesamt</b>	<b>100</b>		380		475		400		365
<b>Rang</b>			3		1		2		4

WP = Wertungspunkte; GP = Gesamtpunkte ; Wertungspunkte von 1 (Kriterium nicht oder nur mangelhaft erfüllt) bis zu 5 (Kriterium besonders gut erfüllt).

4. a) *Wenn schließlich doch nicht der Anbieter zum Zuge kommt, der in der Entscheidungsbewertungstabelle die höchste Gesamtpunktzahl erhielt, mag das daran liegen, dass Merkmale den Ausschlag geben, die sich durch Gewichtung und Bewertung in einer solchen Tabelle nur schwer oder gar nicht quantifizieren lassen.*

*Solche **qualitativen** Gesichtspunkte können sein:*

- *es laufen Gegengeschäfte zwischen Lieferer und Einzelhandelsbetrieb;*
  - *es bestehen persönliche Beziehungen zum Lieferanten (Verwandter, Kegelbruder, langjähriger Geschäftspartner);*
  - *aus Sicherheitsgründen sollen Lieferbeziehungen zu mehreren Lieferanten unterhalten werden;*
  - *der Einzelhandelsbetrieb verzichtet auf einen schnellen, aber einmaligen Vorteil zugunsten erprobter und verlässlicher Lieferbeziehungen;*
  - *der Lieferer ist vollbeschäftigt oder kommt aus Termingründen (z. B. kurzfristige Lieferung von Aktionsware) für die Auftragserteilung nicht in Frage.*
- b) *Vorteile des Angebotsvergleichs liegen in einem höheren Grad von Objektivität:*
- *er macht die Entscheidung von der Person des Entscheiders weitgehend unabhängig,*
  - *er eignet sich dadurch auch für Entscheidungen in Teams,*
  - *die Entscheidungsgründe sind auch von Dritten überprüfbar.*
- c) *nein, das wäre völlig abwegig, denn damit würden die Bewertungsmaßstäbe außer Kraft gesetzt (man wirft ja auch ein Fieberthermometer nicht fort, weil es schon einmal benutzt wurde). Allerdings ist in größeren Zeitabständen (und unabhängig von einem konkreten Beschaffungsvorhaben) zu überprüfen, ob das Schema der Merkmale und Gewichtungen noch zutreffend ist oder angepasst werden sollte.*



**Seite 24** ➔ **6.6 Richtig oder falsch, das ist die Frage! – Test zur Warenbeschaffung**

Kennzeichnen Sie durch Ankreuzen (X), ob die folgenden Feststellungen „richtig“ oder „falsch“ sind<sup>1</sup>. Für jedes korrekte (X) bekommen Sie einen Punkt, für jedes nicht-korrekte null Punkte.

	<u>richtig</u>	<u>falsch</u>	
			<b>1.</b> In den folgenden Fällen sind Kaufverträge zustande gekommen (Verkäufer „V“ und Käufer „K“ sind Kaufleute mit bestehender Geschäftsbeziehung):
	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	K bestellt, V lehnt die Lieferung ab
	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	V schickt ein Angebot, K bestellt
	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	V sendet unbestellte Ware zu, K nimmt sie in Gebrauch
	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	V sendet unbestellte Ware zu, K bewahrt sie sorgfältig auf
	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	K bestellt ohne vorausgehendes Angebot, V schweigt
	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	V macht ein freibleibendes Angebot, K bestellt
	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	V macht ein Angebot, K bestellt
	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	V macht ein Angebot „Preis freibleibend“, K bestellt
	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	V macht ein bindendes Angebot, K bestellt daraufhin zu spät
	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	V macht ein bindendes Angebot, K bestellt mit Abänderungen
/12	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	K bestellt, V schickt Auftragsbestätigung
	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	K bestellt, V liefert ohne Auftragsbestätigung.
			<b>2.</b> Für die Kaufverträge des Einzelhändlers mit seinen Lieferanten gilt:
	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	beide Vertragspartner sind Kaufleute: einseitiger Handelskauf
	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	Warenschulden = Holschulden
	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	der Einzelhändler trägt die Versandkosten ab Erfüllungsort
	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	wenn nichts anderes vereinbart wurde, ist sofort zu liefern
	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	wenn nichts anderes vereinbart wurde, ist unverzüglich zu zahlen
/6	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	wenn der Einzelhändler bei mangelhafter Lieferung seine Rechte wahren will, muss er unverzüglich prüfen und rügen.
			<b>3.</b> Bei der Warenbeschaffung unterscheiden wir unterschiedliche Bestandsarten:
	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	der Mindestbestand darf normalerweise nicht angegriffen werden
	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	der Meldebestand darf normalerweise nicht überschritten werden
	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	der Höchstbestand dient der Sicherung der Verkaufsbereitschaft
	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	der Höchstbestand dient der Verhinderung von Fehlmengenkosten
	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	der Mindestbestand dient der wirtschaftlichen Beschaffung
/6	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	der Meldebestand umfasst die Menge der Ware, die in der Beschaffungszeit vermutlich noch abgesetzt wird.
			<b>4.</b> Die Höhe der Bestellmenge beeinflusst ...
	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	... die Kosten pro Bestellung (Bestellkosten)
	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	... die Kosten der Kapitalbindung
	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	... die Kosten des Lagerrisikos
	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	... den Mindestbestand
	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	... die Bestellhäufigkeit
/6	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	... die Bezugspreise, wenn Mengenrabatte gewährt oder Mindermengenzuschläge gefordert werden.

Alle Rechte vorbehalten. Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der gesetzlich geregelten Fälle muss vom Verlag schriftlich genehmigt werden. © 2012 by Verlag Europa-Lehrmittel

<sup>1</sup> Es können alle Feststellungen, einige oder überhaupt keine „richtig“ sein!

- richtig falsch
5. Eine Bestellung von Ware auf Grundlage der optimalen Bestellmenge ist schwierig oder nicht möglich, ...
- ... wenn die Ware Preisschwankungen unterliegt
- ... wenn die Ware rasch verdirbt
- ... wenn der Lieferer Mindermengenzuschläge oder Mindestbestellmengen fordert
- /4   ... wenn der Lieferer nur in starren Verpackungseinheiten (z. B. *Umpackeinheit 144 Stück*) liefert
6. Die Warenbeschaffung umfasst ...
- ... die Beschaffungsmarktforschung, z. B. die Markterkundung
- ... die Beschaffungsanbahnung, z. B. den Angebotsvergleich
- ... die Beschaffungsdurchführung, z. B. Abschluss des Kaufvertrags
- /4   ... die Beschaffungsabwicklung, z. B. Warenannahme und Eingangskontrolle
- 
7. Die Warenbeschaffung erfordert große Aufmerksamkeit, ...
- ... weil die Ware hohe Anteile von Vermögen und Kapital bindet
- ... weil der Handel darüber entscheidet, welche Waren gelistet werden
- ... weil im Einkauf „der halbe Gewinn“ liegt
- ... weil die Ware der wichtigste Kostenfaktor im Einzelhandelsbetrieb ist
- ... weil der Handel darüber mitentscheidet, welche Waren und Verpackungen am Markt erfolgreich sind
- ... weil die Warenbeschaffung bei Warenauswahl, Transport, Lagerung und Abfallentsorgung möglichst umweltschonend erfolgen soll
- ... weil der Einzelhandelsbetrieb bei der Beschaffung Käufer auf einem Käufermarkt ist
- /8   ... weil der Handel Verantwortung für die Beschaffung von Waren trägt, die ökologisch unbedenklich sind, sozialverträglich hergestellt und fair gehandelt wurden.
8. Der Einzelhandel kann Waren auf unterschiedlichen Wegen beschaffen:
- beim Selbstbedienungs Großhandel (der Großhändler bestückt beim Einzelhändler die Regale – *rack jobber*)
- beim Regal Großhandel (hier entnimmt der Einzelhändler selbst die Ware und organisiert den Transport – *Cash-&Carry-Märkte wie z. B. Metro*)
- auf Einkaufsreisen (*Einkauf auf Messen, beim Erzeuger oder Hersteller*)
- im E-Commerce (*B2B*)
- bei Einkaufsgenossenschaften
- /6   bei Einkaufskontoren und freiwilligen Ketten.

### Bewertungsschema

52 – 51 Punkte	Sehr gut
50 – 47 Punkte	Gut
46 – 39 Punkte	Befriedigend
38 – 28 Punkte	Ausreichend
Unter 28 Punkten	Nicht ausreichend

Seite 27 ➔ Lösung zu 6.7 Kreuz und quer durch die Warenbeschaffung

			<sup>1</sup> A	N	G	E	B	O	<sup>2</sup> T											
			B						<sup>3</sup> R	E	I	F	U	N	<sup>4</sup> G			<sup>5</sup> W		
			G						O					<sup>6</sup> R	E	G	A	L		
<sup>7</sup> U	M	S	A	T	Z			<sup>8</sup> S	C	<sup>9</sup> E	D	E	K	A				R		
			N					T	K					M				E		
<sup>10</sup> A	N	U	G	A			<sup>11</sup> N	Ü	R	N	B	E	R	G	<sup>12</sup> M	D	E			
B							C		E									<sup>13</sup> B		
S					<sup>14</sup> V		K		N			<sup>15</sup> L						R		
<sup>16</sup> A	M	E	I	S	E		K		<sup>17</sup> Z	E	I	T	A	B	L	A	U	F		
T					R		A		U		M							C		
Z		<sup>18</sup> D			T		U		S		I							H		
	<sup>19</sup> L	I	T	E	R		<sup>20</sup> F	R	A	C	H	T	F	R	E	I				
					E						H									
			<sup>21</sup> B	E	S	T	E	L	L	U	N	G					<sup>22</sup> B			
<sup>23</sup> E			S			E					E						O		<sup>24</sup> V	
I			T			R			<sup>25</sup> L	I	E	F	E	<sup>26</sup> R	U	N	G		E	
N			A						D					A		U			R	
<sup>27</sup> S	C	H	W	U	N	D			<sup>28</sup> M	E	L	D	E	B	E	S	T	A	N	D
A			L						N					A					E	
T														T		<sup>29</sup> M	E	T	E	R
<sup>30</sup> Z	U	G	A	N	G				<sup>31</sup> S	K	O	N	T	O						B

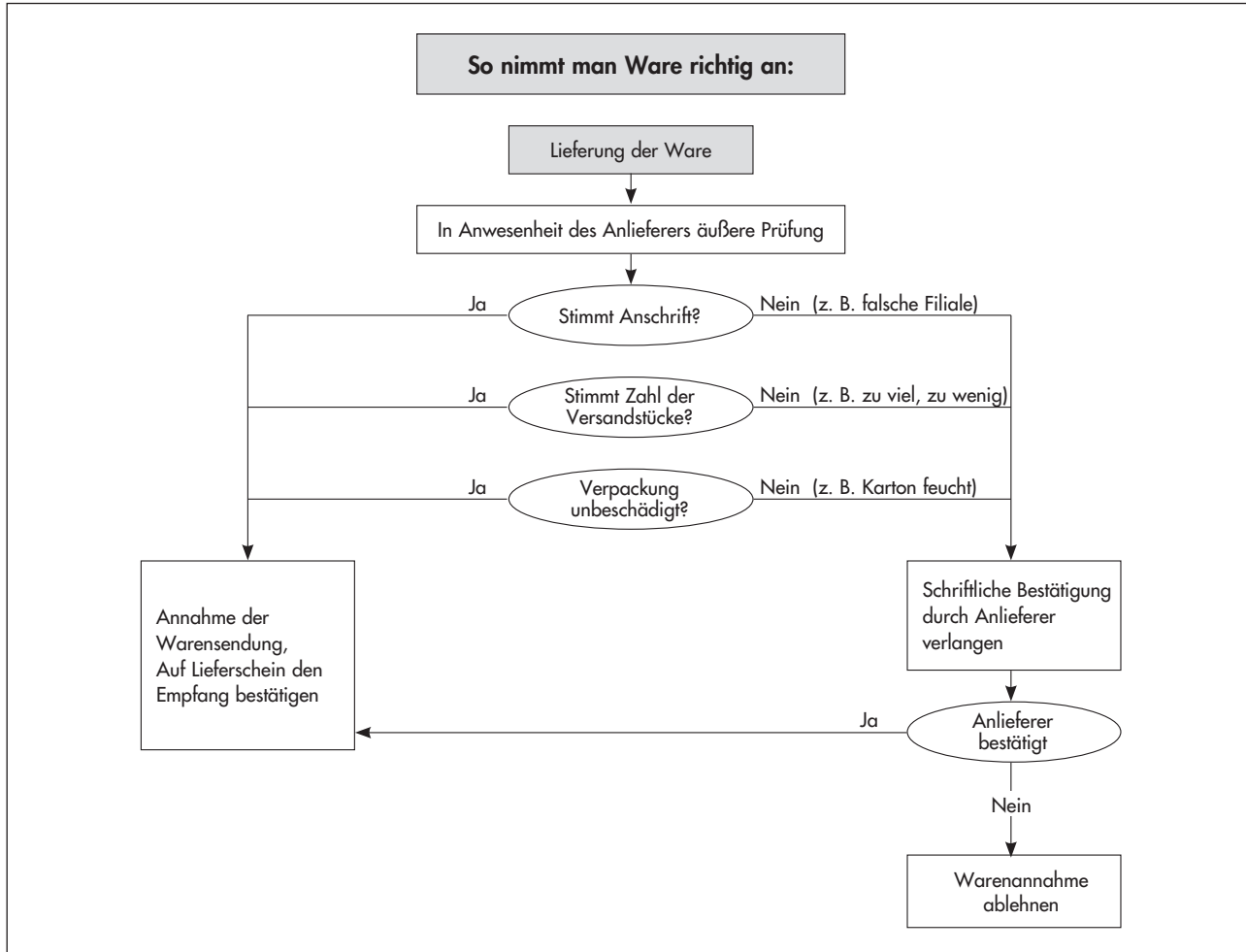
## Seite 28 ➔ 7.1 Ware wird angenommen

### Lösungsvorschläge zu den Arbeitsaufträgen:

**Zu 1.:**

*Schülerindividuelle Lösung*

**Zu 2.:**



**Zu 3.:**

*Auf Grund der falschen Einbuchung (900 Kartons zu viel) stimmen Ist- und Sollbestand nicht überein. Bei der Inventur kommt es zu einer positiven Inventurdifferenz, d.h., der Zählbestand ist größer als der Buchbestand. Das Umlaufvermögen ist tatsächlich geringer, als ausgewiesen. Durch eine Korrektur ergeben sich u.U. Auswirkungen auf die Gewinnsituation.*

**Zu 4.:**

*Nein, es ist rechtlich nicht mehr möglich die Minderlieferung zu rügen. Bei der Wareneingangsprüfung hätte sorgfältiger kontrolliert werden müssen. Da eine rechtzeitige Anzeige des Mangels (Zuwenig-Lieferung) unterblieb, gilt nach § 377 HGB, Absatz 2, die Ware als genehmigt. Somit ist es rechtlich auch nicht möglich eine Rückzahlung vom Lieferanten zu verlangen. Aus Kulanzgründen wird sich der Lieferant aber sicher zu einer Gutschrift des zuviel bezahlten Betrages bereit erklären.*

**Zu 5.:**

*In diesem Fall ist nicht der § 377 HGB, sondern der § 362 HGB zu beachten. Da die Mehrlieferung nicht beanstandet wurde, ist dieser Fall wie eine unverlangte Zusendung von Ware zu behandeln. Es ist davon auszugehen, dass zwischen Omnia-Discount und der Sektkellerei Lamprecht eine ständige Geschäftsbeziehung besteht. In diesem Fall bedeutet Schweigen Annahme. Folge: Die Nachforderung muss bezahlt werden.*