

Inhaltsverzeichnis

1	Wirtschaftliche und rechtliche Grundlagen des Groß- und Außenhandels	9	3	Beschaffung und Lagerung	83
1.1	Bedeutung des Groß- und Außenhandels in einer arbeitsteiligen Wirtschaft	10	3.1	Beschaffungsplanung	84
1.1.1	Stellung des Großhandels im System des Leistungsaustauschs	11	3.1.1	Bedarfsermittlung	84
1.1.2	Handelsfunktionen	13	3.1.2	Bezugsquellenermittlung	88
1.2	Betriebsformen im Großhandel	15	3.2	Entscheidungen im Beschaffungsbereich	92
1.2.1	Zustellgroßhandel	15	3.2.1	Inhalt des Angebots	92
1.2.2	Abholgroßhandel	16	3.2.2	Angebotsvergleich	103
1.2.3	Regalgroßhandel (Rack Jobber)	16	3.2.3	Bestellung (Auftrag)	105
1.2.4	Streckengeschäftsgroßhandel	17	3.2.4	Bestellungsannahme (Auftragsbestätigung)	106
1.3	Entscheidung über den Standort des Großhandelsbetriebes	17	3.2.5	Abschluß des Kaufvertrags	107
1.4	Rechtsform der Unternehmung	19	3.2.6	Arten des Kaufs	108
1.4.1	Einzelunternehmung und Gesellschaften	19	3.2.7	Lieferungsüberwachung	111
1.4.2	Offene Handelsgesellschaft (OHG)	21	3.3	Vertragsstörungen im Rahmen der Beschaffung	113
1.4.3	Kommanditgesellschaft (KG)	25	3.3.1	Lieferungsverzug	113
1.4.4	Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH)	27	3.3.2	Gewährleistung für mangelhafte Lieferung	116
1.4.5	Aktiengesellschaft (AG)	31	3.4	Aufbau- und Ablauforganisation im Lager	120
1.4.6	Genossenschaft (eG)	37	3.4.1	Räumliche Gliederung des Lagers	120
1.5	Besteuerung der Unternehmung	39	3.4.2	Lagereinrichtungen	126
1.5.1	Einkommensteuer	40	3.4.3	Warenannahme und Warenausgabe	127
1.5.2	Körperschaftsteuer	47	3.4.4	Lagerbuchhaltung	129
1.5.3	Gewerbsteuer	47	3.5	Wirtschaftliche Lagerhaltung	131
2	Zahlungsverkehr und Finanzierung	49	3.5.1	Lagerkosten	131
2.1	Abwicklung des Zahlungsverkehrs	49	3.5.2	Lagerrisiken	132
2.1.1	Überweisung und Dauerauftrag	51	3.5.3	Lagerbestände und Lagerkennzahlen	132
2.1.2	Lastschrift-Einzugsverkehr	52	3.5.4	Optimale Bestellmenge	136
2.1.3	Scheck	54	3.5.5	Wirtschaftlichkeit der Eigen- und Fremdlagerung	138
2.1.4	Wechsel	58	4	Absatz	141
2.2	Entscheidungen im Finanzierungsbereich	63	4.1	Marketing	141
2.2.1	Außen- und Innenfinanzierung	63	4.1.1	Begriff des Marketing	141
2.2.2	Beteiligungsfinanzierung (Eigenfinanzierung)	64	4.1.2	Marketing-Ziele	142
2.2.3	Fremdfinanzierung	64	4.2	Informationsgewinnung zur Absatzvorbereitung	143
2.2.4	Selbstfinanzierung	67	4.2.1	Primärerhebungen durch Befragung, Beobachtung und Experiment	143
2.2.5	Leasing	69	4.2.2	Statistische Erhebung aus Sekundärmaterial	143
2.2.6	Kreditarten und Kreditsicherung	70	4.3	Absatzpolitische Instrumente	145
2.2.7	Personal- oder Blankokredit	73	4.3.1	Mitwirkung bei der Produkt- und Packungsgestaltung	145
2.2.8	Verstärkte Personalkredite	73	4.3.2	Sortimentsgestaltung	146
2.2.9	Realkredite	77			

