

Lernheft 4

Bedeutung und Struktur des Einzelhandels

Handlungsorientiertes Lernmaterial
für die Aus- und Weiterbildung im Beruf
Kaufmann/Kauffrau im Einzelhandel an Tankstellen

Impressum:

Herausgeber:



Mineralölwirtschaftsverband e. V.
Georgenstraße 24
10117 Berlin
Telefon 030 202 205 30
E-Mail info@mwv.de
www.mwv.de

Redaktionelle Prüfung:

HOLST PE, Sebastian Holst

Layout:

HOLST PE, Sebastian Holst
MWV, Stefanie Waßmann

Lektorat:

Götz Translations, Hamburg

Mitwirkende Unternehmen und Verbände sind die Vertreter aus dem Arbeitskreis Ausbildung an Tankstellen des Mineralölwirtschaftsverbandes e.V. in Berlin.

Unternehmen



Verbände



UNITI Bundesverband
mittelständischer
Mineralölunternehmen e.V.



Zentralverband des Tankstellengewerbes e.V.

Lernhefte für die Aus- und Weiterbildung von Einzelhändlern an Tankstellen

- Lernheft 1: Mein Ausbildungsbeginn
- Lernheft 2: Arbeitssicherheit an der Tankstelle
- Lernheft 3: Umweltschutz an der Tankstelle
- Lernheft 4: Bedeutung und Struktur des Einzelhandels**
- Lernheft 5: Beratung und Verkauf
- Lernheft 6: Warenpräsentation und Werbemaßnahmen
- Lernheft 7: Warenwirtschaftssystem
- Lernheft 8: Warenannahme und Lagerung
- Lernheft 9: Buchführen mit Erfolg
- Lernheft 10: Von der Einstellung bis zur Kündigung
- Lernheft 11: Hygiene im Umgang mit Lebensmitteln
- Lernheft 12: Kraftstoffe und Motorenöle

Folgende Symbole dienen der Orientierung in den Lernheften:



Mit bereits erworbenem Wissen beantworten Sie eigenständig Fragen, führen Berechnungen durch und beurteilen Ergebnisse. Ihre Antworten können Sie in den interaktiven Antwortfeldern z.B. mit dem Adobe Reader erfassen und speichern. Nummern an den Aufgaben, z.B. 1.22, verweisen auf eine entsprechende Lösung in den Lösungshinweisen. Bitte nutzen Sie diese Lösungen zur Korrektur und Verbesserung Ihrer Kenntnisse.



Sie können die Aufgaben durch aktives und kreatives Handeln lösen. Dabei ist es teilweise erforderlich, den eigenen Betrieb mit denen von Mitbewerbern zu vergleichen, Bekanntes auf Neues zu übertragen, Zusammenhänge zu erkennen und Schlussfolgerungen zu ziehen.



Ihnen wird das Nachschlagen in einem Fachbuch oder im Anhang empfohlen, wenn zur Bearbeitung der Aufgaben auf Wissen aufgebaut wird, das bereits an anderer Stelle erworben worden ist.



Sie unterstützen Herrn Oilmann bei seinen unternehmenspolitischen Aktivitäten.



Sie erhalten Verweise auf andere Lernhefte.

Liebe Leserinnen und Leser, der Einfachheit halber verwenden wir in diesem Lernheft immer nur die männliche Form sämtlicher Personenbezeichnungen.

Lernheft 4: Bedeutung und Struktur des Einzelhandels

Autorinnen: Ines Preuß, Petra Walldorf
Herausgeber: Mineralölwirtschaftsverband e.V.

Wertvolle Unterstützung leisteten die Mitglieder des Arbeitskreises „Ausbildung an Tankstellen“ des Mineralölwirtschaftsverbandes e.V.

© Mineralölwirtschaftsverband e.V.
Alle Rechte vorbehalten. Das Lernheft darf nicht ohne Zustimmung des Mineralölwirtschaftsverbandes e.V. vervielfältigt, abgebildet, übersetzt und verbreitet werden.

Aktualisierte Ausgabe 2020

Inhalt

1. Warum gehören Markt und Einzelhandel zusammen?	5
Der Wirtschaftskreislauf	5
Der Markt	7
Preisbildung als Ausgleich von Angebot und Nachfrage	9
Vollkommene und unvollkommene Märkte	13
2. Warum ist Einzelhandel notwendig?.....	15
Der Weg der Ware	15
Branchen des Einzelhandels.....	20
3. Wovon hängt das Bestehen eines Einzelhandelsunternehmens ab?	21
Wahl des Standortes.....	22
Wahl des Sortiments	25
Wahl der Betriebsform	32
Wahl der Verkaufsform	35
Wahl einer Kooperationsform.....	37
4. Mitbewerbererkundung	38
5. Trends im Einzelhandel.....	41
Bequemer Konsum	41
Entwicklung an Tankstellen.....	45
6. Wenn sich das Kaufverhalten ändert	47
7. Anhang	1
8. Lösungshinweise.....	8

1. Warum gehören Markt und Einzelhandel zusammen?

Der Wirtschaftskreislauf

Sie geben wie Millionen anderer Arbeitnehmer einen Teil Ihres Einkommens für Konsumgüter wie Lebensmittel, Kleidung, Haushaltsgeräte oder Kinokarten aus.



1.1 Wodurch wird es den Haushalten ermöglicht, Waren und Dienstleistungen zu kaufen?



1.2 Ergänzen Sie folgende Sätze:

Die Haushalte stellen den Unternehmen ihre zur

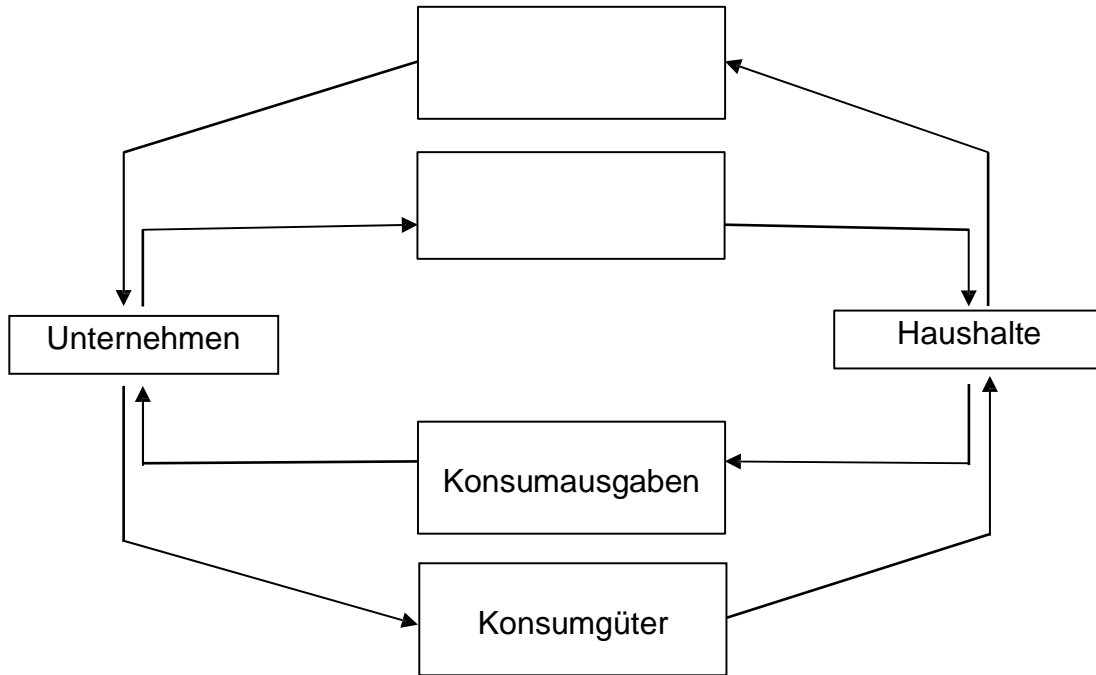
Verfügung und erhalten dafür .

Mit diesem kaufen die Haushalte die von den Unternehmen hergestellten .

Alle unterschiedlichen Unternehmen auf der einen und alle Verbraucher als private Haushalte auf der anderen Seite lassen sich als Teile des **Wirtschaftskreislaufes** darstellen.



1.3 Vervollständigen Sie den Wirtschaftskreislauf im Schaubild, indem Sie die noch fehlenden Beziehungen eintragen.



Der Markt



- 1.4 Notieren Sie Begriffe, die Ihnen spontan einfallen, wenn Sie das Wort „Markt“ hören.

Betrachten Sie Ihre Antworten. Sicher haben alle etwas mit Einzelhandel zu tun.



- 1.5 Vervollständigen Sie folgenden Lückentext, indem Sie die Begriffe an die richtige Stelle setzen (Angebot – Güter – Preise – Dienstleistungen – Nachfrage).

Unter dem Begriff Markt versteht man den ökonomischen Ort, an dem

und aufeinandertreffen. Hier werden die für und gebildet.

Die Orte und Funktionsweisen dieser Märkte können sehr unterschiedlich sein.



- 1.6 Nennen Sie Beispiele für Ihnen bekannte Märkte! Unterscheiden Sie **abstrakte** Märkte und **reale** Märkte.

Jeder Markt(platz) kann nur reibungslos funktionieren, wenn sich die Teilnehmer an bestimmte Regeln in Form der **Marktordnung** halten.

Warum gehören Markt und Einzelhandel zusammen?

Im Anhang auf den Seiten 2 und 3 befindet sich eine Marktordnung. Unterstreichen Sie, wo in den Paragraphen Folgendes geregelt wird:

1. Wer hat die Marktaufsicht?
2. Welche Waren dürfen auf diesem Markt verkauft werden?
3. Wer darf an diesem Markt teilnehmen?
4. Welche Pflichten hat ein Standinhaber?



1.7 Welches Ziel soll mit der Aufstellung von Regeln erreicht werden?



Können Sie sich vorstellen, dass Marktordnungen auch für Tankstellen wichtig sind? Begründen Sie Ihre Antwort.



1.8 Das Kaufverhalten der Kunden ist von verschiedenen Faktoren abhängig. Welche könnten das sein?

Preisbildung als Ausgleich von Angebot und Nachfrage



1.9 Vervollständigen Sie den nachfolgenden Text, indem Sie den richtigen Begriff aus der Klammer in die entsprechende Lücke schreiben.

Je knapper eine Ware ist, desto (höher/niedriger) ist ihr Preis.

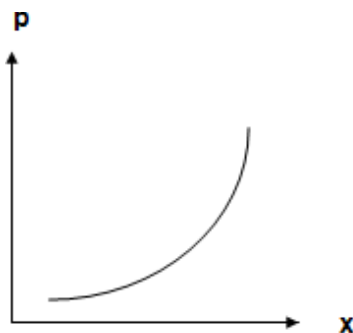
Die Knappheit wird von der produzierten Menge dieses Produktes, dem (Preis, Angebot) und dem Wunsch, dieses Produkt zu besitzen, der (Nachfrage/Angebot), bestimmt.

Wer kauft, ist immer an (hohen/niedrigen) Preisen, wer verkauft, an möglichst (hohen/niedrigen) Preisen interessiert.

Der Preis einer Ware ergibt sich durch das Zusammenführen von Angebot und Nachfrage.

Das Gesetz des Angebotes

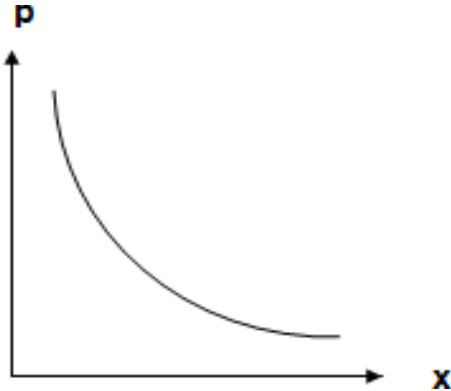
Fällt der Preis für ein Produkt, wird weniger produziert, da es für den Hersteller nicht mehr lukrativ genug ist, diese Ware weiterhin anzubieten. Steigt der Preis wieder an, wird der Anbieter die Produktion ebenfalls wieder erhöhen, um seinen Gewinn zu maximieren.



P = Preis
x = Menge

Das Gesetz der Nachfrage

Die nachgefragte Menge eines Produktes ist von der Höhe seines Preises abhängig. Erhöht sich der Preis, sinkt die Nachfrage. Fällt der Preis wieder, steigt die Nachfrage.



1.10 Welche Veränderung kann sich auf dem Markt für Mittelklasse-Pkw unter sonst gleich bleibenden Bedingungen nachfragevermindernd auswirken? Kreuzen Sie die richtige Antwort an.

- 1. Abschaffung der Kfz-Steuer
- 2. Exportoffensive ausländischer Hersteller mit niedrigeren Preisen
- 3. Senkung der Einkommensteuer
- 4. Erhöhung der Mineralölsteuer
- 5. Angebot technisch verbesserter Fahrzeuge zum gleichen Preis

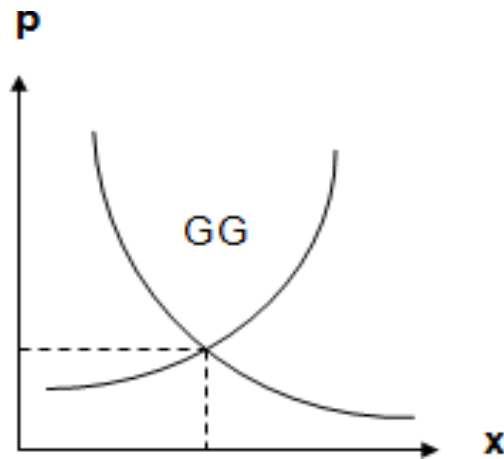


1.11 Welche Veränderung wirkt sich auf dem Markt für Oberklasse-Fahrzeuge von Nobelmarken unter sonst gleich bleibenden Bedingungen nachfragesteigernd aus? Kreuzen Sie die richtigen Antworten an.

- 1. Ein neues Modell mit wesentlichen technischen Verbesserungen wird angeboten
- 2. Die Umsatzsteuer wird erhöht
- 3. Die Umsatzsteuer wird gesenkt
- 4. Die Mineralölsteuer wird erhöht
- 5. Auslaufende Oberklassemodelle werden preisgünstiger angeboten

Der Gleichgewichtspreis

An dem Punkt, an dem sich Angebot und Nachfrage treffen, ist der Preis im Gleichgewicht (GG).



Ein Beispiel:

Auf dem örtlichen Wochenmarkt hat der Bauer Brinkmann einen Stand und bietet seine Kartoffeln an. Wenn er einen hohen Kilopreis für seine Kartoffeln erwartet, wird er möglichst viele Kartoffeln anbauen und anbieten. Die Angebotsmenge orientiert sich am Preis, den er dafür erzielen kann. Zurzeit sieht das Verhältnis zwischen Preis und Angebotsmenge folgendermaßen aus:

Preis in Euro	Angebotsmenge in kg
1	200
3	600
5	1.000

Die Käufer selbst haben ihre eigenen Vorstellungen über Preis und Nachfragemenge:

Preis in Euro	Nachfragemenge in kg
4	100
1	600

Warum gehören Markt und Einzelhandel zusammen?

Zeichnen Sie die Angebotskurve und die Nachfragekurve in die Grafik im Anhang auf Seite 6 ein.



1.12 Was besagt die Angebotskurve?



1.13 An welchem Punkt treffen sich Angebot und Nachfrage?
Wie nennt man diesen Punkt?



Die Nachfrage nach Kartoffeln ändert sich:

Preis in Euro	Nachfragemenge in kg
2	100
1	200

Zeichnen Sie die neue Nachfragekurve in die Grafik im Anhang ein.



1.14 Was könnte zu dieser Veränderung geführt haben?

Vollkommene und unvollkommene Märkte

Das alles funktioniert nur unter idealen Bedingungen. Diese gibt es nur in der Theorie, man spricht vom Modell des **vollkommenen** Marktes.

Dazu gehören:

1. **vollständige Konkurrenz**
Viele Anbieter bzw. Nachfrager stehen miteinander im Wettbewerb, d.h., es gibt keine Monopole.
2. **Markttransparenz**
Sowohl Anbieter als auch Nachfrager sind über die (Preis-)Entscheidungen des anderen immer informiert.
3. **Fehlen von Präferenzen**
Es gibt keine persönlichen Vorlieben, sei es für bestimmte Marken oder bestimmte Verkäufer.
4. **sofortige Reaktion auf Marktänderungen**
Es gibt keine räumlichen und zeitlichen Unterschiede.
5. **Produkt- bzw. Güterhomogenität**
Alle Produkte haben die gleiche Qualität, Aufmachung, Verpackung usw.

Es herrscht also ein Markt der völligen Unterschiedslosigkeit.

Warum gehören Markt und Einzelhandel zusammen?



1.15 In den folgenden Beispielen werden tatsächliche Märkte genannt. Stellen Sie fest, welche der auf der Seite 12 genannten Bedingungen nicht erfüllt werden. Tragen Sie die entsprechende Nummer in das Kästchen ein.

- a) Ein Kunde kauft seine Anzüge schon seit Jahren wegen der netten Beratung in einem Bekleidungsgeschäft, das für seine gehobene Preisklasse bekannt ist.
- b) Auf dem Markt für Mietwagen stimmen die wenigen Anbieter informell die Preise ab.
- c) Auf dem Automarkt gibt es so viele Anbieter, dass der Kunde überhaupt nicht mehr überblicken kann, welcher Anbieter ihm das vorteilhafteste Angebot unterbreitet.
- d) Die Käufer von Duschgels können auf Grund der großen Auswahl nicht mehr erkennen, welches Produkt am günstigsten ist.
- e) Eine Kundin kauft das Obst in einem nahe gelegenen Laden, obwohl es dort teurer ist als bei der etwas weiter entfernten Konkurrenz.
- f) Ein Konsument kauft nichts anderes als Markenprodukte, egal wie hoch der Preis ist.

Ist eine Bedingung des vollkommenen Marktes nicht gegeben, dann handelt es sich um einen **unvollkommenen** Markt.



1.16 Auf welchem Markt befinden Sie sich mit Ihrem Shopgeschäft?

Im Anhang auf Seite 4 finden Sie eine Übersicht über die Marktformen.

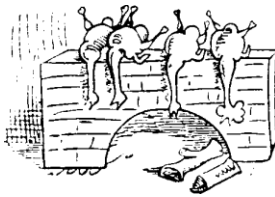
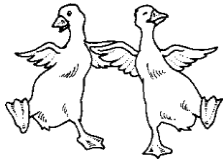


1.17 Notieren Sie, um welche Marktform es sich bei Anbietern von Kraftstoffen handelt.

2. Warum ist Einzelhandel notwendig?

Der Weg der Ware

Der Shop einer Tankstelle stellt ein Glied der **Handelskette**, d.h. des Weges einer Ware von ihrer Herstellung bis zum Verbrauch, dar.



Urproduktions-
betrieb

Produktions-
betrieb



Verbraucher

=> gewinnt
Rohstoffe

=> be- oder
verarbeitet
Rohstoffe

=>

=> befriedigt
seine
Bedürfnisse

In der Abbildung fehlen ein oder zwei Kettenglieder.



1.18 Tragen Sie deren Namen und Funktion in die obige Darstellung ein.



1.19 Warum ist es sinnvoll, zwischen Herstellung und Verbrauch mindestens noch ein Verbindungsglied einzuschalten, obwohl sich dadurch die Ware verteuert?

Warum ist Einzelhandel notwendig?



1.20 Finden Sie für folgende Waren Beispiele für eine Handelskette.

Ware	Urproduktionsbetrieb	Produktionsbetrieb*		Verbraucher
Milch	Landwirtschaftlicher Betrieb Fritz Bolte	Milchverarbeitungsbetrieb „Bunte Borte“	Lebensmittel, Inh. Lisa Krause	Familie Munter
Zeitschrift				
Brot				
Zigaretten				

* Je nach den Fertigungsstufen eines Produktes kann es eine unterschiedliche Anzahl an Produktionsbetrieben geben. Wählen Sie einen aus.



1.21 Ergänzen Sie bitte möglichst konkret die Handelskette der Kraft- und Schmierstoffe, die an Ihrer Tankstelle verkauft werden.



1.22 Zählen Sie bitte mindestens fünf Mineralölprodukte auf.

Die Bedürfnisse der Verbraucher sollten letztendlich die Auslöser für eine Produktion sein.

In Deutschland ist der Kraftstoffverbrauch leicht rückläufig. Das liegt am verringerten Verbrauch der Fahrzeuge pro gefahrenen Kilometer auf Grund technologischer Fortschritte der Automobilhersteller und der Mineralölindustrie. Für die Zukunft wird ein Ansteigen der Zahl der Pkw bei sinkendem Verbrauch erwartet. Das bedeutet für Deutschland: Es sind ca. 57 Millionen Pkw¹ zu versorgen.

Tankstellen in Deutschland:²

Unternehmen	2017	2018	2019
Aral	2.335	2.334	2.291
Shell	1.929	1.924	1.959
Esso	992	970	961
TOTAL	1.136	1.142	1.149
Avia	851	868	873
JET	821	841	812
Eni (Agip)	447	453	458
Orlen	572	580	581
OMV	279	272	270
HEM-Tamoil	400	405	406
Westfalen	246	247	252
OIL!	225	226	229
Q1	188	196	198
Baywa	96	99	101
Calpam	56	56	54
Score	46	46	47
SVG	12	11	11
Freie (BFT)	2.394	2.499	2.510
Sonstige	1.398	949	937
Gesamt	14.144	14.118	14.099

Die Zahl der Tankstellen sinkt (siehe Seite 44).



1.23 Welche Bedürfnisse der Verbraucher werden seit einigen Jahren zunehmend von den Tankstellenbetreibern erfüllt?

Die Zahl der Tankstellen mit modernisiertem Shop steigt.
Gefragt sind an der Tankstelle Einzelhandelskaufleute mit ihrem Fachwissen.

¹ Kraftfahrtbundesamt. ² Quelle: EID.

Leistungen des Einzelhandels

Die folgenden Sätze charakterisieren die wichtigsten Leistungen des Einzelhandels.

1.24 Ordnen Sie bitte die folgenden Begriffe den richtigen Sätzen zu:

*Sortimentsbildung; Lagerhaltung; Beratung und Kundendienst;
Warenverteilung bzw. Mengenausgleich; Markterschließung*

- a) Die Menge der angekauften Waren wird vom Einzelhändler für den Verkauf bedarfsgerecht verändert:

- b) Dem Kunden wird geholfen, sich für einen Kauf zu entscheiden, indem ihm Ratschläge gegeben und Serviceleistungen angeboten werden:

- c) Der Einzelhändler trifft eine Auswahl an Waren, die er zum Verkauf anbietet:

- d) Für den Verbraucher werden neue Einkaufsmöglichkeiten und für den Hersteller Absatzchancen gefunden:

- e) Die Ware wird so aufbewahrt, dass sie entsprechend der Nachfrage der Kunden zum richtigen Zeitpunkt und in der gewünschten Menge zur Verfügung steht:

Warum ist Einzelhandel notwendig?



Vollziehen Sie diese grundlegenden Leistungen des Einzelhandels anhand des Tankstellenshops nach.

Welche Besonderheiten gibt es?

a)

--

b)

--

c)

--

d)

--

e)

--

Branchen des Einzelhandels

Traditionell lassen sich nach den verschiedenen Fach- bzw. Sortimentsbereichen im Einzelhandel Branchen unterscheiden.

- 1.25 Notieren Sie zehn Branchen im Einzelhandel.
Eine Hilfe dazu bietet Ihnen auch die Ausbildungsordnung für die Einzelhandelskaufleute.

Eine klare Zuordnung von Waren zu einer bestimmten Branche ist zwar möglich, branchentypische Einzelhandelsgeschäfte finden Sie jedoch nur noch wenige. Sie brauchen sich nur in Ihrer Einkaufsstraße umzusehen. Sie finden in einem Laden Kaffee und Unterwäsche und in einem anderen Schokolade und Haarspray.

Auch in Tankstellen finden Sie Waren, die verschiedenen Branchen zuzuordnen sind.



- 1.26 Welche Gründe sehen Sie dafür?

Mit einem neuen Begriff werden Veränderungen in Shops und Märkten beschrieben: Convenience. Mehr darüber erfahren Sie im fünften Lernabschnitt, in dem es um Trends im Einzelhandel geht.

3. Wovon hängt das Bestehen eines Einzelhandelsunternehmens ab?

Herr Oilmann von Comfort Oil

Das ist Herr Matthias Oilmann, gelernter Kaufmann im Einzelhandel. Er betreibt die Tankstelle Comfort Oil in der Rennstraße, einer Ausfallstraße am Rande von Magdeburg.



Sie werden ihm in diesem und einigen anderen Lernheften dieser Reihe des Öfteren begegnen und sich mit wichtigen Tätigkeiten in seiner Tankstelle befassen.

Herr Oilmann hatte schon lange davon geträumt, mit einem eigenen Unternehmen den Autofahrern das Leben noch schöner zu machen. Eine Kombination von Tankstelle, Service und Verkauf – das sollte es sein.

Er hatte gelernt, dass vor einer Geschäftsgründung wichtige Faktoren zu berücksichtigen sind. Die Wahl des Standortes, des Sortiments, der Betriebsform und der Verkaufsform war ebenso gut zu überlegen wie die Möglichkeit der Zusammenarbeit mit einer Mineralölgesellschaft.

Von dem Tag an, als er die Bagger am Stadtrand und das Schild „Hier entsteht eine Tankstelle!“ sah, prüfte er alle denkbaren Voraussetzungen für den Erfolg seines Unternehmens.

Doch finden Sie selbst heraus, was das im Einzelnen bedeutete ...

Wahl des Standortes

Wichtige Standortfaktoren sind

- Wettbewerbssituation
- Lage und Erreichbarkeit der Tankstelle
- Kaufkraft und Bedarf der Kunden
- Pacht/Grundstückspreise/Miete

1.27 Erläutern Sie die Wichtigkeit der ersten drei Faktoren.

Wettbewerbssituation:

Lage:

Kunden:

Der Vorteil bei der Übernahme einer Tankstelle besteht darin, dass wichtige Vorentscheidungen auf der Grundlage einer Marktanalyse bereits durch die jeweilige Mineralölgesellschaft getroffen worden sind.



Herr Oilmann möchte sich zunächst selbst ein Bild von den Standortfaktoren machen.



1.28 Was könnte er tun, um den Standort der zukünftigen Tankstelle zu beurteilen?

Wovon hängt das Bestehen eines Einzelhandelsunternehmens ab?

Beurteilen Sie die folgenden Standortfaktoren für Ihren Ausbildungsbetrieb.



Wie lässt sich der Kundenkreis beschreiben?



Welche Mitbewerber sind in der Nähe?



Wie erreichen die Kunden den Laden?



Könnten Sie Herrn Oilmann einen geeigneten Standort in Ihrem Wohnort vorschlagen? Wenn ja, welchen?

Wovon hängt das Bestehen eines Einzelhandelsunternehmens ab?



Begründen Sie Ihren Vorschlag anhand der Standortfaktoren Mitbewerber, Kundenkreis und Verkehrsanbindung.

Das **Kaufverhalten** der Kunden ist immer schwer vorhersehbar.

Die Gründe, die die Menschen dazu bewegen, ihre Kaufgewohnheiten zu ändern, sind sehr vielfältig.

Dies kann u. a. durch **gesellschaftliche Bedingungen** verursacht, aber auch durch die **Geschäftspolitik** des Unternehmens beeinflusst werden.



1.29 Welche Gründe könnten in Ihrem Wohnort das Kaufverhalten beeinflussen?



1.30 Wie könnte der Einzelhändler auf ein verändertes Kaufverhalten reagieren?

Wahl des Sortiments

In allen Branchen ist die Tendenz zu einer noch stärkeren Orientierung am Bedarf des Kunden zu beobachten. Sie wirkt sich auf die Auswahl der zum Verkauf anzubietenden Waren, also auf das **Sortiment**, aus.

Neben dem **Kernsortiment** (Sortimentsschwerpunkt) gibt es das **Randsortiment**, das

- ergänzend angeboten wird
- nicht ständig verfügbar sein muss
- einen geringeren Anteil an Umsatz und Gewinn ausmacht



1.31 Was gehört beispielsweise in den folgenden Einzelhandelsbetrieben zum Kern- bzw. Randsortiment?

	Kernsortiment	Randsortiment
Autohändler		
Möbelfachgeschäft		
Getränkemarkt		

Tankstellen weisen 7–12% des Umsatzes im Kraft- und Schmierstoffgeschäft aus.

Das Tankstellengeschäft umfasst neben dem Verkauf von Kraft- und Schmierstoffen vor allem das Shopgeschäft und die Autowäsche. Auf Grund des wachsenden ergänzenden Warenverkaufs fällt es schwer, im Shop nur von Randsortimenten zu sprechen.

Eine andere Sicht bietet sich an, wenn man bedenkt, dass es bei den meisten Mineralölgesellschaften eine Trennung von **Agentur-** und **Eigengeschäft** gibt.

Wovon hängt das Bestehen eines Einzelhandelsunternehmens ab?



1.32 Notieren Sie bitte, worum es sich dabei handelt, und führen Sie Beispiele für Waren oder Artikelgruppen an.

	Erklärung	Waren/Artikelgruppen
Agenturgeschäft		
Eigengeschäft		

Die meisten Tankstellenunternehmer beziehen den größten Teil ihres Einkommens aus dem Shop- und dem Dienstleistungsgeschäft.



Betrachten Sie deshalb bitte als Einzelhandelskaufmann einmal allein das Shopgeschäft.



Nennen Sie

1.33 fünf Artikel oder Artikelgruppen aus dem Warenangebot im Shop Ihrer Tankstelle, die Hauptumsatzträger sein könnten.

1.34 fünf Artikel oder Artikelgruppen, die eindeutig die Merkmale eines Randsortiments aufweisen.

Umfang und Vielfalt des Warenangebotes werden in Fachbüchern beschrieben, indem von einem **breiten** oder **schmalen** bzw. einem **tiefen** oder **flachen Sortiment** gesprochen wird.

Wovon hängt das Bestehen eines Einzelhandelsunternehmens ab?



1.35 Notieren Sie, was darunter zu verstehen ist. Nutzen Sie, wenn nötig, Ihr Fachbuch.

Breites Sortiment:

Schmales Sortiment:

Tiefes Sortiment:

Flaches Sortiment:

In Tankstellenshops sind die Sortimente breiter geworden.



1.36 Welche Waren haben an Bedeutung gewonnen?



1.37 Welche Waren wurden nahezu verdrängt?

Die **Gestaltung des Sortiments** unter Beachtung der Kaufkraft und des Bedarfs der Kunden erfordert Entscheidungen über

- die Art der Ware
- die Preisklasse
- den Umfang und die Vielfalt der Warengruppen

Wovon hängt das Bestehen eines Einzelhandelsunternehmens ab?



Charakterisieren Sie Umfang und Vielfalt des Sortiments in Ihrem Ausbildungsbetrieb und nennen Sie Beispiele.



1.38 Welche Artikel würden Sie in das Sortiment aufnehmen, wenn sich in Ihrer Nähe folgende Einrichtungen und damit eine besondere Kundengruppe befänden?

a) Krankenhaus:

b) Berufsschule:

c) Kaserne:



1.39 Nennen Sie eine weitere Kundengruppe und eine darauf zugeschnittene *Sortimentserweiterung*.



Fragen Sie Kunden/Bekannte, welche zusätzlichen Artikel sie sich in Ihrem Ausbildungsbetrieb wünschen würden.



Notieren Sie bitte die interessantesten Antworten.

Wovon hängt das Bestehen eines Einzelhandelsunternehmens ab?



Welche *Sortimentserweiterungen* würden Sie vornehmen?



1.40 Stellen Sie bitte fest, ob Kunden Artikel bevorzugen, die aus der Werbung oder als Markenware bekannt sind. Beobachten oder befragen Sie einige Kunden.

Jeder Inhaber eines Geschäftes überprüft ständig sein Sortiment. Das betrifft z. B. die Sortimentsbreite oder -tiefe, das Angebot an Markenartikeln, die Preispolitik, Innovationen (Erneuerungen) oder eine Serviceerweiterung.



Greifen Sie ein Beispiel auf und begründen Sie bitte die Notwendigkeit einer *Sortimentsüberprüfung*.



Welche *Sortimentsbereinigungen* würden Sie in Ihrem Ausbildungsbetrieb vorschlagen?

Wovon hängt das Bestehen eines Einzelhandelsunternehmens ab?

Mit der Aufnahme höherer Preis- und Qualitätsstufen wird ein so genanntes *Trading-up* durchgeführt.



Wie schätzen Sie das Preisniveau in Ihrem Ausbildungsbetrieb ein?
Führen Sie ein Beispiel an.



Befragen Sie Ihren Ausbilder dazu, ob es an seiner Tankstelle schon einmal Anlässe für eine Sortimentsänderung (Bereinigung, Erweiterung, Trading-up) gegeben hat.



Welche Gründe gab es dafür?



Was wurde unternommen?



Neben der Comfort-Oil-Station befindet sich eine Sporthalle. Herr Oilmann studiert den Aushang, auf dem Zeiten für den Handballverein, Gymnastik- und Turngruppen ausgewiesen sind. Vormittags kommen Schülergruppen zum Sportunterricht.

Wovon hängt das Bestehen eines Einzelhandelsunternehmens ab?



1.41 Empfehlen Sie bitte Herrn Oilmann, wie er hier Kunden gewinnen kann.

Als wichtige Maßnahme zur Erfüllung von Kundenwünschen haben Sie längst den **Kundendienst** erkannt. Er ergänzt sozusagen das Sortiment.



1.42 Führen Sie bitte einige weitere Ziele an, die mit dem Angebot von Serviceleistungen verfolgt werden.

Mit Serviceleistungen als Maßnahmen der Verkaufsförderung werden Sie sich im Lernheft 6 „Warenpräsentation und Werbemaßnahmen“ näher befassen.

Wahl der Betriebsform

Die Formen der Einzelhandelsbetriebe sind sehr vielfältig. Sie unterscheiden sich nach ihrer Größe, dem Sortiment, dem Standort, der Geschäftsausstattung, der Warendarbietung, der Verkaufsform oder einfach nach den Preisen.



1.43 Notieren Sie Betriebsformen, in denen Kfz-Zubehörteile angeboten werden.



1.44 Welche Betriebsformen sind im Einzelhandel außerdem zu finden? Wenn nötig, nehmen Sie ein Lehrbuch zur Hand.

Die Standortfaktoren, insbesondere der Bedarf der Kunden, sind ausschlaggebend für die Bildung oder Veränderung von Betriebsformen.

So steht an der Tankstelle nicht mehr das Auto, sondern der Fahrer mit seinen Wünschen und Bedürfnissen im Vordergrund. Von den im Jahr 2010 in Deutschland gezählten 14.410 Tankstellen verfügten 13.000 über ein nennenswertes Shopgeschäft.



1.45 Beschreiben Sie bitte die Betriebsform Ihrer Tankstelle.

Wovon hängt das Bestehen eines Einzelhandelsunternehmens ab?

Tankstellenshops lassen meist ausgereifte Shopleitfäden und Ladenbaukonzepte erkennen. Diese Professionalität ist auf die Zugehörigkeit der Mehrzahl der Tankstellen zu Mineralölgesellschaften zurückzuführen.



Herr Oilmann wünscht sich eine Betriebsform, die von den Verbrauchern akzeptiert wird und die eine hohe Umschlagsgeschwindigkeit von Waren ermöglicht.



1.46 Empfehlen Sie Herrn Oilmann Sortimentsschwerpunkte, von denen Sie sich unter Beachtung seiner Standortfaktoren (siehe Seite 20–22) einen guten Umsatz versprechen würden.



1.47 Welche **Mitbewerber** muss der Betreiber einer Tankstelle mit Shop am Markt berücksichtigen? Benennen Sie die Betriebsformen.

Wovon hängt das Bestehen eines Einzelhandelsunternehmens ab?

Die für Tankstellenbetreiber besonders zu beachtenden Mitbewerber sind u.a. *Kioske* und *Trinkhallen*.



1.48 Welche Vorteile wollen Kunden Ihrer Meinung nach bei ihrem Kioskbesuch genießen?



1.49 Welche Schlussfolgerungen können Sie daraus für Ihre Tätigkeit im Tankstellenshop ziehen?

Die Bedürfnisse der Kunden wurden als wichtige Bedingung für die Wahl einer Betriebsform genannt.



Beschreiben Sie bitte die Bedürfnisse der Kunden, die in

a) einem Supermarkt mit breitem und tiefem Sortiment einkaufen:

b) einem Fachmarkt einkaufen:

Wahl der Verkaufsform

Auch die Wahl einer Verkaufsform – auch Bedienungsform genannt – hängt von vielen Faktoren ab, z.B. von dem anzusprechenden Kundenkreis, der Ware, dem Preisniveau oder den Personalkosten eines Betriebes.



1.50 Unterscheiden Sie die folgenden Verkaufsformen.

	Welche Aufgaben hat der Verkäufer?
Bedienung	
Vorwahl	
Selbstbedienung	
Versandhandel	
Automatenverkauf	



1.51 Befragen Sie mehrere Kunden, Freunde oder Bekannte dazu, was sie generell an den einzelnen Verkaufsformen schätzen.

	Was schätzen die Kunden an der Verkaufsform?
Bedienung	
Vorwahl	
Selbstbedienung	
Versandhandel	
Automatenverkauf	

Wovon hängt das Bestehen eines Einzelhandelsunternehmens ab?



Begründen Sie bitte, warum sich Ihrer Meinung nach die Selbstbedienung in Tankstellenshops durchgesetzt hat.

Es wird jedoch nicht jeder Artikel in derselben Verkaufsform angeboten.



Beschreiben Sie Unterschiede in der Verkaufsform anhand von drei selbst ausgewählten Artikeln.

Wahl einer Kooperationsform

Einzelhandelsunternehmen, die ihre Wettbewerbsfähigkeit erhalten bzw. steigern wollen, nutzen mitunter Formen der Zusammenarbeit in Verbänden oder mit anderen Unternehmen.



1.52 Welche Vorteile kann ein Händler durch die Mitgliedschaft in einem Einkaufsverband für den Absatz sowie für die Beschaffung seiner Waren haben?

Vorteile für den Absatz:

Vorteile für die Beschaffung:



Wie gelingt es Ihrem Tankstellenunternehmer, günstig für den Shop einzukaufen?



Würden Sie Herrn Oilmann auf Grund Ihrer bisherigen Erfahrungen in der Ausbildung zu einer Anbindung an eine Mineralölgesellschaft raten? Begründen Sie Ihre Meinung.

4. Mitbewerbererkundung

Sie haben anhand der Beispiele Ihres Ausbildungsbetriebes und der Überlegungen zum Fall Oilmann einige wichtige Gründe für den Erfolg eines Einzelhandelsunternehmens durchdacht.



Fassen Sie bitte anhand Ihrer bisherigen Aufgabenlösungen Informationen über Ihren Ausbildungsbetrieb und den Tankstellenshop von Herrn Oilmann zusammen.

	Ausbildungsbetrieb	Tankstelle Comfort Oil
Lage, Erreichbarkeit		
Sortiments- schwerpunkte im Shop		
Betriebsform		
Verkaufsform		

Stellen Sie kaum Unterschiede fest?

Wer sich von seinen Mitbewerbern abheben will, muss diese Mitbewerber und deren Verhalten am Markt zunächst gut beobachten.



Erkunden Sie Standortfaktoren, Sortimentsgestaltung sowie Betriebs- und Verkaufsformen als wichtige Voraussetzungen für eine erfolgreiche Geschäftspolitik im Einzelhandel.

Wählen Sie vier Mitbewerber Ihrer Tankstelle für das Shopgeschäft aus.

Stellen Sie bitte die Ergebnisse Ihrer Erkundung in der Tabelle im Anhang auf Seite 5 zusammen.

Die folgenden Fragen/Aufgaben sollen Ihre Erkundung erleichtern.

- 1) Beschreiben Sie kurz den Standort und beurteilen Sie ihn aus der Sicht des Unternehmens als sehr ungünstig, ungünstig, neutral, gut oder sehr gut.
- 2) Welche Warengruppen dominieren im Sortiment?
- 3) Betrachten Sie bitte das Getränkesortiment näher.
Welche Gemeinsamkeiten und Unterschiede stellen Sie fest?
- 4) Welche ergänzenden Randsortimente, die vermutlich gut von Kunden angenommen werden, fallen Ihnen auf?
- 5) Beurteilen Sie die Preisgestaltung anhand Ihrer eigenen Einkaufserfahrungen von sehr billig bis sehr hochpreisig.
- 6) Beschreiben Sie kurz die Betriebsform.
- 7) Entdecken Sie weitere Verkaufsformen neben der Selbstbedienung.
Welche Ware wird auf welche Weise verkauft?



Betrachten Sie bitte die Beobachtungsergebnisse in Ihrer Tabelle im Anhang bezüglich der Sortimentspolitik (Punkte 2 bis 5) näher. Welche Gründe sehen Sie für auftretende Unterschiede?



Vergleichen Sie mit Ihrem Ausbildungsbetrieb.



Wodurch profiliert er sich besonders?



Welche Schlussfolgerungen lassen sich aus einer Mitbewerbererkundung ziehen?

5. Trends im Einzelhandel

Bequemer Konsum

Convenience steht für Bequemlichkeit, Verfügbarkeit und Freundlichkeit. Convenience-Geschäfte sind Nachbarschaftsläden mit besonders kundenorientierten Konzepten. In Großbritannien, den USA und Japan sind sie bereits wesentlich stärker am Markt vertreten als hierzulande.

In Deutschland finden wir diese Geschäfte z.B.

- in modernen, gut ausgestatteten Tankstellen
- in Bahnhöfen und Flughäfen
- als Kioske und Trinkhallen
- in der Gastronomie



1.53 Weshalb sollten Convenience-Geschäfte immer Nahversorger sein?

Die Kunden im Tankstellenshop – überwiegend Männer – tätigen meist kleinere Einkäufe. Ihren Grundbedarf an Lebensmitteln decken sie hier nicht.



1.54 Weshalb, glauben Sie, erledigen Frauen ihre Einkäufe für den Haushalt nicht im Convenience-Shop der Tankstelle?

Untersuchungen in Convenience-Shops ohne Zapfsäule haben ergeben, dass Shops mit einem tieferen und breiteren Lebensmittelsortiment steigende Umsatzzahlen – insbesondere durch Frauen – aufwiesen.

Convenience-Shops werden einer besonderen **Bedarfs- und Kaufsituation** gerecht:

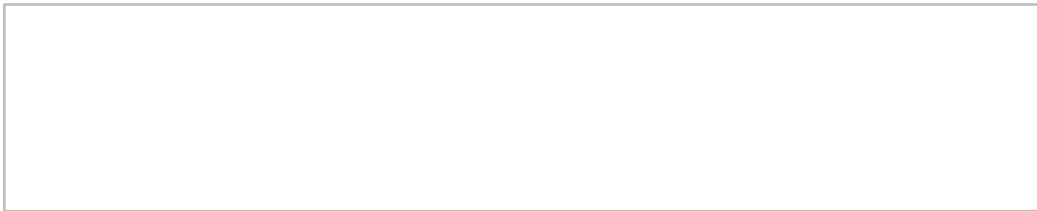
- bedarfsorientiert breite, nicht tiefe Sortimente, „Schnelldreher“ für situativen Bedarf, Impulskaufartikel
- übersichtliche Platzierung
- verbraucherfreundliche Öffnungszeiten, auch am Wochenende
- kundenorientierte zusätzliche Dienstleistungen
- Treffpunkt-Funktion, soziale Kontakte, freundliches und gesprächsbereites Personal

Die Lebensmittelprodukte sollten klein portioniert, leicht zu öffnen und wiederverschließbar sein.

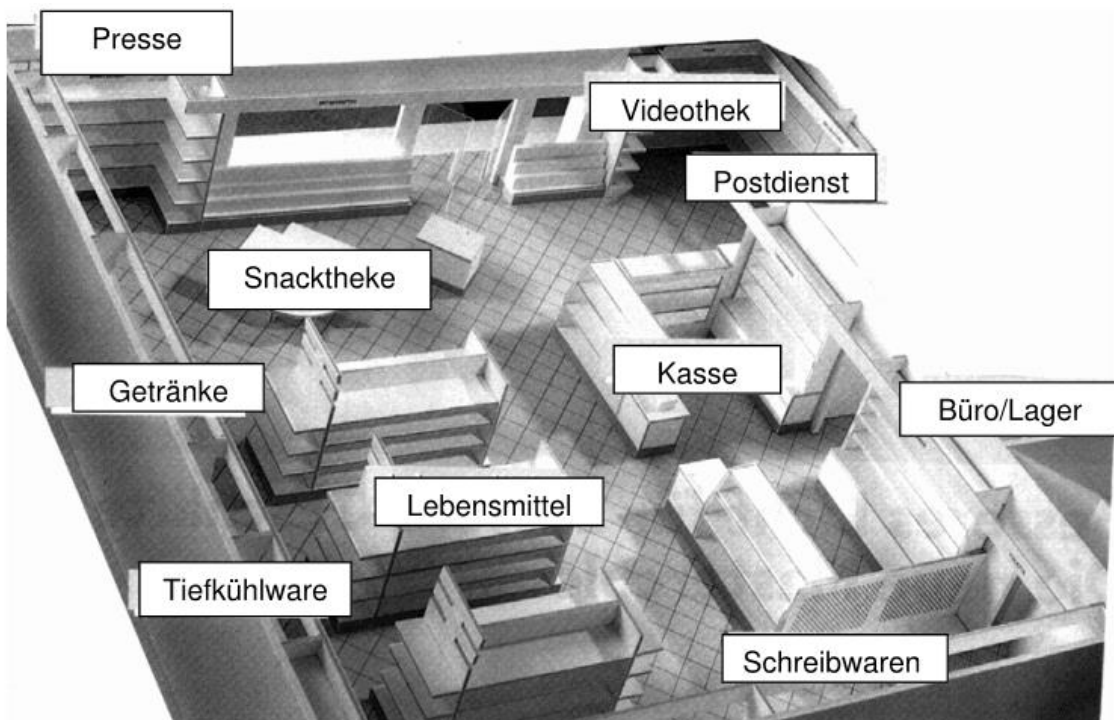


Ergänzen Sie bitte Beispiele typischer Convenience-Produkte.

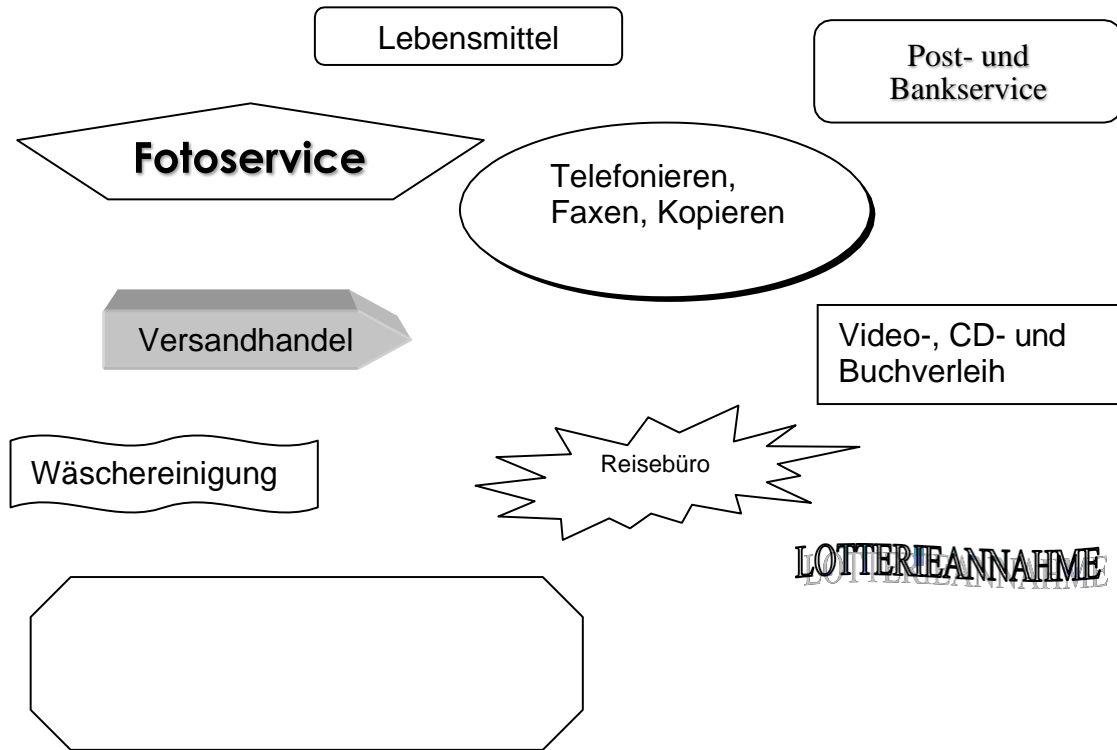
- Joghurtbecher mit Löffel im Deckel
- Getränkepackung mit Verschlusskappe



Der Kunde könnte vieles auf kleinster Fläche unter einem Dach finden:



Denkbar sind weiterhin:



+ warme Snacks

+ Getränke zum Sofortverzehr



1.55 Notieren Sie bitte aus Ihren persönlichen Einkaufserfahrungen erste Convenience-Erlebnisse.

Jeder, der sich für Convenience-Angebote entscheidet, wird zu einem Mitbewerber für Tankstellenshop-Betreiber!



1.56 Bitte finden Sie die Vorteile heraus, die eine wachsende Zahl an Mitbewerbern mit sich bringen kann.



Geben Sie im Angesicht dieser Veränderungen Kiosken noch eine Chance, weiter zu bestehen? Äußern Sie bitte Ihre Meinung.

Der Convenience-Gedanke hat längst auch den Großhandel erfasst. Die Warenbeschaffung eines Convenience-Shops ist sehr vielfältig und lässt sich nicht in die straffe Einkaufsorganisation des traditionellen Einzelhandels einfügen. Neue Vertriebsstrategien haben sich entwickelt.

Weitere Formen des bequemen Konsums

Die Bedienung weicht immer mehr neuen Serviceformen, wie z.B.:

- *Teleshopping*
(Einkauf per Telefon nach Fernsehpräsentation)
- *Online-Shopping*
(Einkauf bei Anbietern im Internet)
- *Automatenverkäufen*, die in Japan schon fast an jeder Straßenecke möglich sind, wo man aus einem Automaten Reis, Eier, Steaks, Videos, CDs und sogar Slips, Socken und Damenwäsche „ziehen“ kann
- dem *Einkauf per Telefon*, der schon lange keine Zukunftsvision mehr ist
- dem *Verkauf aus Schließfächern*, aus denen Kunden die Waren entnehmen können, die sie telefonisch bestellt haben; Tag und Nacht haben sie mit einer Magnetkarte Zugang zu dem Raum mit ihrer Shopping-Box; die Bezahlung erfolgt durch Abbuchung vom Bankkonto



Was halten Sie von solchen Verkaufsformen? Äußern Sie Ihre Meinung.

Entwicklung an Tankstellen

Seit Mitte der neunziger Jahre unterliegen Tankstellen verstärkt immer neuen Modernisierungen. Sie zeichnen sich im Wesentlichen durch zweierlei aus.

1.57 Ergänzen Sie.

Die Professionalität im Shopgeschäft steigt durch konsequente Entwicklung des

Shops hin zum . Sortimente werden

und sind stärker als bisher am

orientiert. Es werden verstärkt Systeme eingesetzt.

Umfangreiche wie die Installation von Gasrückführungsanlagen bei der Fahrzeugbetankung und von flüssigkeitsdichten Fahrbahnen mussten durchgeführt werden.

Seit 1. April 2003 müssen Gasrückführungsanlagen außerdem mit einem selbstüberwachenden System ausgerüstet werden, das Betriebsstörungen anzeigt und die Zapfsäule nach 72 Stunden automatisch abschaltet, wenn

.

Da viele Tankstellen die für die Modernisierung erforderlichen Investitionen nicht verkraften konnten, ist es zugleich zu einer verstärkten

von Tankstellen gekommen. In den letzten zehn Jahren verringerte sich die Zahl der Tankstellen in Deutschland um mehr als 1.950 (vgl. Seite 16).



1.58 Begründen Sie bitte, inwiefern auch der Standort zur Ursache der Schließung einer Tankstelle werden kann.



Stellen Sie sich bitte vor, eine Tankstelle mitten in einem Wohngebiet soll geschlossen werden.



Unter welchen Bedingungen könnte der Tankstellenshop als Laden ohne Zapfsäule bestehen bleiben?

Es ist bei Tankstellen auch eine veränderte Standortpolitik zu beobachten. Die Tankstellen verlagern sich aus Wohngebieten und Citylagen in Randlagen, in Gewerbegebiete oder an Aus- und Einfallstraßen.



Versuchen Sie bitte diesen Trend zu erklären.

Vor allem wächst die Bedeutung der Einzelhandelsfunktion, so dass eine kaufmännische Ausbildung für das Personal und die Führungskräfte zu einer wichtigen Voraussetzung dafür wird, den Anforderungen an eine Tankstelle mit Shop gerecht werden zu können.

6. Wenn sich das Kaufverhalten ändert



Herr Oilmann hat sich seinen Traum erfüllt. Er führt seit geraumer Zeit die Tankstelle Comfort Oil an einer Ausfallstraße in Magdeburg und betreibt einen modernen, attraktiven Shop und eine Waschanlage. Er bietet ein Grundsortiment an Lebensmitteln (inkl. Fast Food), Tabakwaren, Getränke, Süßwaren, Eis, Presseerzeugnisse und Autozubehör an.

Dem weiteren Erfolg dürfte nun nichts mehr im Wege stehen – doch die Situation hat sich verändert ...



Lesen Sie, was geschehen ist, damit Sie entscheiden können, was hier für den weiteren positiven Geschäftsverlauf am wichtigsten ist.

Herr Oilmann hat festgestellt, dass

- der Lebensmittelverkauf einen leichten Rückgang aufweist*
- das Lebensmittelgeschäft in der Nähe nun bis 22 Uhr geöffnet hat*
- ein Getränkemarkt, der seine Ware zu niedrigeren Preisen anbietet, als Mitbewerber hinzugekommen ist*
- trotz gepflegter Anlage die Waschzahlen auffällig zurückgehen*

Auf Grund dieser Situation ist das Bestehen von Herrn Oilmanns Geschäft gefährdet.



1.59 Über welche Faktoren muss er unbedingt nachdenken?

Wenn sich das Kaufverhalten ändert



Welche konkreten Änderungen in der Geschäftspolitik würden Sie Herrn Oilmann empfehlen?



Skizzieren Sie einen eigenen Vorschlag zur neuen Gestaltung des Comfort-Shops. Es stehen 120 m² zur Verfügung. Drucken Sie sich dazu diese Seite bitte aus.

Eingang

Eingang

Eingang

7. Anhang

Auszug aus der Satzung über die Wochenmärkte der Stadt Bad Oeynhausen vom 28.10.1997 in der Fassung der

1. Nachtragssatzung vom 13.05.1998

§ 1 Öffentliche Einrichtung Die Stadt Bad Oeynhausen betreibt die Wochenmärkte als öffentliche Einrichtung. Der Besuch steht allen Personen nach Maßgabe dieser Satzung frei.

§ 2 Markthoheit (1) Der Gemeingebrauch an Wegen, Straßen und Plätzen, die dem öffentlichen Verkehr gewidmet sind und auf dem Marktplatz liegen, ist an den Markttagen soweit beschränkt, wie es für den Betrieb des Marktes nach den Bestimmungen dieser Marktordnung erforderlich ist. (2) Der Marktverkehr geht innerhalb des Marktgeländes an den Markttagen dem übrigen öffentlichen Verkehr vor, ausgenommen hiervon sind Maßnahmen zur Abwendung unmittelbarer Gefahr für die öffentliche Sicherheit und Ordnung.

§ 3 Marktaufsicht Der Stadtdirektor übt die Aufsicht auf den Wochenmärkten aus. Zur Ausübung dieser Funktion bestimmt er einen städtischen Bediensteten. Die Anbieter haben den Anordnungen des städtischen Bediensteten Folge zu leisten und sich auf dessen Verlangen über Person und Wohnort auszuweisen sowie jede sachdienliche Auskunft zu geben.

§ 5 Marktwaren (1) Gegenstand des Wochenmarktverkehrs sind die in § 67 der Gewerbeordnung aufgeführten Waren: 1. Lebensmittel im Sinne des § 1 Lebensmittel- und Bedarfsgegenständegesetzes mit Ausnahme alkoholischer Getränke, 2. Produkte des Obst- und Gartenbaues, der Land- und Forstwirtschaft und der Fischerei, 3. rohe Naturerzeugnisse mit Ausnahme größeren Viehs. (2) Die Zulassung anderer Waren bestimmt sich nach der aufgrund des § 67 Abs. 2 der Gewerbeordnung erlassenen ordnungsbehördlichen Verordnung.

§ 6 Gesundheitsaufsichtliche Bestimmungen Auf die Bestimmungen der Lebensmittelhygieneverordnung vom 30.11.1982 (GV. NW. 1982 S. 765) in der jeweils geltenden Fassung wird verwiesen.

§ 7 Zulassungsbestimmungen (1) Teilnahmeberechtigt ist jeder, dessen Angebot zu dem Kreis der in § 5 genannten Waren zählt. (2) Marktbesucher bedürfen der Zulassung. Es sind die Marktbesucher vorrangig zu berücksichtigen, die Waren nach § 5 Abs. 1 dieser Satzung anbieten. Die Zulassung ist unter Angabe der Art des Warenkreises, der Art des Verkaufsstandes und der benötigten Platzgröße bei der Marktaufsicht zu beantragen. (3) Gesichtspunkte einer Nichtzulassung sind insbesondere: 1. wenn Tatsachen die Annahme rechtfertigen, dass der Marktbesucher die für die Teilnahme erforderliche Zuverlässigkeit nicht besitzt; 2. wenn der zur Verfügung stehende Platz nicht ausreicht. In diesem Falle sind bei gleichem Angebot die Bewerber zurückzuweisen, die sich zuletzt gemeldet haben; 3. wenn in der Vergangenheit mehrmals gegen bestehende Marktvorschriften verstoßen wurde. Die Zulassung kann mit Auflagen und Bedingungen verbunden werden. (4) Den zugelassenen Bewerbern wird der Aufstellungsplatz

von der Marktaufsicht zugeteilt. Ein Anspruch auf einen bestimmten Platz besteht nicht. Es ist jedoch regelmäßigen Marktbesckern möglichst derselbe Standort zuzuweisen. Wer nach Beginn des Marktes anreist, hat keinen Anspruch auf Belegung eines Platzes. (5) Für die Benutzung eines Standplatzes auf den Wochenmärkten wird eine Gebühr nach Maßgabe der Satzung über die Erhebung von Marktstandgebühren für Wochenmärkte in der Stadt Bad Oeynhausen in der jeweils geltenden Fassung erhoben.

§ 8 Firmenschilder, Preistafeln, Maße und Gewicht (1) Jeder Standinhaber ist verpflichtet, an einer allgemein gut sichtbaren Stelle seines Verkaufsstandes ein Schild anzubringen, auf dem sein Vor- und Familienname, Wohnort, Straße und Hausnummer, in deutlich lesbarer unverwischbarer Schrift anzugeben sind. Marktbesckicker, die eine Firma führen, haben den Firmennamen in der oben bezeichneten Weise anzubringen. Ist aus der Firma der Familienname des Marktbesckickers mit einem ausgeschriebenen Vornamen zu ersehen, so genügt die Anbringung der Firma. (2) Alle Waren sind vor Beginn des Marktes mit deutlich lesbaren Preisauszeichnungen und, soweit vorgeschrieben, mit Angaben über die Handelsklasse und den Zusatz fremder Stoffe, Konservierungsmittel und künstlicher Farbstoffe zu versehen. (3) Jeder Standinhaber hat sich der Maße und Gewichte nach dem Gesetz über das Mess- und Eichwesen (Eichgesetz) vom 23.03.1992 (BGBl. I. S. 711) in der jeweils geltenden Fassung zu bedienen.

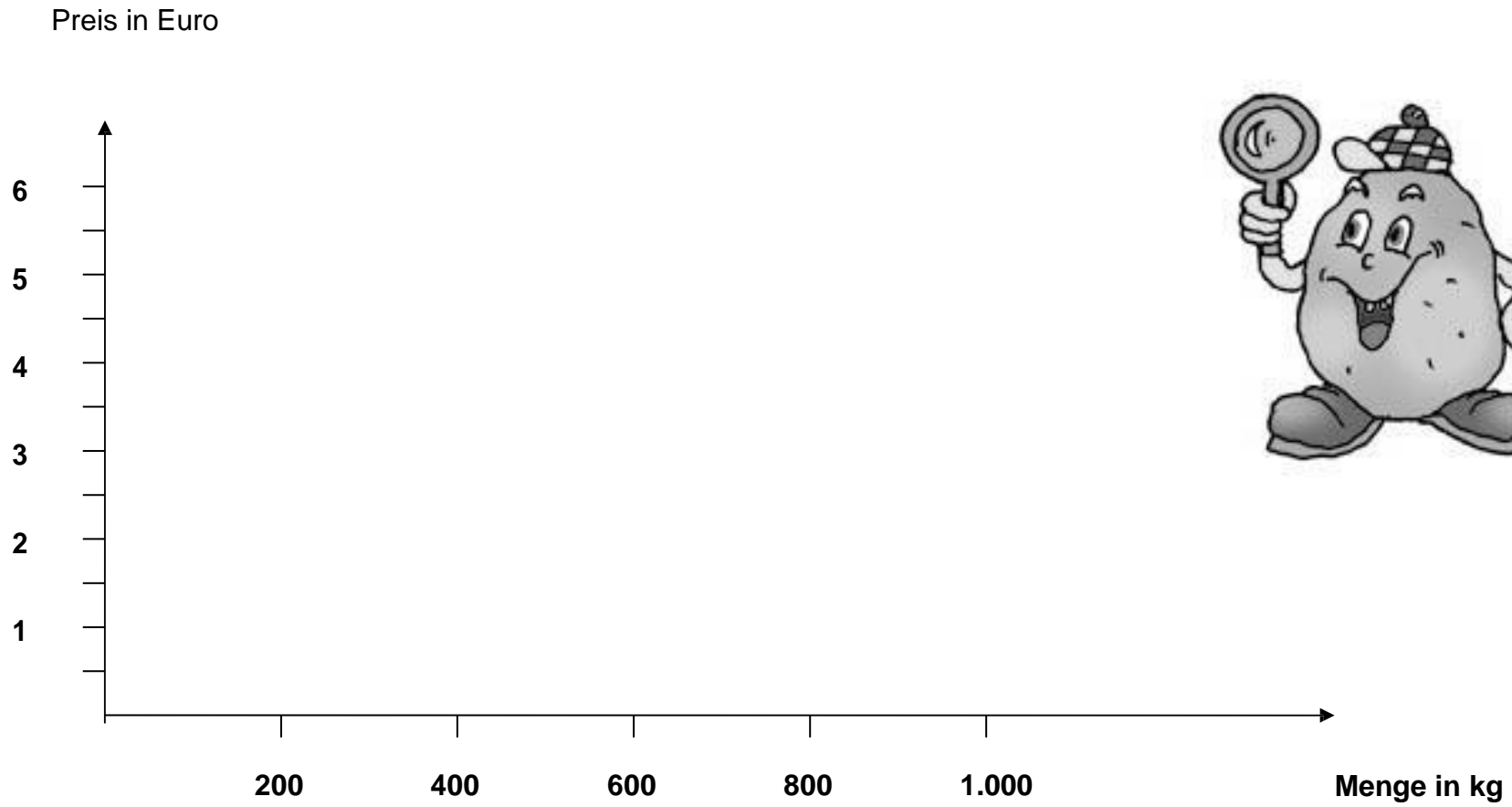
Unterscheidung der Marktformen nach der Anzahl der Anbieter und Nachfrager

Marktformen			
Nachfrager			
Anbieter	Einer	Wenige	Viele
Einer	Zweiseitiges Monopol	Beschränktes Angebotsmonopol	Angebotsmonopol
Wenige	Beschränktes Nachfragemonopol	Zweiseitiges Oligopol	Angebotsoligopol
Viele	Nachfragemonopol	Nachfrageoligopol	Polypol

Ergebnisse der Mitbewerbererkundung

Mitbewerber				
Erkundungskriterium				
1) Standort				
2) Sortiments- schwerpunkte				
3) Beispiel Getränkessortiment				
4) Besondere Randsortimente				
5) Preisgestaltung				
6) Betriebsform				
7) Verkaufsform aus- gewählter Produkte				

Der Markt



Literaturverzeichnis

Birk, Fink, Lutz: Prüfungsvorbereitung im Einzelhandel, 2. überarbeitete Auflage, Gehlen Verlag, Bad Homburg vor der Höhe 1993

Convenience-Handbuch 98/99, LPV Lebensmittel Praxis Verlag, Neuwied 1998

EID Energie-Informationsdienst 2010

Grill, Grzesiak, Mackensen, Nitz: Wirtschaftslehre Einzelhandel, Gehlen Verlag, Bad Homburg vor der Höhe 1992

Groh, Schröer: Sicher zur Kauffrau/zum Kaufmann im Einzelhandel, 3. Auflage, MERKUR VERLAG RINTELN, Rinteln 1993

Heinemeier, Limpke, Jecht: Wirtschaftslehre für Kaufleute im Einzelhandel, Winklers Verlag, Darmstadt 1995

Mineralölwirtschaftsverband (MWV), Preisbildung an Tankstellen, Hamburg 2006

Paulini: Kaufleute im Einzelhandel. Stand und Perspektive eines Berufes, Materialien zur beruflichen Bildung, Heft 100, Herausgeber: Bundesinstitut für Berufsbildung, Berlin, Bonn, Bertelsmann Verlag, Bielefeld 1998

Seidel, Temmen: Wirtschaftslehre des Einzelhandels, Gehlen Verlag, Bad Homburg vor der Höhe 1991

Statistisches Bundesamt 2005

Tankstellen. Visitenkarten der Mineralölgesellschaften, Herausgeber: Deutsche BP Holding AG, Hamburg 1998

Truntschka (Preuß), Wussow: Lernarrangement 2 „Bedeutung und Struktur des Einzelhandels“, handlungsorientiertes Lernmaterial für die Aus- und Weiterbildung im Beruf Kaufmann/Kauffrau im Einzelhandel, Fachbereich Textil/Bekleidung, ABV-Verlag, Magdeburg 1995

8. Lösungshinweise

Seite 4

4.1 Wodurch wird es den Haushalten ermöglicht, Waren und Dienstleistungen zu kaufen?

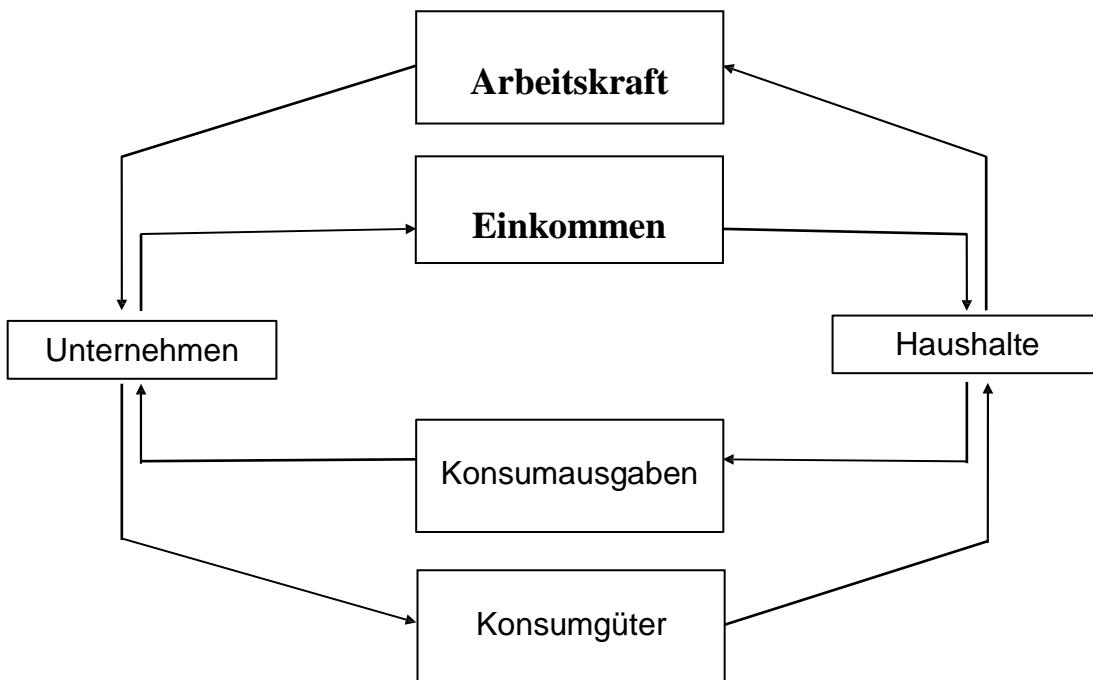
- Lohn für Arbeitsleistungen (Teil des Einkommens)

4.2 Ergänzen Sie folgende Sätze:

- Die Haushalte stellen den Unternehmen **ihre Arbeitskraft (-leistung)** zur Verfügung und erhalten dafür **Einkommen (Lohn)**. Mit diesem **Einkommen** kaufen die Haushalte die von den Unternehmen hergestellten **Konsumgüter**.

Seite 5

4.3 Vervollständigen Sie den Wirtschaftskreislauf im Schaubild, indem Sie die noch fehlenden Beziehungen eintragen.



Seite 6

4.4 Notieren Sie Begriffe, die Ihnen spontan einfallen, wenn Sie das Wort „Markt“ hören.

- Mögliche Antworten:
Flohmarkt, Weihnachtsmarkt, Wochenmarkt, Stände, Käufer, Händler, Angebote, Nachfrage, Sortiment, eBay usw.

Seite 6

4.5 Vervollständigen Sie folgenden Lückentext, indem Sie die Begriffe an die richtige Stelle setzen (Angebot – Güter – Preise – Dienstleistungen – Nachfrage).

Unter dem Begriff Markt versteht man den ökonomischen Ort, an dem **Angebot** und **Nachfrage** aufeinandertreffen. Hier werden die **Preise** für **Güter** und **Dienstleistungen** gebildet. Die Orte und Funktionsweisen dieser Märkte können sehr unterschiedlich sein.

4.6 Nennen Sie Beispiele für Ihnen bekannte Märkte! Unterscheiden Sie abstrakte Märkte und reale Märkte.

- Abstrakt:
Weltmarkt, Arbeitsmarkt, Kapitalmarkt
- Real:
Weihnachtmarkt, Wochenmarkt, Flohmarkt, Börse

Seite 7

4.7 Welches Ziel soll mit der Aufstellung von Regeln erreicht werden?

- Der Betreiber eines Marktplatzes stellt die Marktordnung auf, um einen möglichst reibungslosen Marktbetrieb zu gewährleisten. Das bedeutet insbesondere die Schaffung von Rechtssicherheit und Transparenz.

4.8 Das Kaufverhalten der Kunden ist von verschiedenen Faktoren abhängig. Welche könnten das sein?

- Preis einer Ware
- Preis anderer Waren, die als Ersatz in Frage kommen
- Technischer Wissensstand bei der Produktion der Ware
- Einkommenshöhe der Kunden
- Bedarfsstruktur der Konsumenten

Seite 8

4.9 Vervollständigen Sie den nachfolgenden Text, indem Sie den richtigen Begriff aus der Klammer in die entsprechende Lücke schreiben.

- Je knapper eine Ware ist, desto **höher** ist ihr Preis. Die Knappheit wird von der produzierten Menge dieses Produktes, dem **Angebot** und dem Wunsch, dieses Produkt zu besitzen, der **Nachfrage**, bestimmt. Wer kauft ist immer an **niedrigen** Preisen, wer verkauft, an möglichst **hohen** Preisen interessiert. Der Preis einer Ware ergibt sich durch das Zusammenführen von Angebot und Nachfrage.

Seite 9

4.10 Welche Veränderung kann sich auf dem Markt für Mittelklasse-Pkw unter sonst gleich bleibenden Bedingungen nachfragevermindernd auswirken? Kreuzen Sie die richtige Antwort an.

4. Erhöhung der Mineralölsteuer

4.11 Welche Veränderung wirkt sich auf dem Markt für Oberklasse-Fahrzeuge von Nobelmarken unter sonst gleich bleibenden Bedingungen nachfragesteigernd aus? Kreuzen Sie die richtigen Antworten an.

1. Ein neues Modell mit wesentlichen technischen Verbesserungen wird angeboten

3. Die Umsatzsteuer wird gesenkt

Seite 11

4.12 Was besagt die Angebotskurve?

- Die Angebotskurve zeigt, welche Menge zu welchem Preis angeboten wird
- Mit steigenden Preisen steigt das Angebot

4.13 An welchem Punkt treffen sich Angebot und Nachfrage?

Wie nennt man diesen Punkt?

- Bei einem Preis von 2 Euro und einer Menge von 400 kg kommt es zum Ausgleich zwischen Angebot und Nachfrage, d.h., zu diesem Preis werden 400 kg angeboten und 400 kg nachgefragt

4.14 Was könnte zu dieser Veränderung geführt haben?

- Die Nachfragekurve verschiebt sich nach links, d.h., die Nachfrage sinkt. Die Kunden sind jetzt nur noch bereit für weniger Geld eine geringere Menge zu kaufen
- Das könnte daran liegen, dass allgemein das Einkommen gesunken ist oder mit schlechteren Zukunftsaussichten gerechnet wird
- Oder aber es könnte daran liegen, dass ein Ersatzprodukt für Kartoffeln, z.B. Reis oder Nudeln, extrem billig angeboten wird

Seite 13

4.15 In den folgenden Beispielen werden tatsächliche Märkte genannt. Stellen Sie fest, welche der auf der Seite 12 genannten Bedingungen nicht erfüllt werden. Tragen Sie die entsprechende Nummer in das Kästchen ein.

- Ein Kunde kauft seine Anzüge schon seit Jahren wegen der netten Beratung in einem Bekleidungsgeschäft, das für seine gehobene Preisklasse bekannt ist. 3

- Auf dem Markt für Mietwagen stimmen die wenigen Anbieter informell die Preise ab. 1

- Auf dem Automarkt gibt es so viele Anbieter, dass der Kunde überhaupt nicht mehr überblicken kann, welcher Anbieter ihm das vorteilhafteste Angebot unterbreitet. 2

- Die Käufer von Duschgels können auf Grund der großen Auswahl nicht mehr erkennen, welches Produkt am günstigsten ist. 2

- Eine Kundin kauft das Obst in einem nahe gelegenen Laden, obwohl es dort teurer ist als bei der etwas weiter entfernten Konkurrenz. 3

- Ein Konsument kauft nichts anderes als Markenprodukte, egal wie hoch der Preis ist. 3

4.16 Auf welchem Markt befinden Sie sich mit Ihrem Shopgeschäft?

- Unvollkommener Markt

4.17 Notieren Sie, um welche Marktform es sich bei Anbietern von Kraftstoffen handelt.

- Polypol

Seite 14

4.18 In der Abbildung fehlen ein oder zwei Kettenglieder. Tragen Sie deren Namen und Funktion in die obige Darstellung ein.

Urproduktions- betrieb	Produktions- betrieb	Großhandel, Einzelhandel	Verbraucher
=> gewinnt Rohstoffe	=> be- oder verarbeitet Rohstoffe	=> Einzelhändler kauft beim Hersteller oder Großhändler mittlere bis große Mengen und verkauft an den Verbraucher kleine Mengen	=> befriedigt seine Bedürfnisse

Seite 14

4.19 Warum ist es sinnvoll, zwischen Herstellung und Verbrauch mindestens noch ein Verbindungsglied einzuschalten, obwohl sich dadurch die Ware verteuert?

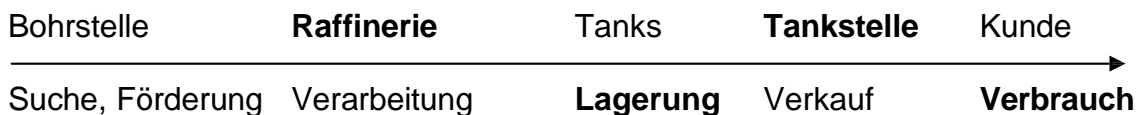
- Der Einzelhändler stellt ein bedarfsgerechtes Warenangebot zusammen und bietet es am Wohnort des Käufers an

Seite 15

4.20 Finden Sie für folgende Waren Beispiele für eine Handelskette.

Ware	Urproduktionsbetrieb	Produktionsbetrieb	Einzelhandelsbetrieb	Verbraucher
Zeitschrift	Forstbetrieb, Papierherstellungsfabrik	Redaktionen, Druckerei	Tankstelle, Kiosk, Märkte, Kaufhäuser ...	Karla Schulze
Brot	Bauer Krause, Mühlen	Bäckerei	Bäcker, Kaufhalle ...	Sven Müller
Zigaretten	Tabakplantage	Zigarettenfabrik, z. B. ...	Tankstelle, Kiosk ...	Robert Halm

4.21 Ergänzen Sie bitte möglichst konkret die Handelskette der Kraft- und Schmierstoffe, die an Ihrer Tankstelle verkauft werden.



4.22 Zählen Sie bitte mindestens fünf Mineralölprodukte auf.

- Ottokraftstoff, Dieselkraftstoff, Bitumen, Flugturbinenkraftstoff (Kerosin), Motorenöl, Petrolkoks, Heizöl, Propangas, Flüssiggas, Rohbenzin (Naphtha)

Seite 16

4.23 Welche Bedürfnisse der Verbraucher werden seit einigen Jahren zunehmend von den Tankstellenbetreibern erfüllt?

- Der kleine Einkauf nebenbei

Seite 17

4.24 Ordnen Sie bitte die folgenden Begriffe den richtigen Sätzen zu:

- a) Die Menge der angekauften Waren wird vom Einzelhändler für den Verkauf bedarfsgerecht verändert: **Warenverteilung bzw. Mengenausgleich**
- b) Dem Kunden wird geholfen, sich für einen Kauf zu entscheiden, indem ihm Ratschläge gegeben und Serviceleistungen angeboten werden: **Beratung und Kundendienst**
- c) Der Einzelhändler trifft eine Auswahl an Waren, die er zum Verkauf anbietet: **Sortimentsbildung**
- d) Für den Verbraucher werden neue Einkaufsmöglichkeiten und für den Hersteller Absatzchancen gefunden: **Markterschließung**
- e) Die Ware wird so aufbewahrt, dass sie entsprechend der Nachfrage der Kunden zum richtigen Zeitpunkt und in der gewünschten Menge zur Verfügung steht: **Lagerhaltung**

Seite 19

4.25 Notieren Sie zehn Branchen im Einzelhandel.

- Lebensmittel
- Waren verschiedener Art (Warenhaus, SB-Warenhaus)
- Textilien/Bekleidung
- Schuhe
- Haushaltsgegenstände/keramische Erzeugnisse/Glaswaren
- Rundfunk/Fernsehen
- Bau- und Heimwerkerbedarf
- Bürofachhandel
- Sportartikel
- Tankstellen

4.26 Auch in Tankstellen finden Sie Waren, die verschiedenen Branchen zuzuordnen sind. Welche Gründe sehen Sie dafür?

- Die Orientierung am Kundenbedarf führt zu Sortimentsüberschneidungen mit Läden anderer Branchen

Seite 21

4.27 Erläutern Sie die Wichtigkeit der drei ersten Faktoren.

- Wettbewerbssituation: keine Mitbewerber bei Sortimentsschwerpunkten
- Lage und Erreichbarkeit der Tankstelle: Viel befahrene Straße bringt Kundenverkehr, gute Zu- und Abfahrten, großes Grundstück, gute Sichtbarkeit
- Kaufkraft und Bedarf der Kunden: Autofahrer, Käufer aus der Nachbarschaft, ohne Kunden nützt die beste Lage nichts

Seite 21

4.28 Herr Oilmann möchte sich zunächst selbst ein Bild von den Standortfaktoren machen. Was könnte er tun, um den Standort der zukünftigen Tankstelle zu beurteilen?

- Verkehrszählung durchführen
- Infrastruktur erkunden (Einwohnerzahl des unmittelbaren Einzugsgebietes)
- Nach Betrieben, Schulen und anderen Institutionen in der Nähe forschen, um mögliche Kundenkreise besser zu erkennen

Seite 23

4.29 Welche Gründe könnten in Ihrem Wohnort das Kaufverhalten beeinflussen?

- Wirtschaftliche Situation
- Hohe/niedrige Arbeitslosigkeit
- Verkehrsumleitungen
- Veränderung der Wettbewerbssituation

4.30 Wie könnte der Einzelhändler auf ein verändertes Kaufverhalten reagieren?

- Änderung der Sortimentspolitik, wenn Inhalt und Umfang des Sortiments nicht mehr dem Bedarf des angesprochenen Kundenkreises entsprechen
- Preisniveau senken
- Freundliche Bedienung
- Modernisierung des Verkaufsraumes

Seite 24

4.31 Was gehört beispielsweise in den folgenden Einzelhandelsbetrieben zum Kern- bzw. Randsortiment?

	Kernsortiment	Randsortiment
Autohändler	Autos	Zubehörteile
Möbelfachgeschäft	Möbel	Wohnaccessoires, Bilder ...
Getränkemarkt	Getränke	Süßwaren, Zeitungen

Seite 25

4.32 Notieren Sie bitte, worum es sich dabei handelt, und führen Sie Beispiele für Waren oder Artikelgruppen an.

	Erklärung	Waren/Artikelgruppen
Agenturgeschäft (Unternehmer als Handelsvertreter)	Verkauf im Namen und auf Rechnung einer Mineralölgesellschaft	Kraftstoffe, Schmierstoffe (bei einigen Tankstellen auch weitere Artikelgruppen)
Eigengeschäft	Verkauf auf eigene Rechnung	Alle übrigen Waren im Shop, soweit im Einzelfall keine abweichende Regelung vorliegt

Nennen Sie

a) 4.33 fünf Artikel oder Artikelgruppen aus dem Warenangebot im Shop Ihrer Tankstelle, die Hauptumsatzträger sein könnten.

- Tabakwaren
- Telefonkarten
- Alkoholische/nichtalkoholische Getränke
- Zeitungen, Zeitschriften
- Süßwaren
- Speiseeis

b) 4.34 fünf Artikel oder Artikelgruppen, die eindeutig die Merkmale eines Randsortiments aufweisen.

- Blumen
- Kfz-Zubehör
- Sanitär- und Drogerieartikel
- Bücher, Foto- und Phonoartikel
- Lebensmittel

Seite 26

4.35 Umfang und Vielfalt des Warenangebotes werden in Fachbüchern beschrieben, indem von einem breiten oder schmalen bzw. einem tiefen oder flachen Sortiment gesprochen wird. Notieren Sie, was darunter zu verstehen ist.

- Breites Sortiment: besteht aus vielen Warengruppen
- Schmales Sortiment: besteht aus einer oder wenigen Warengruppen
- Tiefes Sortiment: besteht aus vielen Artikeln und Sorten
- Flaches Sortiment: besteht aus wenigen Artikeln und Sorten

4.36 Welche Waren haben an Bedeutung gewonnen?

- Tabakwaren
- Fast Food
- Kaffee

4.37 Welche Waren wurden nahezu verdrängt?

- Technisches Zubehör

Seite 27

4.38 Welche Artikel würden Sie in das Sortiment aufnehmen, wenn sich in Ihrer Nähe folgende Einrichtungen und damit eine besondere Kundengruppe befänden?

- Krankenhaus: Blumen, Pralinen
- Schule: „aktuelle“ Süßigkeiten, Comics, Backwaren
- Kaserne: Bier, Zigaretten

4.39 Nennen Sie eine weitere Kundengruppe und eine darauf zugeschnittene Sortimentserweiterung.

- Ältere Autofahrer: Innenreinigung

Seite 28

4.40 Stellen Sie bitte fest, ob Kunden Artikel bevorzugen, die aus der Werbung oder als Markenware bekannt sind.

- Kunden bevorzugen nachgewiesenermaßen durch Werbung und Markenbekanntheit vorverkaufte Artikel

Seite 30

4.41 Empfehlen Sie bitte Herrn Oilmann, wie er hier Kunden gewinnen kann.

- Kaffee, Energy Drinks, belegte Brötchen, Backshop, Snacks ...

4.42 Führen Sie bitte einige weitere Ziele an, die mit dem Angebot von Serviceleistungen verfolgt werden.

- Einkaufserleichterungen
- Stammkunden gewinnen
- Von Konkurrenz abheben
- Einkaufsatmosphäre verbessern

Seite 31

4.43 Notieren Sie Betriebsformen, in denen Kfz-Zubehörteile angeboten werden.

- Tankstelle
- Autozubehörmarkt
- Autohandel
- SB-Warenhaus
- Versandhandel

4.44 Welche Betriebsformen sind im Einzelhandel außerdem zu finden?

- Fabrikladen, Fachgeschäft, Fachmarkt, Spezialgeschäft, Gemischtwarengeschäft, Kleinpreisgeschäft, Off-Price-Geschäft, Warenhaus, SB-Warenhaus, Supermarkt, Discounter, Straßenhandel, Katalogversandhandel, Partidiscounter, Verbrauchermarkt, Kiosk, Trinkhalle

4.45 Beschreiben Sie bitte die Betriebsform Ihrer Tankstelle.

- Ein Tankstellenshop kann eine Mischform zwischen Verbrauchermarkt, Supermarkt, Trinkhalle, Kiosk, Fachgeschäft und evtl. Convenience-Shop sein

Seite 32

4.46 Empfehlen Sie Herrn Oilmann Sortimentsschwerpunkte, von denen Sie sich unter Beachtung seiner Standortfaktoren (siehe Seite 20–22) einen guten Umsatz versprechen würden.

- Empfehlung: Tabak, Zeitungen, Süßwaren, Getränke ...

4.47 Welche Mitbewerber muss der Betreiber einer Tankstelle mit Shop am Markt berücksichtigen? Benennen Sie die Betriebsformen.

- Getränkemärkte, Imbisseinrichtungen, Lebensmittelmärkte, Bäckereien mit Zusatzsortimenten, Trinkhallen, Kioske, andere Tankstellen

Seite 33

4.48 Welche Vorteile wollen Kunden Ihrer Meinung nach bei ihrem Kioskbesuch genießen?

- Freundliche, persönlich bekannte, kommunikationsbereite Verkäufer/Kioskbesitzer
- Starke Kundenorientierung
- Treffpunkt, sozialer Kontaktpunkt
- Anpassung an den Standort
- Sortimentsgestaltung direkt auf Kundenwunsch
- Bekannte Markenartikel
- Öffnungszeiten
- Gute Erreichbarkeit

4.49 Welche Schlussfolgerungen können Sie daraus für Ihre Tätigkeit im Tankstellenshop ziehen?

- Eine gute Mischung aus Standards und regionaler/lokaler Ausrichtung

Seite 34**4.50 Unterscheiden Sie die folgenden Verkaufsformen.**

	Welche Aufgaben hat der Verkäufer?
Bedienung	Verkaufsgespräch führen, Beratung, Verkauf abschließen
Vorwahl	Beratung, Verkauf abschließen
Selbstbedienung	Warenpreis kassieren
Versandhandel	Keine eigentliche Verkaufstätigkeit, sondern Sachbearbeitung (Bestellungsannahme, Überarbeitung, Versand, Rechnungsstellung, Überwachung des Zahlungseinganges)
Automatenverkauf	Keine

4.51 Befragen Sie mehrere Kunden, Freunde oder Bekannte dazu, was sie generell an den einzelnen Verkaufsformen schätzen.

	Was schätzen die Kunden an der Verkaufsform?
Bedienung	Fachkenntnis des Verkäufers
Vorwahl	Beratung kann in Anspruch genommen werden, muss aber nicht
Selbstbedienung	Kunde kann Kaufentscheidung frei fällen
Versandhandel	Kunde kann Kaufentscheidung zu Hause fällen
Automatenverkauf	Anonyme Verkaufsform ohne jede sprachliche Äußerung des Kunden

Seite 36**4.52 Welche Vorteile kann ein Händler durch die Mitgliedschaft in einem Einkaufsverband für den Absatz sowie für die Beschaffung seiner Waren haben?**

Vorteile für den Absatz:

- konkurrenzfähigere Verkaufspreise
- gemeinsame Werbung

Vorteile für die Beschaffung:

- geringere Beschaffungskosten

Seite 40**4.53 Weshalb sollten Convenience-Geschäfte immer Nahversorger sein?**

- Aus Gründen der Bequemlichkeit der Kunden leichte Erreichbarkeit, für Stammkunden besondere Dienstleistungen

4.54 Weshalb, glauben Sie, erledigen Frauen ihre Einkäufe für den Haushalt nicht im Convenience-Shop der Tankstelle?

- Frauen kennen und vergleichen Preise meist besser als Männer
- Das Sortiment ist nicht auf Haushaltspackungen und einen umfassenden Lebensmittelbereich ausgerichtet

Seite 42

4.55 Notieren Sie bitte aus Ihren persönlichen Einkaufserfahrungen erste Convenience-Erlebnisse.

Beispiele:

- zubereitete Lebensmittel an der Fleischtheke des Lebensmittelmarktes
- Kaffeeausschank im Supermarkt
- Shop-in-Shop-Lösung
- Bäckereifiliale im Baumarkt
- Cafeteria im Gartencenter

4.56 Bitte finden Sie die Vorteile heraus, die eine wachsende Zahl an Mitbewerbern mit sich bringen kann.

- Markt wird belebt
- Chance, das eigene Profil durch neue Serviceleistungen besser zu gestalten
- Eigener Kundenkreis kann angesprochen werden

Seite 44

4.57 Seit Mitte der neunziger Jahre unterliegen Tankstellen verstärkt immer neuen Modernisierungen. Sie zeichnen sich im Wesentlichen durch zweierlei aus. Ergänzen Sie.

Die Professionalität im Shopgeschäft steigt durch konsequente Entwicklung des Shops hin zum **C-Shop/Supermarkt**. Sortimente werden **breiter** und sind stärker als bisher am **Bedarf der Kunden** orientiert. Es werden verstärkt **elektronische** Systeme eingesetzt.

Umfangreiche **Umweltschutzmaßnahmen** wie die Installation von Gasrückführungsanlagen bei der Fahrzeugbetankung und von flüssigkeitsdichten Fahrbahnen mussten durchgeführt werden. Seit 1. April 2003 müssen Gasrückführungsanlagen außerdem mit einem selbstüberwachenden System ausgerüstet werden, das Betriebsstörungen anzeigt und die Zapfsäule nach 72 Stunden automatisch abschaltet, wenn **diese nicht vorher repariert wird**. Da viele Tankstellen die für die Modernisierung erforderlichen Investitionen nicht verkraften konnten, ist es zugleich zu einer verstärkten **Schließung** von Tankstellen gekommen. In den letzten zehn Jahren verringerte sich die Zahl der Tankstellen in Deutschland um mehr als 1.950 (vgl. Seite 16).

4.58 Begründen Sie bitte, inwiefern auch der Standort zur Ursache der Schließung einer Tankstelle werden kann.

- Schwach durch Kunden frequentiert
- Falsche Sortimentspolitik
- Veränderte Verkehrsführung

Seite 46

4.59 Über welche Faktoren muss er unbedingt nachdenken?

- Sortimentsgestaltung
- Wettbewerbssituation
- Preisgestaltung
- Verkaufsformen
- Erschließung neuer Kundenkreise

Seite 47

4.60 Welche konkreten Änderungen in der Geschäftspolitik würden Sie Herrn Oilmann empfehlen?

- Mehr Convenience-Produkte zum sofortigen Verzehr
- Getränkesorten ins Blickfeld rücken, die es im Getränkemarkt nicht gibt
- Preissenkung bei einigen ausgewählten zugkräftigen Produkten
- Zusätzlichen Service anbieten, evtl. Videothek, Post u. a.
- Service an der Waschanlage prüfen
- Werbeaktion zur Gewinnung neuer Kundenkreise