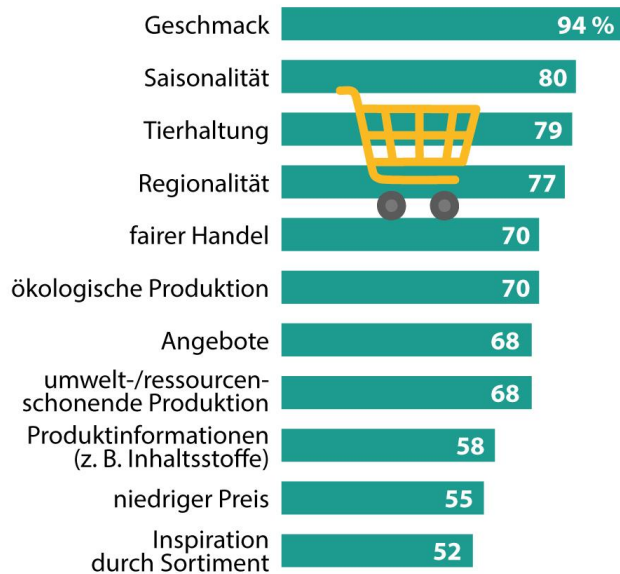


Einzelhandel Betriebsformen anhand wesentlicher Merkmale unterscheiden

1. Situation und Diskussion
2. Grafiken
3. Informationsblätter und Aufgaben

Was beim Einkauf wichtig ist

Diese Kriterien sind bei der Auswahl von Lebensmitteln am wichtigsten, Angaben in Prozent



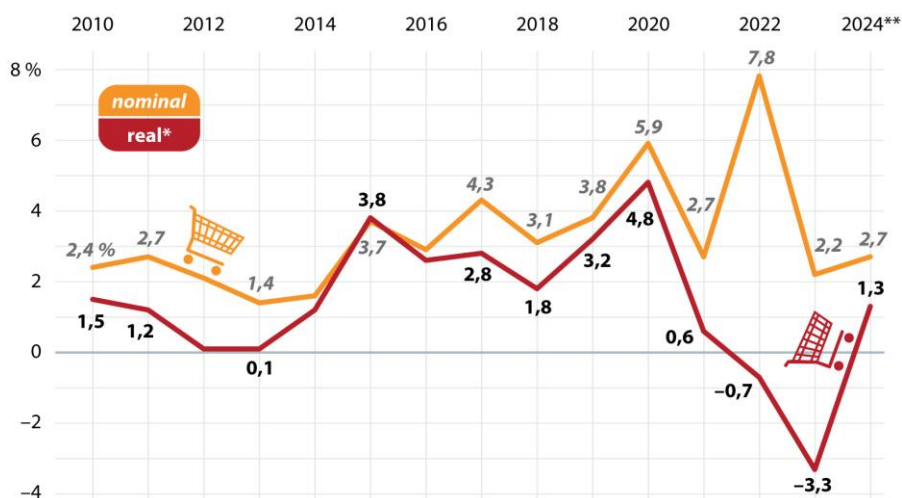
Befragung von 1001 Menschen in Deutschland ab 14 Jahren im Mai 2024

G Globus 017123 Quelle: BMEL, Forsa (Ernährungsreport 2024)

[https://search.picture-alliance.com/search/infografiken\(popup:image/356127115\)?preSelect=infographic&is-filter-open=true&searchTerm=einkauf%20wichtig#list-item-356127115](https://search.picture-alliance.com/search/infografiken(popup:image/356127115)?preSelect=infographic&is-filter-open=true&searchTerm=einkauf%20wichtig#list-item-356127115) (Zugriff vom 10.05.2025)

Einzelhandels-Konjunktur

Umsatzentwicklung im Einzelhandel in Deutschland jeweils gegenüber dem Vorjahr in Prozent



*Preisanstieg abgerechnet

**vorläufige Schätzung

Quelle: Statistisches Bundesamt

Stand Januar 2025

ohne Kfz-Handel

017339 **G Globus**

[https://search.picture-alliance.com/search/infografiken\(popup:image/373458056\)?preSelect=infographic&is-filter-open=true&searchTerm=Einzelhandel#list-item-373458056](https://search.picture-alliance.com/search/infografiken(popup:image/373458056)?preSelect=infographic&is-filter-open=true&searchTerm=Einzelhandel#list-item-373458056) (Zugriff vom 10.05.2025)

Wo kaufen Deutsche offline Lebensmittel?

Fragt man die Deutschen, in welchen stationären Geschäften sie regelmäßig Lebensmittel einkaufen, gibt die Mehrheit Aldi an. Der Discounter liegt mit 57 Prozent an erster Stelle einer Umfrage der Statista Consumer Insights. Mit Lidl landet ein weiterer Discounter weit oben, mit 55 Prozent der Befragten reicht es für Platz zwei. Die Deutschen zeigen sich beim Lebensmittelkauf also preisbewusst. Allerdings ist der Abstand zu den Supermärkten Edeka und Rewe nicht groß. Hier gibt es zwar auch preiswerte Eigenmarken zu kaufen, der Anteil der höherpreisigen Lebensmittel am Gesamtsortiment dürfte jedoch weiterhin höher sein als bei den Discountern, die ihrerseits auch längst teurere Markenartikel führen.

Neben Lidl hat es die Schwarz-Gruppe mit Kaufland mit einer weiteren Marke in Statistas Top-7-Liste der Einkaufsorte geschafft. Kaufland ist wie Lidl ein Schwarz-Tochterunternehmen und wurde 1968 gegründet. Kaufland betreibt mehr als 1500 Filialen und ist neben Deutschland in sieben weiteren europäischen Ländern vertreten. Mit rund 23 Mrd. Umsatz im Jahr 2023 ist Kaufland aber noch ein gutes Stück von Lidl entfernt (33 Mrd. Euro Umsatz in 2023). Beim Onlinekauf von Lebensmitteln liegt Amazon vor allen anderen Anbietern.

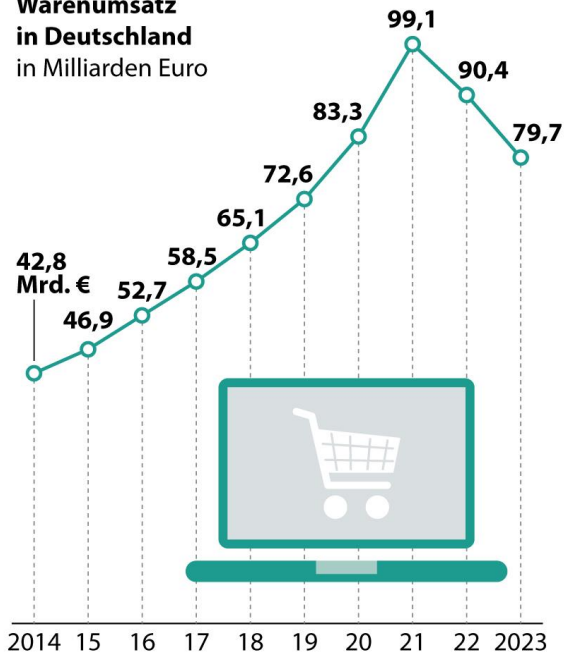
Die Statista Consumer Insights Umfrage beinhaltet weitere Umfragedaten zu den Themen Ernährung und Konsumverhalten. Dabei können Sie Tabellen und Kreuztabellen nutzen und die Ergebnisse zum Beispiel nach Alter, Geschlecht oder Einkommen filtern. Für weitere Informationen wenden Sie sich gerne an unseren Kundenservice.



Einzelhandel
Betriebsformen anhand wesentlicher Merkmale unterscheiden

Der Onlinehandel 2023

Warenumsatz in Deutschland
in Milliarden Euro



Warengruppen mit dem höchsten Umsatz 2023
in Milliarden Euro

Veränderung im Vergleich zu 2022 in Prozent

Bekleidung	14,6 Mrd. €	-13,0 %
Elektronikartikel, Telekommunikation	12,4	-13,9
Haushaltswaren, -geräte	6,6	-10,5
Computer, Zubehör, Software*	6,1	-16,2
Möbel, Lampen, Dekoration	5,4	-9,3
Schuhe	3,9	-14,1
Lebensmittel	3,7	-6,8
Hobby, Freizeitartikel	3,5	-12,7
Drogerie	3,3	-8,6
Bücher, E-Books, Hörbücher*	3,2	-17,6

Globus 016783

*inklusive Downloads

Befragung von 40 000 Personen ab 14 Jahren von Januar bis Dezember 2023
Quelle: Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland

[https://search.picture-alliance.com/search/infografiken\(popup:image/328571725\)?preSelect=infographic&is-filter-open=true&searchTerm=Onlinehandel&page=1#list-item-328571725](https://search.picture-alliance.com/search/infografiken(popup:image/328571725)?preSelect=infographic&is-filter-open=true&searchTerm=Onlinehandel&page=1#list-item-328571725) (Zugriff vom 10.05.2025)

Einzelhandel
Betriebsformen anhand wesentlicher Merkmale unterscheiden

Betriebsformen des Einzelhandels: Überblick

Betriebsform	Erläuterung	Verkaufsform	Sortiment	Besonderheiten
Fachgeschäft (z. B. Fachgeschäft für Herrenoberbekleidung)	Artikel einer oder mehrerer Warengruppen werden angeboten.	vorwiegend Bedienung, Vorwahl möglich	schmal, aber tief gegliedertes Fachsortiment	relativ hohes Preisniveau
Spezialgeschäft (z. B. Spezialgeschäft für Herrenhemden)	Spezialisierung auf einen Ausschnitt des Sortiments eines Fachgeschäfts	überwiegend Bedienung	schmal und tief (ausgeprägter als Fachgeschäft)	
Warenhaus (z. B. Karstadt, KaDeWe, Galeria Kaufhof)	Waren aus vielen Branchen werden unter einem Dach angeboten.	vorwiegend Bedienung und Vorwahl, Selbstbedienung möglich	breit und tief	Großbetriebe in Citylage, i. d. R. mit Lebensmittelabteilung und Restaurant
Kaufhaus (z. B. C&A, H&M)	Es werden Waren einer oder mehrerer Warengruppen geführt.	Bedienung und Vorwahl, Selbstbedienung möglich	schmal und tief	Unterschied zum Fachgeschäft: mittleres Preisniveau
Gemischtwarengeschäft („Tante-Emma-Laden“)	„kleines Warenhaus“ in ländlichen Regionen	überwiegend Bedienung	breit und flach	wird immer mehr durch Supermärkte verdrängt
Filialgeschäft (z. B. Douglas-Parfümerien, Drogerie Schlecker)	Mehrere Filialen stehen unter einheitlicher Leitung eines Großbetriebes.	alle Verkaufsformen möglich	schmal und tief	
Supermarkt (z. B. Real-Markt, Netto)	Kernsortiment (Lebensmittel) und Randsortimente (z. B. Schreibwaren) werden angeboten.	vorwiegend Selbstbedienung	Randsortimente erweitern das schmale Sortiment; flach	400–1 000 m ² Verkaufsfläche
Discountgeschäft (z. B. Aldi, Lidl)	wie Supermarkt, aber: Waren werden zu besonders niedrigen Preisen angeboten	Selbstbedienung	wie Supermarkt	Verzicht auf teure Ausstattung und Service: niedrige Preise
Verbrauchermarkt	räumliche Erweiterung des Supermarktes unter Vervollständigung der Randsortimente (z. B. Autoartikel, Spielwaren, Kosmetik)	vorwiegend Selbstbedienung	wie Supermarkt	über 1 000 m ² Verkaufsfläche; Stadtrandnähe
Einkaufszentrum (z. B. Einkaufszentrum in der Vorstadt)	In einem gemeinsamen Gebäudekomplex sind rechtlich selbstständige Warenhäuser, Fachgeschäfte und Dienstleistungsbetriebe untergebracht.	je nach Betriebsform unterschiedliche Verkaufsformen möglich	lückenloses Warenangebot	meist am Rand von Großstädten; Gemeinschaftswerbung
Kleinpreisgeschäft (z. B. Ein-Euro-Laden, Tedi)	wie Warenhaus, aber Beschränkung des Sortiments auf besonders preiswerte Artikel	vorwiegend Selbstbedienung	breit und eher flach	untere Preisklassen; Verzicht auf aufwendige Verkaufsräume
Versandhandel (z. B. Quelle, Otto-Versand, amazon.de)	Bestellung auf der Internet-Seite des Anbieters oder per Katalog; Ware wird per Post bzw. mit Paketdienst verschickt	über das Internet oder per Katalog	breit und tief	Einige Versandhäuser unterhalten kleinere Verkaufsstellen.
ambulanter Handel (z. B. Straßenhandel, Markthandel)	hat keine festen, ortsgebundenen Verkaufsstellen	Bedienung	schmal und flach	
Kiosk (z. B. Zeitungskiosk am Bahnhof)	kleine Verkaufsstelle an belebten Straßen bzw. Orten	Bedienung	schmal und flach	
Shop-in-the-Shop (z. B. Bäckerei in einem Verbrauchermarkt)	rechtlich selbstständiger Betrieb innerhalb eines großen Einzelhandelsbetriebs zur Abrundung des Sortiments	Bedienung	schmal und eher tief	Das Shop-in-the-Shop-Unternehmen zahlt i. d. R. Miete an das größere Einzelhandelsunternehmen.

Einzelhandel
Betriebsformen anhand wesentlicher Merkmale unterscheiden

Beschreiben Sie die folgenden Betriebsformen des Ladenhandels auf Grundlage der Ihnen vorliegenden Informationen.

Merkmal Betriebsform	Verkaufsform	Sortiment	Betriebsgröße	Preisgestaltung	Sonstiges: - Standort - Geschäftsausstattung - Serviceleistungen
Verbrauchermarkt und SB-Warenhaus (u.a. Marktkauf, Kaufland, Famila)	überwiegend Selbstbedienung Bedienung bei Frischware	25.000 bis 30.000 Artikel vermehrt non-food-Artikel (relativ breit und teilweise tief)	mindestens 1000 m ² beim Verbrauchermarkt und mindestens 3000 m ² beim SB-Warenhaus (z.B. Kaufland)	niedrig bis mittel	am Stadtrand in der Nähe von Autobahnen einfache und zweckmäßige GA
Warenhaus (u.a. Kaufhof)	alle Verkaufsformen Vollbedienung: erklärungsbedürftige Waren Vorwahl: Kleidung SB: Lebensmittel	sehr breit (viele Branchen) teilweise tief: Kleidung teilweise flach: Lebensmittel, Bücher, Elektroartikel	ab 6.000 m ² meist über 10.000 m ²	mittel bis gehoben	im Zentrum von Großstädten mittlere bis gehobene Geschäftsausstattung geht über mehrere Etagen mit Gastronomie
Kaufhaus (u.a. C&A, Peek und Cloppenburg)	überwiegend Vorwahl (Vollbedienung bei z.B. Elektroartikeln)	auf eine Branche spezialisiert (z.B. Kleidung, Möbel, Elektroartikel); keine Lebensmittel	groß- bis mittelgroß über 4000 m ²	alle Preisklassen	Zentrum von Groß- und Mittelstädten bequeme Verkehrswege Rolltreppen, Aufzüge i.d.R. mehrere Etagen
Fachmarkt (u.a. Elektrofachmarkt, Baufachmarkt, Möbelfachmarkt, Babyfachmarkt)	überwiegend Selbstbedienung und Vorwahl	breit und tief (auf einen bestimmten Verwendungszweck bzw. Zielgruppe bezogen)	mittel bis groß (ab ca. 1000 m ²)	niedriges bis mittleres Preisniveau	Stadtzentrum Einkaufszentrum in Stadtrandlage (Parkplatzmöglichkeiten) einfache und praktische GA

Einzelhandel
Betriebsformen anhand wesentlicher Merkmale unterscheiden

Merkmal Betriebsform	Verkaufsform	Sortiment	Betriebsgröße	Preisgestaltung	Sonstiges: - Standort - Geschäftsausstattung - Serviceleistungen
Fach- und Spezialgeschäft (Juwelier, Zweirad-Fachgeschäft, Elektro-Fachgeschäft)	meist Vollbedienung (aber teilweise Vorwahl)	schmal: wenig verschiedene Warengruppen tief: innerhalb einer Warengruppe viel Auswahl	klein bis mittel	relativ hohes Preisniveau	Fußgängerzone (Laufkundschaft) hochwertige Geschäftsausstattung gute Beratung, Hilfe bei der Anprobe Lieferung und Installation
Discountgeschäft (u.a. Aldi, Lidl, Netto, Penny)	Selbstbedienung	breites und flaches Sortiment (700 bis 2.500 Artikel) viele Eigenmarken (No-Name-Produkte), aber zunehmend auch Markenartikel (keine Frischetheke)	mittel	(sehr) niedrig	meist Stadtrandlage oder auch in Innenstädten einfache Verkaufsräume zweckmäßig (versorgungsorientierte) Ausstattung
Supermarkt (u.a. EDEKA, Rewe)	überwiegend Selbstbedienung (Vollbedienung nur bei Frischware)	Markenartikel und Eigenmarken breit und unterschiedlich tief tief: bei Schokolade, Konserven flach: bei Drogerieartikeln	mittel bis groß (400 bis 1000 m ²)	mittel	in Haupt- und Nebenstraßen in Einkaufszentren Geschäftsausstattung zweckmäßig, aber im Vergleich zum Discounter etwas gehobener ergänzt durch Bäckereien und Cafés
Einkaufszentrum	unterschiedliche Geschäfte mit unterschiedlichen Verkaufsformen	mehrere rechtlich unabhängige Unternehmen verschiedener Branchen mit unterschiedlichem Sortimentsumfang unter einem Dach	mindestens 10.000 m ² Fläche (nicht Verkaufsfläche!)		in den Innenstädten in gut erreichbarer Lage, ausreichende kostenpflichtige Parkplätze ergänzt durch unterschiedliche Dienstleistungen, u.a. Friseure, Nagelstudios, Schlüsseldienste

Betriebsformen des Einzelhandels kennen

Situation:

Amara ist Auszubildende im ersten Ausbildungsjahr zur Kauffrau im Einzelhandel in der Spielwarenabteilung des City-Warenhauses. Begleitet von einigen Klassenkameraden trifft sie nach der Berufsschule an der Bushaltestelle zufällig ihren Bekannten Joshua.

Joshua: „Na, wir haben uns aber lange nicht mehr gesehen. Wie bekommt dir denn das Arbeitsleben?“

Amara: „Hör bloß auf, heute ist wirklich ein anstrengender Tag. Montags habe ich erst Berufsschule und muss dann nachmittags noch in den Betrieb.“

Joshua: „Wenigstens verdienst du schon Geld. Ich suche noch eine Ausbildungsstelle als Verkäufer. Verkaufen, das finde ich total interessant. Deshalb möchte ich auch unbedingt eine Stelle, bei der ich Kunden beraten kann und so. Auf keinen Fall will ich nur Regale einräumen.“

Amara: „Du suchst also eine Stelle in einem Fachgeschäft?“

Joshua: „Fachgeschäft? In so einem kleinen Minilädchen möchte ich bestimmt nicht arbeiten.

Amara: Da kann ich dann bestimmt auch nichts über die Ware lernen. Nein, ich denke an meine Zukunft und suche mir eine Stelle bei einem Discounter. Ich habe gelesen,

Joshua: dass die Zahl der Discounter immer weiter steigen wird. Es wäre doch gelacht, wenn ich da nichts finde.“

Amara: „Was willst du denn verkaufen?“

Joshua: „Ich dachte, ich mache mein Hobby zum Beruf und verkaufe Handys. Da kenne ich mich nämlich wirklich gut aus.“

Amara: „Im Discounter? Ich glaube, da solltest du dich aber nach alternativen Betriebsformen umsehen.“

Joshua: „Wieso denn? Na gut, von mir aus auch im Supermarkt.“

Amara: ???

Fragen:

1. Warum ist Amara ein wenig verwundert über Joshuas Ansprüche an eine Ausbildungsstelle?
2. Geben Sie an, in welcher Art von Geschäften Sie (oder Ihre Eltern) die folgenden fünf Artikel gewöhnlich kaufen? Was ist das wesentliche Merkmal (bzw. was sind die wesentlichen Merkmale) dieser Geschäfte?

- Äpfel
- Duschcreme
- Strümpfe
- Staubsauger
- Schuhe

3. Beschreiben Sie die folgenden Betriebsformen des Ladenhandels anhand der vorgegebenen Merkmale in der Tabelle. Lesen Sie dafür die Informationen auf den folgenden Seiten genau durch.

Betriebsformen¹

Betriebsformen sind Erscheinungen verschiedener Einzelhandelsbetriebe, die sich hinsichtlich verschiedener Faktoren voneinander unterscheiden:

- Branche,
- Standort,
- Betriebsgröße,
- Ladenausstattung,
- Preis,
- Sortimentsgestaltung,
- Verkaufsform und
- Serviceleistungen.

Die Abgrenzung der Betriebsformen ist nicht immer ganz trennscharf, da sich die Unterscheidungskriterien z. T. überschneiden und sich die Betriebsform eines Einzelhändlers im Laufe der Zeit ändern kann. Möglicherweise entwickelt sich ein Fachgeschäft zum Fachmarkt oder ein Einzelhändler spezialisiert sich auf eine Warengruppe, sodass sich die Betriebsform ändert.

Betriebsformen im Handel			
Stationärer Handel (Ladenhandel)		Ambulanter Handel (mobiler Handel)	Versandhandel
Traditionell <ul style="list-style-type: none"> • Verbrauchermarkt / SB-Warenhaus • Warenhaus / Kaufhaus • Fachgeschäft / Fachmarkt • Spezialgeschäft • Discounter • Supermarkt • Gemischtwarengeschäft • Einkaufszentrum 	Speziell <ul style="list-style-type: none"> • Convenience Store • Factory Outlet-Center • Shop in the Shop • Off-Price-Store 	<ul style="list-style-type: none"> • Straßen- und Markt-handel • Direktverkauf von Tiefkühlprodukten 	<ul style="list-style-type: none"> • Online-Handel • Teleshopping (Homeshopping) • Versandhandel per Katalog

(A) Stationärer Handel

Verbrauchermarkt / SB-Warenhaus

Ein **Verbrauchermarkt/SB-Warenhaus** ist ein auf Selbstbedienung ausgerichteter Einzelhandelsbetrieb, basierend auf einem niedrigen bis mittleren Preisgefüge. Er hat eine Verkaufsfläche von 1 500 bis 5 000 m², auf der in erster Linie Ware aus dem Lebensmittelbereich (Food-Artikel) angeboten wird. Demgegenüber steht ein geringerer Anteil an Waren aus anderen Bereichen (Non-Food-Artikel), welche aus nicht erklärungsbedürftigen Produkten bestehen. Insgesamt werden ca. 30 000 bis 50 000 Artikel angeboten. Verbrauchermärkte/SB-Warenhäuser befinden sich häufig in Stadtrandnähe mit großen Parkflächen. Serviceleistungen, wie z. B. Reisebüro, Schuhreparaturdienst, Friseur, sind typisch für Verbrauchermärkte/SB-Warenhäuser.

Eine eindeutige Unterscheidung zwischen Verbrauchermarkt und SB-Warenhaus ist kaum noch möglich bzw. notwendig.

Beispiel

große Rewe- und Edeka-Märkte, Kaufland

¹ Text kopiert aus: H.-P. von den Bergen u.a.: Ausbildung im Einzelhandel 1, Cornelsen (1. Auflage 2024), S. 62 bis 68

Einzelhandel

Betriebsformen anhand wesentlicher Merkmale unterscheiden

Warenhaus

Das **Warenhaus** ist geprägt durch das Motto: „Alles unter einem Dach!“ In einem Warenhaus finden sich zahlreiche Sortimentsbereiche, dementsprechend groß sind Warenhäuser hinsichtlich der Verkaufsfläche, die meist über 10 000 m² beträgt.

Beispiel

Bekleidung, Schuhe, Haushaltswaren, Unterhaltungselektronik, Wohnbedarf, Spielwaren, häufig auch Lebensmittel

Die Waren können mit Hilfe der Verkaufsformen Bedienung, Vorwahl und Selbstbedienung erworben werden. Das Warenhaus führt ein breites, aber unterschiedlich tiefes Sortiment in allen Preisklassen. Große Warenhäuser führen ca. 140 000 Artikel und Giganten mehr als 200 000. Der Standort eines Warenhauses befindet sich meist im Zentrum von Großstädten oder in Einkaufszentren.



Das KaDeWe in Berlin hat eine Verkaufsfläche von mehr als 65 000 m².

Beispiel

KaDeWe (Kaufhaus des Westens, Berlin)

Kaufhaus

Die Abgrenzung des **Kaufhauses** zum Warenhaus liegt hauptsächlich in der Spezialisierung auf einen Sortimentsbereich. Das Kaufhaus befindet sich auch in Stadtteilzentren mit einem breiten und tiefen Sortiment auf über 4 000 m². Das Sortiment des Kaufhauses ist häufig an der Sortimentspolitik des Fachgeschäftes orientiert und bietet Waren in allen Preisklassen an. Die Waren werden vorwiegend durch die Verkaufsförm Vorwahl angeboten, aber auch Bedienung und Selbstbedienung sind möglich.

Beispiel

C&A, Modehäuser SINN, Manufactum

Fachmarkt

Ein **Fachmarkt** hat eine große Verkaufsfläche von über 2 500 m², die sich häufig auf einer Verkaufsebene befindet. Fachmärkte sind in der Regel an Stadträndern mit guter verkehrstechnischer Anbindung zu finden. Den Kundinnen stehen viele Parkplätze zur Verfügung. Aus einem bestimmten Sortimentsbereich wird ein breites und tiefes Sortiment angeboten, welches das untere und das mittlere Preisniveau abdeckt.

Fachmärkte betreiben eine effiziente Sonderangebots- und Verkaufspolitik. Zusätzlich werden nach Wunsch Serviceleistungen – meist von externen Dienstleistern – angeboten. Es werden gewöhnlich solche Waren präsentiert, die dem Vorwahlsystem oder der Selbstbedienung entsprechen. Zunehmend wird die Tendenz zu **Filialen** erkennbar.



Blick in den Sortimentsbereich Küchengeräte eines Elektronik Fachmarkts

Filialen

räumlich getrennte Geschäfte, die unter einheitlicher Geschäftsführung stehen

Einzelhandel

Betriebsformen anhand wesentlicher Merkmale unterscheiden



Im Spezialgeschäft für Fahrräder dürfen die Kunden auch eine persönliche Beratung erwarten.

Fachgeschäfte

Fachgeschäfte haben ein ähnliches Sortiment und ähnliche Serviceleistungen. Sie verfügen über eine kleinere Verkaufsfläche und sind häufig von Eigentümern geführt.

Beispiel

Elektronikfachgeschäft, Parfümerie, Fahrradhandel, Bürobedarf

Spezialgeschäft

Das Sortiment eines **Spezialgeschäftes** ist sehr tief und stellt im eigentlichen Sinn einen Ausschnitt des Sortiments eines Fachgeschäftes dar. In Großstadtzentren werden in den Spezialgeschäften anspruchsvolle, beratungsintensive Produkte auf höherem Preisniveau angeboten. Die Ladengestaltung ist wie bei Fachgeschäften ebenfalls individuell.

Beispiel

Brautmoden, Vinotheken, Käse-Spezialgeschäft, Teegeschäft

Eine besondere Form des Spezialgeschäftes stellt die **Boutique** dar. Hier werden exklusive und äußerst modische Waren, fast immer aus den Bereichen Schmuck und Bekleidung, angeboten. Diese Waren werden in einem kleinen Einzelhandelsbetrieb mit betont auffälliger Verkaufsatmosphäre angeboten. Boutiquen befinden sich meist in Stadtzentren.

Beispiel

Nespresso Boutique, Hermès Paris Boutique

Discounter

Der **Discounter** ist ein Einzelhandelsgeschäft, welches ein schmales und flaches Sortiment in guter Qualität von Produkten zu niedrigen Preisen anbietet. In der Regel setzen die Discounter auf eine einfache Ladengestaltung mit Selbstbedienung und Einkaufserfahrungen ihrer Kundinnen. Häufig bieten die Discounter ihre eigenen Handelsmarken oder No-Name-Produkte an, da sie preiswerter sind als Markenprodukte. Mittlerweile wird das bestehende Sortiment zusätzlich durch Markenartikel zu vergleichsweise günstigen Preisen ergänzt.

Discounter befinden sich häufig in Stadtrandgebieten und Wohngebieten und bieten ausreichend Parkplätze für ihre Kundinnen an.

Beispiel

Aldi, Lidl, Penny, Norma

Einzelhandel

Betriebsformen anhand wesentlicher Merkmale unterscheiden

Supermarkt

Der **Supermarkt** bietet auf einer Fläche von ca. 400 bis 1 500 m² neben Frischwaren (Fleisch/Wurst, Obst, Gemüse usw.) auch Non-Food-Artikel (ca. 20 % der Waren) vorwiegend in Selbstbedienung an. Verschiedene Betreiber sind bemüht, Bio-Produkte in ihr Sortiment aufzunehmen. Das Warenangebot entspricht einem mittleren Preisniveau. Der Supermarkt befindet sich häufig in Haupt- und Nebenstraßen von Städten. Ergänzt wird das Angebot häufig durch Bäckereien mit Kaffeeausschank.

Beispiel

Edeka, Rewe

Gemischtwarenladen

Das Sortiment eines Gemischtwarengeschäftes bietet eine breite und flache Palette von Produkten in unterschiedlichen Kategorien an. Verschiedene Artikel wie Lebensmittel, Haushaltswaren, Kosmetik oder auch Drogerieprodukte und mehr werden den Kunden angeboten. Zu finden ist ein Gemischtwarengeschäft in Kleinstädten und in ländlichen Gegenden. Deshalb bietet es für die Kundinnen eine bequeme Einkaufsmöglichkeit und gleichzeitig trägt das Gemischtwarengeschäft zur Unterstützung der lokalen Wirtschaft bei. In der Regel bietet das Gemischtwarengeschäft oft einen persönlichen Kundenservice an, da Beratung und Unterstützung beim Einkauf hier eine wichtige Rolle spielen können.

Beispiel

Gemischtwarenläden mit individueller Namensbezeichnung

Einkaufszentrum

In innerstädtischen, verkehrsgünstigen Lagen schließen sich Einzelhändler mit verschiedenen Betriebsformen (Fach-, Spezialgeschäft, Warenhaus, Discounter usw.) zusammen. Kundinnen erleben das **Einkaufszentrum (Shoppingcenter)** als eine Einheit. Einkaufszentren verfügen über eine Mindestfläche (nicht Verkaufsfläche!) von 10 000 m² und über ausreichende, häufig kostenpflichtige Parkmöglichkeiten. Dienstleistungen (z. B. Gastronomiebetriebe, Friseure, Nagelstudios, Schlüsseldienste) oder Verkaufaktionen machen das Einkaufen zu einem besonderen Erlebnis.

Beispiel

CentrO in Oberhausen, Ruhrpark in Bochum,
Elbe Einkaufszentrum in Hamburg,
Mercado Einkaufszentrum in Nürnberg



Blick in das Einkaufszentrum CentrO in Oberhausen

Einzelhandel

Betriebsformen anhand wesentlicher Merkmale unterscheiden

Conveniencestore

Conveniencestores sind Einzelhandelsgeschäfte unter 400 m² in zentraler Lage. Sie bieten alltägliche Produkte (breites und flaches Sortiment) für Impuls- und Genusskäuferinnen, Singles, Personen mit wenig Kocherfahrung, Doppelverdiener mit knapper Zeit usw. auf einem hohen Preisniveau an. Die meisten Conveniencestores haben längere Öffnungszeiten als der übliche Ladenhandel.

Zusätzliche Serviceangebote sind z. B. das Überbacken von Fertiggerichten in einem Mikrowellenherd, Getränkeautomaten, Geldautomaten. Durch die kleine Verkaufsfläche des Ladenlokals und durch die gradlinige Anordnung der Regale wird eine gute Übersicht über das Gesamtsortiment geschaffen.

Beispiel

Tankstellen-, Bahnhofs- und Flughafenshops, Spätkauf, Kioske, **Um's Eck**

Factory-Outlet-Center

In einem **Factory-Outlet-Center** (Fabrikverkaufsläden) werden Waren direkt an die Endverbraucherinnen verkauft. Gehandelt werden verschiedene Produktkategorien, wie Kleidung, Schuhe, Accessoires, Sportartikel, Haushaltswaren, Süßigkeiten. In einem Factory Outlet werden häufig Überschusswaren, Restposten, Saisonware oder auch B-Ware zu deutlich reduzierten Preisen verkauft. In der Regel weisen die Factory-Outlets häufig eine sehr einfache Ladenausstattung aus. Beliebte Serviceleistungen für die Kundinnen sind: Restaurants, Cafés oder Gratisparkplätze. Outlets findet man in der Regel an verkehrsgünstigen Standorten.

Beispiel

Fabrikverkaufsläden von HARIBO (Hans Riegel, Bonn), Bahlsen, Schiesser, Esprit

Shop-in-the-Shop

Innerhalb von Waren- und Kaufhäusern oder Verbrauchermärkten / SB-Warenhäusern werden die Waren häufig markenbezogen in „Shops“ angeboten.

Bei diesem **Shop-in-the-Shop**-Konzept handelt es sich nicht um eine eigenständige Betriebsform. Die Einzelhandelsunternehmen gestalten die Verkaufsräume so, dass die Kundin das Gefühl hat, sie würde ein separates Geschäft betreten. Teilweise werden die einzelnen Shops durch angedeutete Türen und eigene Kassenbereiche begrenzt. Die Kundin kann Waren des mittleren bis hohen Preisniveaus mit Hilfe von Vorwahl oder Bedienung kaufen.

Off-Price-Store

Off-Price-Stores haben die Möglichkeit durch Einkauf von Restbeständen, Überproduktionen oder auslaufende Saisonware ihren Kundinnen Rabatte auf ihr Sortiment anbieten zu können. Im Angebot befinden sich meist hochwertige und bekannte Markenartikel aus den Branchen Bekleidung, Schuhe, Accessoires und Haushaltswaren in Selbstbedienung. Der Vorteil für die Kundinnen besteht darin, Markenprodukte zu reduzierten Preisen erwerben zu können.

Beispiel

TK-maxx

(B) Ambulanter Handel (Mobiler Handel)

Der ambulante Handel ist die älteste Betriebsform des Einzelhandels. Er hatte das Ziel, Kunden aufzusuchen, die an sehr abgelegenen Orten wohnten, um diese mit Waren zu versorgen. Der ambulante Handel hat somit keinen festen Standort.

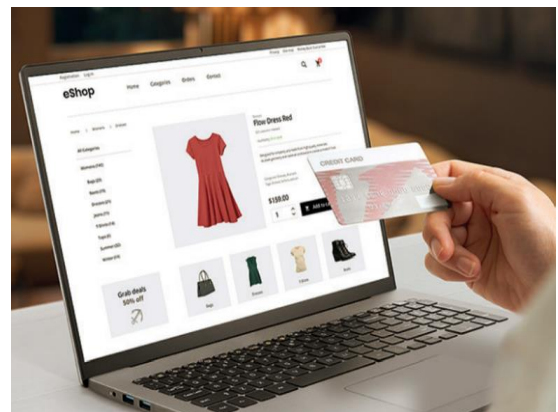


(C) Versandhandel

Der Versandhandel bietet seine Ware in Form von Printmedien wie Katalogen und Prospekten oder in Form von elektronischen Medien wie Fernsehen, Rundfunk und Onlinediensten an. Die Kundinnen bestellen ihre Ware schriftlich, per Fax, Telefon oder Internet. Die Ware wird ihnen per Post oder per Kurierdienst (firmeneigene oder private Zustelldienste) ausgeliefert. Die beliebtesten Versandprodukte sind Bekleidung, Elektronikartikel und Bücher.

Onlinehandel

Der Online-Handel umfasst den gesamten elektronischen Handel über das Internet. Hier werden grundsätzlich alle Produkte vertrieben. Gezeigt werden diese Produkte in einem elektronischen Katalog, der über eine Internetadresse aufgerufen werden kann. Die Kundinnen können sich zu jeder Zeit bequem und anonym über das Warenangebot informieren. Erst bei der Bestellung, die über das Internet erfolgt, muss die Kundin ihre persönlichen Daten an den Händler übermitteln. Die Kundin kann z. B. auf Rechnung, per Kreditkarte oder per Lastschrift zahlen.



Einzelhandel

Betriebsformen anhand wesentlicher Merkmale unterscheiden

Versandhändler werden unterschieden nach:

- anzusprechenden Zielgruppen
B2B (**Business**-to-Business) und B2C (Business-to-**Consumer**)
- Art des Angebots
- Sortimentsversender
- Spezialversender

Business

meint die Händler

Consumer

meint die Verbraucher

Der **Sortimentsversender** bietet ein sehr breites Sortiment an, wie z. B. Lebensmittel, Bekleidung, Spielwaren, CDs, Bücher.

Beispiel

amazon, aboutyou, zalando

Das Angebot des **Spezialversenders** umfasst ein schmales, aber tiefes Sortiment. Die Waren gehören üblicherweise zu einer Warengruppe.

Beispiel

büroshop24, Conrad Electronic, buch24



Teleshopping (Homeshopping)

Beim Teleshopping werden der Kundin über einen Werbespot im TV Produkte, deren Funktionen, Anwendungsmöglichkeiten und Vorteile präsentiert. Die Zuschauerin kann den Artikel bequem von zu Hause aus entweder durch einen Anruf einer speziellen Telefonnummer oder per E-Mail bestellen. Die bestellten Artikel werden dann direkt nach Hause versandt.

Beispiel

QVC, HSE 24, 1-2-3.tv

Versandhandel per Katalog

Über bebilderte Versandkataloge wird der Kundin die große Auswahl an Produkten vorgestellt. Von Kleidung über Elektronik, bis hin zu Haushaltswaren kann die Kundin über ein Bestellformular per Post, per Telefon oder E-Mail die gewünschte Ware bestellen. Die bestellte Ware wird dann per Post oder Kurierdienst an die Kundin verschickt.

Beispiel

THE BRITISH SHOP, IMPRESSIONEN, Walbusch

Einzelhandel
Betriebsformen anhand wesentlicher Merkmale unterscheiden

Beschreiben Sie die folgenden Betriebsformen des Ladenhandels auf Grundlage der Ihnen vorliegenden Informationen.

Merkmals- Betriebs- form	Verkaufsform	Sortiment	Betriebsgröße	Preisgestaltung	Sonstiges: - Standort - Geschäftsausstattung - Serviceleistungen
Verbrauchermarkt und SB-Warenhaus (u.a. Marktkauf, Kaufland, Famila)					
Warenhaus (u.a. Kaufhof)					
Kaufhaus (u.a. C&A, Peek und Cloppenburg)					
Fachmarkt (u.a. Elektrofachmarkt, Bau- fachmarkt, Möbelfachmarkt, Babyfachmarkt)					

Einzelhandel
Betriebsformen anhand wesentlicher Merkmale unterscheiden

Merkmal Betriebsform	Verkaufsform	Sortiment	Betriebsgröße	Preisgestaltung	Sonstiges: - Standort - Geschäftsausstattung - Serviceleistungen
Fach- und Spezialgeschäft (Juwelier, Zweirad-Fachgeschäft, Elektro-Fachgeschäft)					
Discountgeschäft (u.a. Aldi, Lidl, Netto, Penny)					
Supermarkt (u.a. EDEKA, Rewe)					
Einkaufszentrum					

Einzelhandel
Betriebsformen anhand wesentlicher Merkmale unterscheiden

Ihre Aufgabe

Nennen Sie die Betriebsform, die in den folgenden Aussagen jeweils beschrieben wird.

<p>a) Karl befindet sich seit vier Monaten in der Ausbildung zum Kaufmann im Einzelhandel und sitzt nur den ganzen Tag an der Kasse oder räumt Waren ein – wie die meisten Beschäftigten in seinem Unternehmen ebenfalls. Sehr selten sprechen ihn seine Kunden an, wenn sie einen benötigten Artikel nicht finden – das war’s dann aber auch schon. Im Gespräch mit seinen Mitschülerinnen und Mitschülern hat er herausgefunden, dass diese zum Beispiel auch ausführliche Kundenberatungen durchführen, Reklamationen bearbeiten oder andere Aufgaben erledigen. Außerdem lernt er im Gegensatz zu den anderen auszubildenden in seiner Klasse kaum etwas über die einzelnen Waren. Er fragt sich, warum das so ist.</p>	
<p>b) Bei Ludwig Müller e.Kfm. wird auf einer kleinen Verkaufsfläche ein schmales und sehr tief gegliedertes Sortiment angeboten, so dass auch besondere Kundenwünsche erfüllt werden können.</p>	
<p>c) Hier werden Waren des täglichen Bedarfs ohne großen Aufwand präsentiert bzw. direkt aus Kartons und Paletten verkauft.</p>	
<p>d) Die Bauhaus Weitmann GmbH, die sich am Rande einer größeren Stadt niedergelassen hat, bietet ein breites und tiefes Sortiment an Gartenartikeln und Sommermöbeln in Vorwahl und in Selbstbedienung an.</p>	
<p>e) Einzelhandelsunternehmen verschiedener Branchen haben sich unter einem Dach zusammengeschlossen, wobei durch gastronomische Betriebe und ein Kino das Erlebnis-Shopping abgerundet wird.</p>	
<p>f) Das Sortiment umfasst schwerpunktmäßig Nahrungsmittel, darunter auch eine Frischfleisch- und eine Käsetheke. Es wird ergänzt um problemlose Waren anderer Branchen für den täglichen Bedarf. Die Verkaufsfläche beträgt ca. 1000 m².</p>	
<p>g) In diesem Geschäft werden zumeist relativ hochwertige Markenartikel in Selbstbedienung zu zum Teil stark reduzierten Preisen angeboten. Dabei handelt es sich in der Regel um Restbestände und Auslaufmodelle.</p>	
<p>h) Dieses Unternehmen in der Nähe des Bahnhofes einer Großstadt bietet ein sehr breites Sortiment in unterschiedlichen Preisklassen und in unterschiedlichem Umfang an: Innerhalb einiger Warengruppen ist das Sortiment tief (u.a. bei Textilien und Spielzeug), in anderen Warengruppen ist das Sortiment eher flach (u.a. bei Büchern und Elektroartikeln).</p>	
<p>i) Neben einem schmalen und tiefen Sortiment werden in Vollbedienung verschiedene Serviceleistungen angeboten.</p>	
<p>j) Auf sehr kleiner Verkaufsfläche wird modische Damenbekleidung mit passenden Accessoires angeboten.</p>	
<p>k) In einem Einkaufsviertel etwas abseits einer Stadt bieten mehrere Hersteller ihre Ware direkt den Kunden an. Häufig handelt es sich um Restbestände, Saisonware oder B-Ware, die zu deutlich günstigeren Preisen verkauft wird. Die Kunden schätzen außerdem die zumeist kostenlosen Parkplätze und das gastronomische Angebot drumherum.</p>	

Wo kaufen Kunden ein?

Wo sollten die folgenden Kunden Ihrer Meinung einkaufen?

1. Frau Meyer deckt ihren Bedarf an frischen Waren jeden Freitag auf dem Wochenmarkt in der Fußgängerzone ihres Wohnortes. Die restlichen Lebensmittel, wie z.B. Konserven, Süßwaren, Molkereiprodukte sowie Mehl, Eier, Butter, Zucker etc. kauft sie möglichst günstig ein. Die Auswahl spielt für sie bei diesen Artikeln keine Rolle.
2. Herr Schulz sucht ein qualitativ hochwertiges Parfum für seine Frau. Da er keine Ahnung von solchen Dingen hat, benötigt er eine gute Beratung.
3. Für Herrn und Frau Klang, Eltern von drei Kindern, ist es wichtig, dass sie ihren wöchentlichen Großeinkauf möglichst in einem einzigen Geschäft erledigen können. Daher bevorzugen sie in der Regel Geschäfte mit einem breiten Sortiment, in dem neben frischen und abgepackten Lebensmitteln auch non-food-Artikel des täglichen Bedarfs angeboten werden.
4. Lea benötigt für ihren Abschlussball ein schönes und möglichst nicht übermäßig teures Abendkleid. Da sie relativ klein ist und die Größe XS benötigt, weiß sie schon jetzt, dass sie mindestens 10 Geschäfte abklappern muss, um etwas einigermaßen Geeignetes zu finden. Deshalb überlegt sie, ob sie dieses Mal nicht geschickter vorgehen kann.
5. Herr Nieschulz möchte seinen Garten runderneuern. Da er großen Spaß an Gartenarbeit hat und über das notwendige Know-how verfügt, möchte er sich allein an die Arbeit machen. Er ist auf der Suche nach einem Geschäft, in dem er möglichst alles zu einem relativ niedrigen Preis findet, was er für die Gartenarbeit benötigt.
6. Frau Deppner muss jetzt zu Beginn des Frühlings ihre Kinder im Alter von 4 bis 10 Jahren neu einkleiden. Über Hosen, Jacken, Schuhe und Unterwäsche benötigt sie alles von Größe 116 bis 148.
7. Das Ehepaar Walter plant eine große Feier, da beide demnächst 40 Jahre alt werden. Für die Gartenparty benötigen sie viele unterschiedliche Artikel, wie z.B. Tischdecken, Kerzen, Servietten, Blumenvasen sowie weitere diverse Kleinigkeiten wie Luftschlangen, Luftballons, Strohhalme etc.
8. Für Jannik und Jochen geht es beim Einkaufen vor allem um den Erlebniswert. Sie treffen sich zwei- bis dreimal im Jahr mit weiteren Freunden zum „Shoppen“, möchten dabei gemütlich von Geschäft zu Geschäft schlendern und zwischendurch auch mal einen Kaffee oder ein Glas Bier trinken. Wenn nichts gekauft wird – egal! Hauptsache es hat Spaß gemacht. Danach geht's ins Stadion oder...