

Inhaltsverzeichnis

Einzelhandelsprozesse

Lernfeld 1

Das Einzelhandelsunternehmen repräsentieren	13
1 Präsentation des Ausbildungsbetriebes	14
2 Unternehmensleitbild und Zielsystem des Unternehmens	16
2.1 Unternehmensleitbild	16
2.2 Unternehmensziele	20
3 Der Einzelhandel in der Gesamtwirtschaft	26
3.1 Bedürfnisse	26
3.1.1 Bedürfnisse als Antriebskräfte für das menschliche Verhalten	27
3.1.2 Vom Bedürfnis über den Bedarf zur Nachfrage	29
3.2 Güterarten	33
3.3 Wirtschaftliches Handeln nach dem ökonomischen Prinzip	35
3.3.1 Anwendung des ökonomischen Prinzips in privaten Haushalten	36
3.3.2 Anwendung des ökonomischen Prinzips in Unternehmen	37
3.4 Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Einzelhandels	39
3.4.1 Wertschöpfungsprozess	39
3.4.2 Produktionsfaktoren im Einzelhandel	42
3.4.3 Wirtschaftskreislauf	46
3.4.4 Markt und Preisbildung	51
3.4.5 Leistungen des Einzelhandels	62
3.4.6 Branchen im Einzelhandel	67
3.5 Sortiment des Einzelhändlers	69
3.5.1 Sortimentsbildung	69
3.5.2 Sortimentsgliederung	73
3.6 Standort des Einzelhandelsbetriebes	77
3.7 Betriebsformen	85
3.7.1 Herkömmliche Betriebsformen im Ladenhandel	86
3.7.2 Betriebsformen für spezielle Kundenansprüche	91
3.7.3 Handel ohne festen Standort (ambulanter Handel, Wanderhandel)	93
3.7.4 Bestellhandel	94
3.8 Verkaufsformen	101
3.9 Organisation im Einzelhandelsbetrieb	104
3.9.1 Aufbauorganisation	104
3.9.2 Leitungssysteme	107
3.9.3 Ablauforganisation	113
4 Ausbildung im Einzelhandel	116
4.1 Duales Ausbildungssystem	116
4.2 Ausbildungsvertrag	122
4.3 Jugendarbeitsschutz	126
4.4 Berufstätigkeit im Einzelhandel	131

4.4.1	Anforderungen der Unternehmensleitung und der Vorgesetzten	132
4.4.2	Anforderungen der Kolleginnen und Kollegen	132
4.4.3	Eigene Vorstellungen und Erwartungen	133
4.4.4	Anforderungen der Kundinnen und Kunden	133
4.4.5	Äußeres Erscheinungsbild	134
5	Arbeitsschutz und Arbeitssicherheit	137
5.1	Sozialer Arbeitsschutz	137
5.2	Technischer Arbeitsschutz	143
6	Betriebliche Mitwirkung und Mitbestimmung	147
7	Tarifverträge	155
8	Soziale Sicherung	161
8.1	Sozialversicherung	161
8.1.1	Grundprinzipien der Sozialversicherung	162
8.1.2	Krankenversicherung	164
8.1.3	Unfallversicherung	166
8.1.4	Rentenversicherung	167
8.1.5	Arbeitslosenversicherung	169
8.1.6	Pflegeversicherung	170
8.1.7	Probleme und Lösungsansätze in der Sozialversicherung	171
8.2	Private Vorsorge	176

Lernfeld 5

Werben und den Verkauf fördern	185
1 Werbung	186
1.1 Werbegrundsätze	187
1.2 Werbearten	188
2 Durchführung von Werbemaßnahmen	193
2.1 Werbeziele und Werbeobjekte	193
2.2 Werbeträger und Werbemittel	198
2.3 Gestaltung einer Werbebotschaft	205
3 Werbeplanung und Werbeerfolgskontrolle	211
3.1 Die 6 W der Werbeplanung	211
3.2 Werbeerfolgskontrolle	214
4 Grenzen der Werbung	216
4.1 Wettbewerbsrecht	216
4.2 Ethische Grenzen der Werbung	225
5 Verkaufsförderung	228
6 Verkauf unter Beachtung ökonomischer und ökologischer Verpackungsgesichtspunkte	230
7 Wareneinstellung beim Kunden	238

Lernfeld 6

Waren beschaffen	241
1 Beschaffungsprozesse	242
1.1 Grundfragen der Warenbeschaffung	242
1.1.1 Art und Weise der Warenbeschaffung	243
1.1.2 Entscheidungen über Waren	244
1.1.3 Der Einzelhandel als „Gate-Keeper“	244
1.2 Kooperationsformen im Einkauf	246
1.2.1 Leistungen der Verbundgruppen für ihre Mitglieder	247
1.2.2 Voraussetzungen für die Mitgliedschaft	248
1.2.3 Kooperationsformen	249
2 Kaufverträge mit Lieferanten	255
2.1 Anfrage	255
2.2 Angebot	257
2.3 Bestellung und Auftragsbestätigung	267
3 Kaufvertragsarten	270
3.1 Arten des Kaufs nach Vertragspartnern und Zweck des Vertrages	270
3.2 Weitere Arten von Kaufverträgen und ihre Besonderheiten	271
4 Bestellung von Sortimentsware	275
4.1 Bestellzeitplanung	275
4.2 Bestellmengenplanung	281
5 Bestellung nicht im Sortiment geführter Ware (Neulistung)	286
5.1 Beschaffungsmarketing und quantitativer Angebotsvergleich	286
5.1.1 Auswirkungen auf die Sortimentsstruktur durch Beschaffungsmarketing	289
5.1.2 Bezugsquellenermittlung bei Neulistung	289
5.1.3 Wahl der Beschaffungswege	292
5.1.4 Entscheidung über Bestellmenge	293
5.1.5 Wahl des Bestell- und Lieferzeitpunktes	294
5.1.6 Quantitativer Angebotsvergleich	294
5.2 Qualitativer Angebotsvergleich	298
5.2.1 Beurteilungsmerkmale für Lieferanten	298
5.2.2 Bewertungsverfahren von Lieferanten (Entscheidungsbewertungstabelle)	299

Lernfeld 7

Waren annehmen, lagern und pflegen	305
1 Warenannahme	306
1.1 Warenlogistik – mehr als Transport von A nach B	306
1.2 Wareneingang	310
1.2.1 Vorgehensweise bei der Warenannahme	311
1.2.2 Erfassung des Wareneingangs	311

1.2.3	Warenerfassung mit einem Warenwirtschaftssystem	313
1.2.4	Elektronischer Geschäftsverkehr (EDI)	315
2	Pflichtverletzungen des Lieferers bei der Erfüllung von Kaufverträgen	319
2.1	Mangelhafte Warenlieferung (Schlechtleistung)	319
2.1.1	Arten der Sachmängel	321
2.1.2	Mängel nach der Erkennbarkeit	323
2.1.3	Fristen zur Wahrung der Rechte des Käufers bei Schlechtleistung	323
2.1.4	Form und Inhalt einer Mängelrüge	323
2.1.5	Rechte des Käufers im Überblick	324
2.1.6	Erläuterungen zu den gesetzlichen Gewährleistungsansprüchen	325
2.2	Lieferungsverzug (Nicht-Rechtzeitig-Lieferung)	329
2.2.1	Häufige Ursachen für den Lieferungsverzug	330
2.2.2	Voraussetzungen des Lieferungsverzugs	330
2.2.3	Rechte des Käufers bei Lieferungsverzug	331
2.2.4	Bestimmung des Verzugs Schadens	332
2.2.5	Muster für Kerntext wegen Lieferungsverzugs	333
3	Lagerhaltung	334
3.1	Aufgaben der Lagerhaltung	334
3.2	Warenlagerung außerhalb des Verkaufsraumes	337
3.2.1	Reservelager	337
3.2.2	Zentrallager und Warenverteilzentren	338
3.2.3	Efficient Consumer Response (ECR) – Kundennutzen steigern und Kosten senken	340
3.2.4	Lagerorganisation in Reserve- und Zentrallagern	341
3.2.5	Lagereinrichtung	342
3.2.6	Hilfsmittel für Lagerarbeiten	343
3.2.7	Anforderungen an eine warengerechte Lagerhaltung	344
3.3	Warenlagerung im Verkaufsraum	345
3.3.1	Der Verkaufsraum (Outlet) als Ort der Warenlagerung	345
3.3.2	Verkaufsaktive Ladengestaltung und Warenpräsentation	346
4	Bestandsoptimierung in der Lagerhaltung	348
4.1	Wirtschaftliche Lagerhaltung durch Kostenkontrolle	349
4.2	Lagerkontrolle	351
4.3	Bedeutung von Lagerkennziffern (Lagerbewegungskennzahlen) für eine wirtschaftliche Lagerhaltung	354
4.3.1	Bedeutung der Lagerkennziffern	354
4.3.2	Arten der Lagerkennziffern	354
4.3.3	Maßnahmen zur Verkürzung der durchschnittlichen Lagerdauer und zur Erhöhung des Lagerumschlags	356
4.3.4	Lagerkennziffern im Warenwirtschaftssystem	357
5	Inventur und Warenbewertung	362
5.1	Inventur	362
5.2	Warenbewertung	364
5.3	Inventurdifferenzen	364
5.3.1	Ursachen für Inventurdifferenzen	365

5.3.2	Diebstahlschutz im Lager	365
5.3.3	Warensicherung zur Vermeidung von Diebstählen	365
5.4	Inventur mit einem Warenwirtschaftssystem	367
6	Sicherheit und Umweltschutz im Lager	370
6.1	Sicherheit im Lager	370
6.2	Umweltschutz im Lager	371

Kaufmännische Steuerung und Kontrolle

Lernfeld 3

Kunden im Servicebereich Kasse betreuen	373
1 Service an der Kasse	374
1.1 Anforderungen beim Kassieren	374
1.2 Kundenkontakt im Kassenbereich	377
1.2.1 Kasse als Info-Theke	378
1.2.2 Kasse als Ort des Kaufabschlusses und der Verabschiedung	378
1.2.3 Kasse als Anlaufpunkt für Umtausch und Kundenbeschwerden	382
2 Rechtliche Grundtatbestände	384
2.1 Rechtsfähigkeit natürlicher und juristischer Personen	384
2.2 Geschäftsfähigkeit	386
3 Rechtsgeschäfte	391
3.1 Zustandekommen und Arten der Rechtsgeschäfte	392
3.2 Vertragsfreiheit und ihre Grenzen	393
3.2.1 Grundsatz der Vertragsfreiheit	394
3.2.2 Formvorschriften für Rechtsgeschäfte	395
3.2.3 Nichtigkeit von Rechtsgeschäften	397
3.2.4 Anfechtbarkeit von Rechtsgeschäften	400
3.2.5 Allgemeine Geschäftsbedingungen und Verbrauchsgüterkauf	403
4 Kaufvertrag beim Warenverkauf	409
4.1 Zustandekommen eines Kaufvertrags	409
4.2 Verpflichtungs- und Erfüllungsgeschäft am Beispiel des Kaufvertrags	413
5 Besitz und Eigentum	416
6 Zahlungsarten beim Warenverkauf	420
6.1 Zeitpunkt der Bezahlung	420
6.2 Barzahlung	421
6.3 Bargeldlose Zahlung mit Überweisung und Lastschrift	424
6.4 Bargeldlose Zahlung mit kartengesteuerten Zahlungssystemen	430
7 Kassensystem und Kassieren	440
7.1 Kassensysteme	440
7.2 Kassenorganisation	446

8	Kassenabrechnung	453
8.1	Bedeutung von Belegen	454
8.2	Belegarten	455
8.3	Umsatzsteuer beim Warenverkauf	458
8.4	Kassenkontrolle und Kassenabrechnung	460
9	Kasse und Warenwirtschaftssystem	463
9.1	Grundlagen der computergestützten Warenwirtschaft	463
9.2	Verkaufsdatenerfassung	467
9.3	Verkaufsdatenauswertung	470
10	Kaufmännisches Rechnen – Grundlagen und Training	472
10.1	Dreisatz	472
10.1.1	Dreisatz mit geradem Verhältnis	472
10.1.2	Dreisatz mit ungeradem Verhältnis	474
10.2	Durchschnittsrechnen	477
10.2.1	Einfacher Durchschnitt	477
10.2.2	Gewogener Durchschnitt	480
10.3	Prozentrechnen	483
10.3.1	Einführung in die Prozentrechnung	483
10.3.2	Berechnung des Prozentwertes	484
10.3.3	Berechnung des Prozentsatzes	486
10.3.4	Berechnung des Grundwertes	490
10.3.5	Prozentrechnung vom vermehrten Grundwert (auf Hundert)	491
10.3.6	Prozentrechnung vom verminderten Grundwert (im Hundert)	493
10.3.7	Aufgaben aus der gesamten Prozentrechnung	495

Kundenorientiertes Verkaufen

Lernfeld 2

Verkaufsgespräche kundenorientiert führen	497	
1	Kommunikation mit den Kunden	498
1.1	Kommunikationsmodell	498
1.2	Sprache im Verkauf	500
1.3	Fehler beim Sprechen	501
1.4	Körpersprache in der Kommunikation	501
2	Training der Verkaufstätigkeit	506
2.1	Training mit Rollenspielen	507
2.2	Medieneinsatz	508
2.3	Feedback	508
2.4	Beobachtungsbogen	508
3	Warenkundliche Grundlagen	511
3.1	Bedeutung des Warenwissens für die Verkaufsberatung	511
3.1.1	Nutzeneigenschaften von Waren	512
3.1.2	Qualitätsmerkmale von Waren	512
3.1.3	Nachhaltigkeit	516

3.2	Erwerb von Warenkenntnissen	521
3.2.1	Beschaffung warenkundlicher Informationen	522
3.2.2	Warenbeschreibungsbogen	527
4	Kontaktaufnahme	531
4.1.	Anbietformen und Kundenansprüche	532
4.1.1	Kontaktaufnahme bei Selbstbedienung	533
4.1.2	Kontaktaufnahme bei Vorwahl	534
4.1.3	Kontaktaufnahme bei Bedienung (Vollbedienung)	535
5	Bedarfsermittlung	538
5.1	Bedarfsermittlung beim Beratungsverkauf	538
5.2	Arten der Bedarfsermittlung	541
5.2.1	Direkte Bedarfsermittlung	541
5.2.2	Indirekte Bedarfsermittlung	542
6	Kundenerwartungen und Kaufmotive	546
6.1	Einflüsse auf die Kaufmotive	546
6.2	Entwicklung der Kundenerwartungen	548
7	Warenvorlage	552
7.1	Vier Regeln für eine wirkungsvolle Warenvorlage	553
7.2	Kunden bei der Warendarbietung aktiv beteiligen	553
7.3	Sinne der Kunden ansprechen	554
8	Verkaufsargumentation	556
8.1	Warenwissen kundenorientiert anwenden	557
8.2	Regeln für die Verkaufsargumentation	559
9	Kundenservice	564
9.1	Bedeutung der Serviceleistungen im Einzelhandel	564
9.2	Vielfalt der Serviceleistungen	566
10	Preisargumentation	573
10.1	Ware, Preis und Wert	573
10.2	Führung des Preisgesprächs	575
11	Kundeneinwände	579
11.1	Einwände – Signale des Kunden im Verkaufsgespräch	580
11.2	Verhalten des Verkaufspersonals bei Kundeneinwänden	582
11.3	Methoden der Einwandbehandlung	583
12	Alternativangebote	587
12.1	Sinn von Alternativangeboten	587
12.2	Unterbreitung von Alternativangeboten	588
13	Kaufabschluss	591
13.1	Unterstützung der Kaufentscheidung	591
13.2	Kaufsignale der Kunden	592
13.3	Abschlusstechniken	593
13.4	Abschlussverstärker	594
13.5	Abschluss ohne Kaufentscheidung	595

14	Ergänzungs- und Zusatzangebote	597
14.1	Bedeutung von Ergänzungs- und Zusatzangeboten	597
14.2	Für Ergänzungs- und Zusatzangebote geeignete Artikel	598
14.3	Richtiger Zeitpunkt für zusätzliche Angebote	598
14.4	Präsentation der Ergänzungs- und Zusatzangebote	599
15	Verabschiedung der Kunden	602
15.1	Zwischen Kaufentscheidung und Zahlung	602
15.2	Verabschiedung	604

Lernfeld 4

Waren präsentieren	605
1 Warenkennzeichnung	606
1.1 Kennzeichnung zur Lagerhaltung und zur Sicherheit	607
1.2 Preisauszeichnung und Etikettierung	607
1.3 Warenkennzeichnung mithilfe von Marken	611
2 Ladenbau und Ladengestaltung	613
2.1 Gestaltung der Außenfront und der Verkaufsräume	614
2.2 Ladengrundrisse und Verkaufszonen	618
2.3 Warenträger und Platzierung	622
3 Präsentationsmöglichkeiten	631
3.1 Präseneter, Displays und Dekorationsmaterial	632
3.2 Schaufenster und Schaukästen	635
3.3 Erlebnisangebote	640
4 Visual Merchandising	644
Sachwortverzeichnis	651