

Lernfeld 2.1

Verkauf aktiv gestalten	10
1 Maßnahmen zur Förderung der Kundenorientierung im Fleischerfachgeschäft entwickeln ...	12
1.1 Entwicklung der Märkte seit der Nachkriegszeit	13
1.2 Kundenorientierung als Erfolgsfaktor	14
1.3 Analyse der Kundenorientierung im Fleischerfachgeschäft	16
2 Ein Anforderungsprofil für Betrieb und Verkaufstätigkeit auf der Basis von Kundenerwartungen erstellen	19
2.1 Ansprüche von Kunden an das Verkaufspersonal	20
2.2 Ansprüche der Kunden an das Unternehmen..	22
2.3 Ansprüche des Kunden an die Ware	23
3 Verbale und nonverbale Kommunikationsmittel in Verkaufsgesprächen zielgerichtet einsetzen	25
3.1 Der Verkaufsvorgang – Phasen eines Verkaufsgesprächs	26
3.2 Verbale und nonverbale Kommunikation in Verkaufsgesprächen	27
3.2.1 Verbale Kommunikation	28
3.2.2 Nonverbale Kommunikation	30
3.2.3 Paraverbale Kommunikation (Stimmeigenschaften und Sprechverhalten).....	33
3.3 Aktives Zuhören	34
3.4 Bewertungsbogen	35

4 Auf unterschiedliche Kundentypen im Verkaufsgespräch eingehen	37
4.1 Bedürfnisse	39
4.2 Kaufmotive	40
4.3 Einteilung von Kunden.....	41
4.3.1 Kundenarten.....	41
4.3.2 Kundentypen.....	41
4.3.3 Besondere Kundengruppen	43
4.4 Kundenorientiertes Vorgehen im Beratungsgespräch	43
4.4.1 Fragetechniken zur Bedarfsermittlung	43
4.4.2 Formulieren von Verkaufsargumenten	44
4.4.3 Preisargumentation	45
4.4.4 Empfehlung von Ergänzungsangeboten.....	45
4.4.5 Empfehlung von Zusatzangeboten.....	46
4.4.6 Empfehlung von Alternativangeboten.....	46
5 Die Abschlussphasen im Verkaufsgespräch optimal gestalten	49
5.1 Herbeiführung des Kaufentschlusses.....	49
5.1.1 Sprachliche und körpersprachliche Signale des Kunden.....	50
5.1.2 Abschlusstechniken	50
5.2 Vorgehen nach der Kaufentscheidung und Beendigung des Verkaufsgesprächs.....	51
6 Professionelle Verkaufsgespräche mit besonderen Kundengruppen führen.....	55
6.1 Kinder und Jugendliche	56
6.2 Singles	57
6.3 Senioren.....	58
6.4 Kunden anderer Muttersprache	59

Lernfeld 2.2

Waren kundenorientiert verkaufen	62
1 Kunden bei der Auswahl von Brüh- und Kochwurst sowie von Kochpökelwaren im Verkaufsgespräch beraten.....	64
1.1 Brühwurst – Lagerung, Verwendung, Zubereitung und Zusatzangebote	65
1.2 Kochwurst – Lagerung, Verwendung, Zubereitung und Zusatzangebote	70
1.3 Kochpökelwaren – Lagerung, Verwendung, Zubereitung und Zusatzangebote	73
1.4 Bedeutung für die menschliche Ernährung ..	76
2 Kunden bei der Auswahl von Rohwurst und Rohpökelwaren im Verkaufsgespräch beraten...	79
2.1 Rohwurst – Lagerung, Verwendung, Zubereitung und Zusatzangebote	80
2.2 Rohpökelwaren – Lagerung, Verwendung, Zubereitung und Zusatzangebote	86
2.3 Bedeutung für die menschliche Ernährung.....	88

3 Kunden bei der Auswahl von kalten Braten und Spezialitäten im Verkaufsgespräch beraten.....	90
3.1 Kalte Braten – Lagerung, Verwendung, Zubereitung und Zusatzangebote	91
3.2 Spezialitäten – Lagerung, Verwendung, Zubereitung und Zusatzangebote	92
3.3 Bedeutung für die menschliche Ernährung ..	95
4 Eine Thekenbelegung vorbereiten, planen und gestalten	98
4.1 Voraussetzungen für die Thekenbelegung....	98
4.1.1 Frischezustand der Produkte und Hygiene...	99
4.1.2 Temperatur.....	102
4.1.3 Kritische Kontrollpunkte	103
4.2 Thekenbelegungsplan.....	104
4.3 Kennzeichnung der Produkte nach den gesetzlichen Bestimmungen.....	107
4.3.1 Preisangabenverordnung (PAngV) und Lebensmittelkennzeichnungsverordnung (LMKV).....	108

4.3.2 Aromenverordnung (AromV) und Zusatzstoff-Zulassungsverordnung (ZZuV)	112	5.2 Anlass- und saisonbezogene Thekenbelegung	118
4.3.3 Nährwertkennzeichnungsverordnung (NKV)...	113	5.3 Verpacken von Produkten	121
4.3.4 Diätverordnung	113	5.4 Bewertung der Thekenware	122
4.3.5 Gesetz über das Mess- und Eichwesen (EichG)	114	6 Platten dekorativ anrichten	124
4.3.6 Rindfleischetikettierungsgesetz (RiFEtikettG)	114	6.1 Auswahl der Platten	125
4.4 Vom Materialpreis zum Verkaufspreis (Preiskalkulation).....	115	6.2 Vorbereiten der Materialien	127
5 Waren positionieren – Blickfänge verkaufswirksam präsentieren	117	6.3 Legetechniken.....	128
5.1 Blickfänge positionieren	117	6.4 Garniturauswahl	131
		6.5 Plattenkalkulation.....	133
 Lernfeld 2.3			
Speisen herstellen und anrichten	136	2.3 Herstellung ausgewählter Produkte	154
1 Salatvariationen herstellen und anrichten	138	2.3.1 Belegte Brotwaren und Sandwiches.....	154
1.1 Einteilung von Salaten.....	139	2.3.2 Wraps.....	158
1.1.1 Blattsalate	139	2.3.3 Gefüllte Pitabrote	158
1.1.2 Salate aus Gemüse oder Kartoffel	140	2.3.4 Gefüllte oder belegte gebackene/ überbackene Snacks	159
1.2 Salatsoßen (Salatdressings)	143	2.4 Warenpräsentation von Snacks.....	161
1.3 Das Salatangebot im Fleischerfachgeschäft	144	3 Fingerfood herstellen und dekorativ anrichten	163
2 Baguette, Sandwich und Co. für den Außer-Haus-Verzehr herstellen	149	3.1 Kanapees	164
2.1 Planung eines Snack-Verkaufsprogramms ...	150	3.2 Halbe belegte Brötchen	167
2.2 Zukauf von vorgefertigten Lebensmitteln/ Convenience-Food.....	152	3.3 Weitere Beispiele für Fingerfood	168
		3.4 Servieren und Präsentieren.....	170
 Lernfeld 2.4			
Produkte verkaufsfördernd präsentieren...	174	3 Wirksame Werbeträger auswählen und produktangemessen gestalten	192
1 Das Ladenumfeld ansprechend gestalten	176	3.1 Werbemittel.....	193
1.1 Umgebung des Geschäfts	177	3.2 Platzierung	195
1.2 Eingangsbereich	177	3.3 Gestaltung	195
1.3 Schaufenster	178	3.4 Handschrift	197
2 Mit der Verkaufsraumgestaltung ein positives Einkaufsklima schaffen	182	3.5 Aktionsschaufenster	201
2.1 Ladeneinrichtung	183	4 Präsente/Geschenkartikel fertigen und verkaufsfördernd anbieten	204
2.1.1 Was gehört zur Ladenausstattung?.....	184	4.1 Materialauswahl	206
2.1.2 Warenträger	184	4.1.1 Geeignete Produkte für Präsente	206
2.1.3 Bestückung	185	4.1.2 Auswahl der Behältnisse	207
2.2 Schaffen eines positiven Einkaufsklimas	185	4.1.3 Geeignete Dekoration	207
2.2.1 Dekorationsgegenstände.....	186	4.1.4 Auswahl der Verpackung.....	213
2.2.2 Bilder.....	186	4.2 Unterlegen und Arrangieren.....	214
2.2.3 Musik	187	4.3 Preiskalkulation.....	216
2.2.4 Geruchsstoffe	187	5 Die Präsentation ausgewählter Produkte bewerten	219
2.2.5 Farbe	187	5.1 Das Produkt spricht für sich selbst	220
2.2.6 Beleuchtung	189	5.2 Anlässe nutzen	221
2.2.7 Raumklima	190	5.3 Den Verkauf mit allen Sinnen fördern	222
		5.3.1 Warendruck.....	222
		5.3.2 Farbe in der Theke	223

Lernfeld 3.1	
Besondere Verkaufssituationen gestalten	226
1 Verkaufsgespräche in besonderen Situationen erfolgreich meistern	228
1.1 Verkauf kurz vor Ladenschluss	229
1.2 Verkauf bei Hochbetrieb	229
2 Einwände von Kunden behandeln	232
2.1 Kundeneinwände und deren Bedeutung im Verkaufsgespräch	233
2.2 Verhalten des Verkaufspersonals bei Einwänden	233
2.3 Techniken der Einwandbehandlung	234
3 Bei Reklamationen situationsangemessen handeln	239
3.1 Mangelhafte Lieferung (Schlechtleistung)	240
3.1.1 Arten von Mängeln	240
3.1.2 Gewährleistungspflicht des Verkäufers	241
3.1.3 Rechte des Käufers	241
3.1.4 Umtausch	242
3.2 Bedeutung von Reklamationen für das Unternehmen	243
3.3 Erkennen und Bewältigen von Konflikten	244
3.4 Umgang mit Reklamationen im Kundengespräch	245
4 Sich bei Ladendiebstahl angemessen verhalten und versuchen Diebstähle zu verhindern	248
4.1 Verhinderung von Ladendiebstählen im Lebensmitteleinzelhandel	250
4.2 Verhalten nach einem Ladendiebstahl	252
Lernfeld 3.2	
Waren herrichten, präsentieren und verkaufen	254
1 Kunden über die Fleischreifung informieren	256
1.1 Die Eiweißstruktur im lebenden Muskel	257
1.2 Der Kontraktionsvorgang	258
1.3 Vorgänge im Fleisch geschlachteter Tiere	259
1.3.1 Die Glycolyse	259
1.3.2 Die Totenstarre	260
1.3.3 Vorgänge bei der Fleischreifung	260
1.4 Veränderung der Fleischeigenschaften bei der Fleischreifung	261
1.4.1 Veränderung der Festigkeit	261
1.4.2 Veränderung des Geschmacks	262
1.4.3 Veränderung der Fleischfarbe	263
1.4.4 Veränderung der Haltbarkeit	264
1.5 Einflüsse auf die benötigte Reifedauer	265
1.6 Fehlerhafte Fleischreifung	267
1.6.1 DFD-Fleisch	267
1.6.2 PSE-Fleisch	268
1.6.3 Stickige Reifung	268
1.6.4 Kälteverkürzung (Cold shortening)	269
2 Rindfleisch für den Verkauf vorbereiten	271
2.1 Fleischteile des Rindes	271
2.1.1 Fleischteile des Vorderviertels	273
2.1.2 Fleischteile des Hinterviertels	274
2.2 Fleisch küchenfertig zuschneiden	276
2.2.1 Parieren	276
2.2.2 Fleischzuschchnitt für große Fleischteile	276
2.2.3 Steaks	277
2.2.4 Klein geschnittenes Fleisch	280
2.3 Rindfleisch veredeln	280
2.4 Rindfleisch präsentieren	281
3 Kunden über die Verwendung von Rindfleisch beraten	282
3.1 Eigenschaften von Rindfleisch	283
3.2 Einflüsse auf die Fleischeigenschaften	284
3.2.1 Rasse	284
3.2.2 Geschlecht	285
3.2.3 Alter	285
3.2.4 Tierhaltung	285
3.3 Verwendung von Rindfleisch im Haushalt	286
3.3.1 Grillen und Kurzbraten	287
3.3.2 Braten	289
3.3.3 Schmoren	290
3.3.4 Sieden	291
3.4 Besondere Gerichte aus Rindfleisch	292
3.4.1 Rouladen	292
3.4.2 Sauerbraten	293
3.4.3 Bœuf à la mode	293
3.5 Passende Artikel aus dem Zusatzsortiment	295
3.5.1 Würzmittel	295
3.5.2 Teigwaren (Nudeln, Pasta)	295
3.5.3 Gemüse	298
4 Kunden über das Fleisch anderer Schlachttiere beraten	301
4.1 Kalbfleisch	301
4.1.1 Besondere Eigenschaften von Kalbfleisch	301
4.1.2 Die Fleischteile des Kalbes	303
4.1.3 Verwendung von Kalbfleisch zum Kurzbraten	303
4.1.4 Verwendung von Kalbfleisch zum Braten	304
4.1.5 Verwendung von Kalbfleisch zum Schmoren	304
4.1.6 Kalbfleisch veredeln	305
4.1.7 Passende Artikel aus dem Zusatzsortiment	306

2.6.1 Planung des Serviceablaufes	390	2.6.6 Gestaltung von Menükarten und Informationsschildern	394
2.6.2 Vorbereiten der Tischanordnung.....	390	2.6.7 Tätigkeiten des Servicepersonals	394
2.6.3 Eindecken der Gästetische.....	391	2.6.8 Bewertung der Speisen und des Arbeitsprozesses	395
2.6.4 Vorbereitung und Dekoration des Büfett-Tisches.....	392	2.6.9 Preiskalkulation.....	395
2.6.5 Speisenanordnung auf dem Büfett-Tisch.....	393		

Lernfeld 3.5

Umsatz und Kundenbindung durch Verkaufsaktionen fördern

1 Ein Marketingkonzept erstellen	400
1.1 Marktanalyse.....	401
1.1.1 Welche Kunden kann unser Betrieb erreichen?	402
1.1.2 Welche Konkurrenten sind auf dem Markt?....	404
1.2 Marketinginstrumente	405
1.3 Aktionsplan	406
1.3.1 Mögliche Themen für Aktionen	406
1.3.2 Inhalt eines Aktionsplans.....	407
2 Planen und Durchführen einer Werbeaktion ...	409
2.1 Vorüberlegungen	410
2.1.1 Zielvorstellung und Zielgruppe	410

2.1.2 Terminwahl.....	410
2.1.3 Genehmigungsvorschriften beachten.....	410
2.1.4 Versicherungsrisiko abklären	411
2.1.5 Personen des öffentlichen Lebens einladen...	411
2.2 Erstellen einer Checkliste	411
2.3 Erstellen einer Kostenkalkulation.....	413
2.4 Aktion „Kinder, Kunden von morgen“ durchführen.....	414
2.5 Rechtliche Vorschriften.....	414
2.6 Rezeptvorschläge	415
2.7 Antworten auf häufig gestellte Elternfragen ...	417
2.8 Empfehlungen der DGE (Deutsche Gesellschaft für Ernährung) für Kindernahrung	418

Anhang 1

Fachrechnen	421
1 Kalkulation von Handelswaren	421
2 Kalkulation von verzehrfertigen Erzeugnissen ...	422
3 Rückkalkulation von verzehrfertigen Speisen	423

Anhang 2

Glossar Deutsch-Englisch	424
---------------------------------------	------------

Sachwortverzeichnis	426
----------------------------------	------------

Bildquellenverzeichnis	437
-------------------------------------	------------