

# Inhaltsverzeichnis

## Lernfeld 1

<b>Das Einzelhandelsunternehmen repräsentieren .....</b>	11
<b>1 Präsentation des Ausbildungsbetriebes .....</b>	12
<b>2 Unternehmensleitbild und Zielsystem des Unternehmens .....</b>	14
2.1 Unternehmensleitbild .....	14
2.2 Unternehmensziele .....	18
<b>3 Der Einzelhandel in der Gesamtwirtschaft .....</b>	24
3.1 Bedürfnisse .....	24
3.1.1 Bedürfnisse als Antriebskräfte für das menschliche Verhalten .....	25
3.1.2 Vom Bedürfnis über den Bedarf zur Nachfrage .....	27
3.2 Güterarten .....	31
3.3 Wirtschaftliches Handeln nach dem ökonomischen Prinzip .....	33
3.3.1 Anwendung des ökonomischen Prinzips in privaten Haushalten .....	34
3.3.2 Anwendung des ökonomischen Prinzips in Unternehmen .....	35
3.4 Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Einzelhandels .....	37
3.4.1 Wertschöpfungsprozess .....	37
3.4.2 Produktionsfaktoren im Einzelhandel .....	40
3.4.3 Wirtschaftskreislauf .....	44
3.4.4 Markt und Preisbildung .....	49
3.4.5 Leistungen des Einzelhandels .....	60
3.4.6 Branchen im Einzelhandel .....	65
3.5 Sortiment des Einzelhändlers .....	67
3.5.1 Sortimentsbildung .....	67
3.5.2 Sortimentsgliederung .....	71
3.6 Standort des Einzelhandelsbetriebes .....	75
3.7 Betriebsformen .....	83
3.7.1 Herkömmliche Betriebsformen im Ladenhandel .....	84
3.7.2 Betriebsformen für spezielle Kundenansprüche .....	89
3.7.3 Handel ohne festen Standort (ambulanter Handel, Wanderhandel) .....	91
3.8 Strukturwandel und Trends im Einzelhandel .....	98
3.8.1 Wirtschaftsbereich Einzelhandel .....	99
3.8.2 Dynamik der Betriebsformen .....	100
3.8.3 Chancen des Fachhandels in der Zukunft .....	102
3.9 Verkaufsformen .....	105
3.10 Organisation im Einzelhandelsbetrieb .....	108
3.10.1 Aufbauorganisation .....	108
3.10.2 Leitungssysteme .....	111
3.10.3 Ablauforganisation .....	117
<b>4 Ausbildung im Einzelhandel .....</b>	120
4.1 Duales Ausbildungssystem .....	120
4.2 Ausbildungsvertrag .....	126
4.3 Jugendarbeitsschutz .....	130
4.4 Berufstätigkeit im Einzelhandel .....	135
4.4.1 Anforderungen der Unternehmensleitung und der Vorgesetzten .....	136
4.4.2 Anforderungen der Kolleginnen und Kollegen .....	136

4.4.3	Eigene Vorstellungen und Erwartungen .....	137
4.4.4	Anforderungen der Kundinnen und Kunden .....	137
4.4.5	Äußeres Erscheinungsbild .....	138
<b>5</b>	<b>Arbeitsschutz und Arbeitssicherheit .....</b>	<b>141</b>
5.1	Sozialer Arbeitsschutz .....	141
5.2	Technischer Arbeitsschutz .....	147
<b>6</b>	<b>Betriebliche Mitwirkung und Mitbestimmung .....</b>	<b>151</b>
<b>7</b>	<b>Tarifverträge .....</b>	<b>158</b>
<b>8</b>	<b>Soziale Sicherung .....</b>	<b>164</b>
8.1	Sozialversicherung .....	164
8.1.1	Grundprinzipien der Sozialversicherung .....	165
8.1.2	Krankenversicherung .....	167
8.1.3	Unfallversicherung .....	169
8.1.4	Rentenversicherung .....	170
8.1.5	Arbeitslosenversicherung .....	172
8.1.6	Pflegeversicherung .....	173
8.1.7	Probleme und Lösungsansätze in der Sozialversicherung .....	174
8.2	Private Vorsorge .....	178

## Lernfeld 2

<b>Verkaufsgespräche kundenorientiert führen .....</b>	<b>187</b>	
<b>1</b>	<b>Kommunikation mit den Kunden .....</b>	<b>188</b>
1.1	Kommunikationsmodell .....	188
1.2	Sprache im Verkauf .....	190
1.3	Fehler beim Sprechen .....	191
1.4	Körpersprache in der Kommunikation .....	191
<b>2</b>	<b>Training der Verkaufstätigkeit .....</b>	<b>196</b>
2.1	Training mit Rollenspielen .....	197
2.2	Medieneinsatz .....	198
2.3	Feedback .....	198
2.4	Beobachtungsbogen .....	199
<b>3</b>	<b>Warenkundliche Grundlagen .....</b>	<b>201</b>
3.1	Bedeutung des Warenwissens für die Verkaufsberatung .....	201
3.1.1	Nutzeneigenschaften von Waren .....	202
3.1.2	Qualitätsmerkmale von Waren .....	202
3.1.3	Nachhaltigkeit .....	206
3.2	Erwerb von Warenkenntnissen .....	211
3.2.1	Beschaffung warenkundlicher Informationen .....	212
3.2.2	Warenbeschreibungsbogen .....	217
<b>4</b>	<b>Kontaktaufnahme .....</b>	<b>221</b>
4.1.	Anbietformen und Kundenansprüche .....	222
4.1.1	Kontaktaufnahme bei Selbstbedienung .....	223
4.1.2	Kontaktaufnahme bei Vorwahl .....	224
4.1.3	Kontaktaufnahme bei Bedienung (Vollbedienung) .....	225

---

<b>5</b>	<b>Bedarfsermittlung</b> .....	228
5.1	Bedarfsermittlung beim Beratungsverkauf .....	228
5.2	Arten der Bedarfsermittlung .....	231
5.2.1	Direkte Bedarfsermittlung .....	231
5.2.2	Indirekte Bedarfsermittlung .....	232
<b>6</b>	<b>Kundenerwartungen und Kaufmotive</b> .....	236
6.1	Einflüsse auf die Kaufmotive .....	236
6.2	Entwicklung der Kundenerwartungen .....	238
<b>7</b>	<b>Warenvorlage</b> .....	242
7.1	Vier Regeln für eine wirkungsvolle Warenvorlage .....	243
7.2	Kunden bei der Warendarbietung aktiv beteiligen .....	243
7.3	Sinne de Kunden ansprechen .....	244
<b>8</b>	<b>Verkaufsargumentation</b> .....	246
8.1	Warenwissen kundenorientiert anwenden .....	247
8.2	Regeln für die Verkaufsargumentation .....	249
<b>9</b>	<b>Kundenservice</b> .....	254
9.1	Bedeutung der Serviceleistungen im Einzelhandel .....	254
9.2	Vielfalt der Serviceleistungen .....	256
<b>10</b>	<b>Preisargumentation</b> .....	263
10.1	Ware, Preis und Wert .....	263
10.2	Führung des Preisgesprächs .....	265
<b>11</b>	<b>Kundeneinwände</b> .....	269
11.1	Einwände – Signale des Kunden im Verkaufsgespräch .....	270
11.2	Verhalten des Verkaufspersonals bei Kundeneinwänden .....	272
11.3	Methoden der Einwandbehandlung .....	273
<b>12</b>	<b>Alternativangebote</b> .....	277
12.1	Sinn von Alternativangeboten .....	277
12.2	Unterbereitung von Alternativangeboten .....	278
<b>13</b>	<b>Kaufabschluss</b> .....	281
13.1	Unterstützung der Kaufentscheidung .....	281
13.2	Kaufsignale der Kunden .....	282
13.3	Abschlusstechniken .....	283
13.4	Abschlussverstärker .....	284
13.5	Abschluss ohne Kaufentscheidung .....	285
<b>14</b>	<b>Ergänzungs- und Zusatzangebote</b> .....	287
14.1	Bedeutung von Ergänzungs- und Zusatzangeboten .....	287
14.2	Für Ergänzungs- und Zusatzangebote geeignete Artikel .....	288
14.3	Richtiger Zeitpunkt für zusätzliche Angebote .....	288
14.4	Präsentation der Ergänzungs- und Zusatzangebote .....	289
<b>15</b>	<b>Verabschiedung der Kunden</b> .....	292
15.1	Zwischen Kaufentscheidung und Zahlung .....	292
15.2	Verabschiedung .....	294

**Lernfeld 3**

<b>Kunden im Servicebereich Kasse betreuen .....</b>	295
<b>1 Service an der Kasse .....</b>	296
1.1 Anforderungen beim Kassieren .....	296
1.2 Kundenkontakt im Kassenbereich .....	299
1.2.1 Kasse als Infotheke .....	300
1.2.2 Kasse als Ort des Kaufabschlusses und der Verabschiedung .....	300
1.2.3 Kasse als Anlaufpunkt für Umtausch und Kundenbeschwerden .....	304
<b>2 Rechtliche Grundtatbestände .....</b>	306
2.1 Rechtsfähigkeit natürlicher und juristischer Personen .....	306
2.2 Geschäftsfähigkeit .....	308
<b>3 Rechtsgeschäfte .....</b>	313
3.1 Zustandekommen und Arten der Rechtsgeschäfte .....	314
3.2 Vertragsfreiheit und ihre Grenzen .....	315
3.2.1 Grundsatz der Vertragsfreiheit .....	316
3.2.2 Formvorschriften für Rechtsgeschäfte .....	317
3.2.3 Nichtigkeit von Rechtsgeschäften .....	319
3.2.4 Anfechtbarkeit von Rechtsgeschäften .....	322
3.2.5 Allgemeine Geschäftsbedingungen und Verbrauchsgüterkauf .....	327
<b>4 Kaufvertrag beim Warenverkauf .....</b>	331
4.1 Zustandekommen eines Kaufvertrags .....	331
4.2 Verpflichtungs- und Erfüllungsgeschäft am Beispiel des Kaufvertrags .....	335
<b>5 Besitz und Eigentum .....</b>	338
<b>6 Zahlungsarten beim Warenverkauf .....</b>	342
6.1 Zeitpunkt der Bezahlung .....	342
6.2 Barzahlung .....	343
6.3 Bargeldlose Zahlung mit Überweisung und Lastschrift .....	346
6.4 Bargeldlose Zahlung mit kartengesteuerten Zahlungssystemen .....	351
<b>7 Kassensystem und Kassieren .....</b>	361
7.1 Kassensysteme .....	361
7.2 Kassenorganisation .....	367
<b>8 Kassenabrechnung .....</b>	374
8.1 Bedeutung von Belegen .....	375
8.2 Belegarten .....	376
8.3 Umsatzsteuer beim Warenverkauf .....	379
8.4 Kassenkontrolle und Kassenabrechnung .....	381
<b>9 Kasse und Warenwirtschaftssystem .....</b>	384
9.1 Grundlagen der computergestützten Warenwirtschaft .....	384
9.2 Verkaufsdatenerfassung .....	388
9.3 Verkaufsdatenauswertung .....	391
<b>10 Kaufmännisches Rechnen – Grundlagen und Training .....</b>	393
10.1 Dreisatz .....	393
10.1.1 Dreisatz mit geradem Verhältnis .....	393

---

10.1.2	Dreisatz mit ungeradem Verhältnis .....	395
10.2	Durchschnittsrechnen .....	398
10.2.1	Einfacher Durchschnitt .....	398
10.2.2	Gewogener Durchschnitt .....	401
10.3	Prozentrechnen .....	404
10.3.1	Einführung in die Prozentrechnung .....	404
10.3.2	Berechnung des Prozentwertes .....	405
10.3.3	Berechnung des Prozentsatzes .....	407
10.3.4	Berechnung des Grundwertes .....	411
10.3.5	Percentrechnung vom vermehrten Grundwert (auf Hundert) .....	412
10.3.6	Percentrechnung vom verminderten Grundwert (im Hundert) .....	414
10.3.7	Aufgaben aus der gesamten Prozentrechnung .....	416

## Lernfeld 4

<b>Waren präsentieren</b> .....	419	
1	Warenkennzeichnung .....	420
1.1	Kennzeichnung zur Lagerhaltung und zur Sicherheit .....	421
1.2	Preisauszeichnung und Etikettierung .....	421
1.3	Warenkennzeichnung mithilfe von Marken .....	425
2	Ladenbau und Ladengestaltung .....	427
2.1	Gestaltung der Außenfront und der Verkaufsräume .....	428
2.2	Ladengrundrisse und Verkaufszonen .....	432
2.3	Warenträger und Platzierung .....	436
3	Präsentationsmöglichkeiten .....	445
3.1	Präsentierer, Displays und Dekorationsmaterial .....	446
3.2	Schaufenster und Schaukästen .....	449
3.3	Erlebnisangebote .....	454
4	Visual Merchandising .....	458

## Lernfeld 5

<b>Werben und den Verkauf fördern</b> .....	465	
1	Werbung .....	466
1.1	Werbegrundsätze .....	467
1.2	Werbearten .....	468
2	Durchführung von Werbemaßnahmen .....	473
2.1	Werbeziele und Werbeobjekte .....	473
2.2	Werbeträger und Werbemittel .....	478
2.3	Gestaltung einer Werbebotschaft .....	485
3	Werbeplanung und Werbeerfolgskontrolle .....	491
3.1	Die 6 W der Werbeplanung .....	491
3.2	Werbeerfolgskontrolle .....	494

<b>4</b>	<b>Grenzen der Werbung .....</b>	<b>496</b>
4.1	Wettbewerbsrecht .....	496
4.2	Ethische Grenzen der Werbung .....	505
<b>5</b>	<b>Werbung und Verbraucherschutz .....</b>	<b>508</b>
<b>6</b>	<b>Verkaufsförderung .....</b>	<b>513</b>
<b>7</b>	<b>Verkauf unter Beachtung ökonomischer und ökologischer Verpackungsgesichtspunkte .....</b>	<b>515</b>
<b>8</b>	<b>Warenzustellung beim Kunden .....</b>	<b>523</b>
 <b>Anhang: Effektives Lernen .....</b>		 <b>527</b>
<b>Sachwortverzeichnis .....</b>		<b>541</b>