

Inhaltsverzeichnis

Lernfeld 1

Das Einzelhandelsunternehmen repräsentieren	11
1 Präsentation des Ausbildungsbetriebes	12
2 Unternehmensleitbild und Zielsystem des Unternehmens	14
2.1 Unternehmensleitbild	14
2.2 Unternehmensziele	18
3 Der Einzelhandel in der Gesamtwirtschaft	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
4 Ausbildung im Einzelhandel	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
5	Arbeitsschutz und Arbeitssicherheit	141
5.1	Sozialer Arbeitsschutz	141
5.2	Technischer Arbeitsschutz	147
6	Betriebliche Mitwirkung und Mitbestimmung	151
7	Tarifverträge	158
8	Soziale Sicherung	164
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

Verkaufsgespräche kundenorientiert führen

187

1	Kommunikation mit den Kunden	188
1.1	Kommunikationsmodell	188
1.2	Sprache im Verkauf	190
1.3	Fehler beim Sprechen	191
1.4	Körpersprache in der Kommunikation	191
2	Training der Verkaufstätigkeit	196
2.1	Training mit Rollenspielen	197
2.2	Medieneinsatz	198
2.3	Feedback	198
2.4	Beobachtungsbogen	199
3	Warenkundliche Grundlagen	201
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
4	Kontaktaufnahme	221
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

5	Bedarfsermittlung	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
6	Kundenerwartungen und Kaufmotive	236
6.1	Einflüsse auf die Kaufmotive	236
6.2	Entwicklung der Kundenerwartungen	238
7	Warenvorlage	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
8	Verkaufsargumentation	246
8.1	Warenwissen kundenorientiert anwenden	247
8.2	Regeln für die Verkaufsargumentation	249
9	Kundenservice	254
9.1	Bedeutung der Serviceleistungen im Einzelhandel	254
9.2	Vielfalt der Serviceleistungen	256
10	Preisargumentation	263
10.1	Ware, Preis und Wert	263
10.2	Führung des Preisgesprächs	265
11	Kundeneinwände	269
11.1	Einwände – Signale des Kunden im Verkaufsgespräch	270
11.2	Verhalten des Verkaufspersonals bei Kundeneinwänden	272
11.3	Methoden der Einwandbehandlung	273
12	Alternativangebote	277
12.1	Sinn von Alternativangeboten	277
12.2	Unterbereitung von Alternativangeboten	278
13	Kaufabschluss	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
14	Ergänzungs- und Zusatzangebote	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
15	Verabschiedung der Kunden	292
15.1	Zwischen Kaufentscheidung und Zahlung	292
15.2	Verabschiedung	294

Lernfeld 3

Kunden im Servicebereich Kasse betreuen	295
1 Service an der Kasse	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
2 Rechtliche Grundtatbestände	306
2.1 Rechtsfähigkeit natürlicher und juristischer Personen	306
2.2 Geschäftsfähigkeit	308
3 Rechtsgeschäfte	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
4 Kaufvertrag beim Warenverkauf	331
4.1 Zustandekommen eines Kaufvertrags	331
4.2 Verpflichtungs- und Erfüllungsgeschäft am Beispiel des Kaufvertrags	335
5 Besitz und Eigentum	338
6 Zahlungsarten beim Warenverkauf	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
7 Kassensystem und Kassieren	361
7.1 Kassensysteme	361
7.2 Kassenorganisation	367
8 Kassenabrechnung	374
8.1 Bedeutung von Belegen	375
8.2 Belegarten	376
8.3 Umsatzsteuer beim Warenverkauf	379
8.4 Kassenkontrolle und Kassenabrechnung	381
9 Kasse und Warenwirtschaftssystem	384
9.1 Grundlagen der computergestützten Warenwirtschaft	384
9.2 Verkaufsdatenerfassung	388
9.3 Verkaufsdatenauswertung	391
10 Kaufmännisches Rechnen – Grundlagen und Training	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	Prozentrechnung vom vermehrten Grundwert (auf Hundert)	412
10.3.6	Prozentrechnung vom verminderten Grundwert (im Hundert)	414
10.3.7	Aufgaben aus der gesamten Prozentrechnung	416

Lernfeld 4

Waren präsentieren	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	Präsenter, Displays und Dekorationsmaterial	446
3.2	Schaufenster und Schaukästen	449
3.3	Erlebnisangebote	454
4	Visual Merchandising	458

Lernfeld 5

Werben und den Verkauf fördern	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

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