

Inhaltsverzeichnis

Lernfeld 1: Das Einzelhandelsunternehmen repräsentieren

1.	Die Ausbildung im Einzelhandel kennenlernen	12
1.1	System der dualen Berufsausbildung	12
1.2	Berufsbildungsgesetz als Grundlage der Berufsausbildung	13
1.3	Weitere Grundlagen des Ausbildungsverhältnisses	19
1.3.1	Ausbildungsvertrag	20
1.3.2	Jugendarbeitsschutzgesetz	23
1.3.3	Weitere Arbeitsschutzgesetze	26
1.3.4	Interessenvertreter der Auszubildenden und Beratungshilfen	28
1.4	Jugend- und Auszubildendenvertretung und Betriebsrat	29
1.5	Tarifverträge	34
1.6	Berufliche Fort- und Weiterbildung	37
2.	Die Rolle des Einzelhandels in der Volkswirtschaft darstellen	39
2.1	Stellung des Einzelhandels im Drei-Sektoren-Modell	39
2.2	Dienstleistungssektor	40
2.3	Bedürfnisse – Bedarf – Nachfrage	41
2.4	Güter	43
2.5	Marktpreisbildung	45
2.6	Ökonomisches Prinzip	47
2.7	Wirtschaftskreislauf	48
3.	Den Aufbau des Einzelhandelsunternehmens vorstellen	49
3.1	Funktionen und Aufgaben des Einzelhandels	49
3.2	Betriebsformen im Einzelhandel	50
3.3	Verkaufsformen im Einzelhandel	53
3.4	Sortimentsstruktur im Einzelhandel	57
3.5	Unternehmensziele im Einzelhandel	60
3.6	Organisationsstruktur eines Einzelhandelsunternehmens	62
3.6.1	Aufbauorganisation	63
3.6.2	Ablauforganisation	67
4.	Notwendigkeit von sozialer Sicherung, Arbeits- und Umweltschutz erkennen	68
4.1	Zweige der Sozialversicherungen	68
4.2	Private Zusatzversicherungen	73
4.3	Arbeitsschutz und Arbeitssicherheit	76
4.4	Nachhaltigkeit und Umweltschutz	79

5.	Präsentationen erstellen und professionell durchführen . .	83
5.1	Recherche von Informationen und Bewertung von Informationsquellen	83
5.1.1	Informationsbeschaffungsstrategie	83
5.1.2	Elaborationsstrategie	85
5.2	Auswahl der geeigneten Präsentationsform	85
5.2.1	Präsentationsformen	86
5.2.2	Präsentationsregeln	88
5.3	Bewerten von Präsentationen	91
5.3.1	Bewertungsmethoden	92
5.3.2	Bewertungsregeln	93
5.4	Erstellen eines Handouts	95

Lernfeld 2: Verkaufsgespräche kundenorientiert führen

1.	Sich kundenorientiert verhalten	100
2.	Erfolgreich mit Kunden kommunizieren	102
2.1	Kommunikationsmodelle	102
2.2	Nonverbale Kommunikation (Körpersprache)	105
2.3	Verbale Kommunikation (Sprachverhalten)	108
3.	Warenkenntnisse erwerben und nutzen	114
3.1	Bedeutung von Warenwissen	114
3.2	Quellen für Warenwissen	116
3.3	Siegel und Produktkennzeichnungen	118
4.	Ein Verkaufsgespräch professionell durchführen	122
4.1	Die Begrüßung/Kontaktaufnahme	123
4.2	Bedarfsermittlung	125
4.3	Warenvorlage	127
4.4	Die Verkaufsargumentation	131
4.5	Die Preisnennung	134
4.6	Der Umgang mit Kundeneinwänden	138
4.7	Alternativangebote	142
4.8	Zusatz- und Ergänzungsartikel	143
4.9	Bekräftigung der Kaufentscheidung und Verabschiedung	146

Lernfeld 3:**Kunden im Servicebereich Kasse betreuen**

1.	Tätigkeiten im Kassenbereich zügig und fehlerfrei durchführen.	156
1.1	Kassensysteme im Einzelhandel	156
1.1.1	Die Entwicklung von Kassensystemen im Einzelhandel.	156
1.1.2	Bestandteile der Kassensysteme im Einzelhandel	157
1.1.3	Das Kassensystem als Teil des Warenwirtschaftssystems (WWS)	158
1.1.4	Fortschrittliche und zeitgemäße Kassensysteme.	160
1.1.5	Die Kasse als Geldautomat	161
1.2	Die Aufgaben des kassierenden Verkäufers	161
1.2.1	Freundliche und aufmerksame Kundenbetreuung	161
1.2.2	Vorbereitende Tätigkeiten an der Kasse.	162
1.2.3	Kassieren nach Kassieranweisungen	164
1.2.4	Kassenabrechnung und Kassenbericht	165
1.2.5	Sichere Bedienung der Kassensysteme.	166
1.2.6	Serviceleistungen an der Kasse anbieten	167
1.2.7	Zusatzangebote an der Kasse unterbreiten	169
2.	Rechtliche Regelungen beim Abschluss von Kaufverträgen beachten.	171
2.1	Rechtssubjekte	171
2.2	Rechtsfähigkeit	171
2.3	Geschäftsfähigkeit.	172
2.4	Rechtsobjekte	174
2.5	Besitz und Eigentum	175
2.6	Rechtsgeschäfte	175
2.6.1	Arten von Rechtsgeschäften	176
2.6.2	Form von Rechtsgeschäften.	176
2.7	Vertragsfreiheit	178
2.8	Nichtigkeit und Anfechtbarkeit	179
2.8.1	Nichtige Rechtsgeschäfte.	179
2.8.2	Anfechtbare Rechtsgeschäfte	180
2.9	Kaufvertrag.	181
2.9.1	Zustandekommen eines Kaufvertrages	181
2.9.2	Stellung der Vertragspartner	183
2.9.3	Inhalte eines Kaufvertrages	184
2.10	Verpflichtungs- und Erfüllungsgeschäft	185
2.11	Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB).	186

3.	Zahlungsnachweise erstellen und umsatzsteuerliche Vorschriften beachten	189
3.1	Umsatzsteuer	189
3.1.1	Umsatzsteuer nach Steuersätzen	189
3.1.2	Steuerfreies Einkaufen (Tax Free)	191
3.2	Zahlungsnachweise	192
3.2.1	Der Kassenbon	192
3.2.2	Die Quittung	193
3.2.3	Die Rechnung	193
4.	Kunden über die verschiedenen Zahlungsarten informieren	195
4.1	Barzahlung	195
4.2	Halbbare Zahlung	199
4.3	Bargeldlose Zahlung	200
4.3.1	SEPA-Überweisung	200
4.3.2	Dauerauftrag	202
4.3.3	SEPA-Lastschriftverfahren	203
4.4	Kartengestützte bargeldlose Zahlung	203
4.4.1	Girocard	204
4.4.2	Zahlung mit Girocard und PIN	204
4.4.3	Kartenzahlung als SEPA-Lastschrift	205
4.4.4	Zahlung mit einer Prepaid-Karte	206
4.4.5	Kreditkarte	207
4.4.6	Kundenkreditkarte	208
4.5	Online-Banking (Electronic Banking)	209
4.6	Online-Bezahlverfahren (E-Payment)	210
4.6.1	Online kaufen – bar bezahlen	210
4.6.2	Bargeldlose und kartengestützte Zahlungsarten	211
4.6.3	Zahlung über Bezahlsystem-Anbieter (PayPal, E-Wallets oder Cyberwallets)	214
4.7	Kontaktloses Bezahlen	217
4.7.1	Kontaktloses Bezahlen mit dem Smartphone (Mobile Payment)	218
4.7.2	Kontaktloses Bezahlen mit der Girokarte oder Kreditkarte mit Wellensymbol	219
4.8	Bonusprogramme	220
5.	Kaufmännische Rechenverfahren einsetzen	222
5.1	Dreisatz	222
5.1.1	Einfacher Dreisatz mit geradem Verhältnis (proportional)	222
5.1.2	Einfacher Dreisatz mit ungeradem Verhältnis (antiproportional)	224
5.2	Prozentrechnen	225
5.2.1	Prozentwert	228
5.2.2	Grundwert	229
5.2.3	Prozentsatz	233

5.3	Durchschnittsrechnung	234
5.3.1	Der einfache Durchschnitt	234
5.3.2	Der gewogene Durchschnitt	235

Lernfeld 4: Waren präsentieren

1.	Die Kundenansprüche bei der Warenplatzierung und -präsentation berücksichtigen.	240
1.1	Die Warenplatzierung	241
1.2	Die Warenpräsentation	243
1.3	Der Erfolgsfaktor Kundenzufriedenheit	244
2.	Das Innere des Geschäftes kundenorientiert und verkaufsfördernd gestalten	245
2.1	Verkaufsraumgestaltung	246
2.1.1	Fußböden, Wände und Decken	247
2.1.2	Beleuchtung	250
2.2	Warenplatzierung im Verkaufsraum	250
2.2.1	Verhaltensweisen der Kunden	251
2.2.2	Platzierungsstrategien	252
2.2.3	Anordnung der Warenträger	254
2.2.4	Zusätzliche Elemente im Verkaufsraum	256
2.3	Warenplatzierung in den Warenträgern	258
2.3.1	Aufbau eines Regals	259
2.3.2	Anordnung im Regal	261
2.4	Warenkennzeichnung	266
2.5	Verkaufsstrategische Präsentationskonzepte	269
2.5.1	Erlebnisorientierte Präsentation	269
2.5.2	Visual Merchandising	270
2.5.3	Shop-in-Shop	271
3.	Das Äußere des Geschäftes kundenorientiert und verkaufsfördernd gestalten	273
3.1	Eingangs- und Fassadengestaltung	274
3.2	Schaufenstergestaltung	275
3.2.1	Schaufenstertypen	275
3.2.2	Gestaltungsgrundsätze für Schaufenster	277

Lernfeld 5:**Werben und den Verkauf fördern**

1.	Einen Werbeplan erstellen und Werbemaßnahmen entwickeln.	282
1.1	Bedeutung, Ziel und Aufgaben der klassischen Werbung (Absatzwerbung)	282
1.1.1	Bedeutung der Absatzwerbung für den Einzelhändler	282
1.1.2	Ziel und Aufgaben der Absatzwerbung	286
1.2	Werbearten	288
1.2.1	Einzelwerbung und Kollektivwerbung	288
1.2.2	Direktwerbung und Massenwerbung	289
1.3	Werbegrundsätze	290
1.3.1	Wahrheit und Klarheit	290
1.3.2	Wirksamkeit	290
1.3.3	Wirtschaftlichkeit.	291
1.3.4	Einheitlichkeit, Einprägsamkeit und Stetigkeit	291
1.3.5	Gesellschaftliche Verantwortung	291
1.4	Werbeplanung und Erstellung eines Werbeplans.	292
1.4.1	Phase 1: Werbegegenstand festlegen (Werbeobjekt)	295
1.4.2	Phase 2: Zielgruppe bestimmen (Werbesubjekt)	296
1.4.3	Phase 3: Werbeziele setzen	297
1.4.4	Phase 4: Werbebudget ermitteln	298
1.4.5	Phase 5: Werbebotschaft bestimmen und gestalten.	299
1.4.6	Phase 6: Werbeträger auswählen und Werbemittel gestalten	305
1.4.7	Phase 7: Werbeerfolg kontrollieren und messen	312
1.5	Grenzen der Werbung.	315
1.5.1	Gesetzliche Einschränkungen und Verbote.	316
1.5.2	Freiwillige Selbstbeschränkungen der Wirtschaft	321
1.5.3	Verbraucherschutz.	323
2.	Maßnahmen zur Verkaufsförderung (Salespromotion) einsetzen.	327
2.1	Kunden-, Händler- und Mitarbeiterpromotion	328
2.2	Coupons und Gutscheine	330
2.3	Themenorientierte Aktionen und Preisaktionen	332
3.	Die Verpackung der Ware auswählen	333
3.1	Funktionen und Arten der Verpackung	333
3.2	Entsorgung des Verpackungsmülls.	336
3.3	Umweltschutz	340