

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	3
---------------	---

Schwerpunkt Gesamtwirtschaft

Lernfeld 15: In Ausbildung und Beruf orientieren

1	Duales Ausbildungssystem	12
1.1	Berufsanforderungen und Berufsbildung	12
1.2	Berufsausbildung	15
1.2.1	Kosten der Ausbildung	17
1.2.2	Vorteile der Berufsausbildung	18
1.2.3	Ordnung der Berufsausbildung	19
1.3	Ausbildung in Schule und Beruf	20
2	Ausbildungsvertrag und Jugendschutz	22
2.1	Zustandekommen des Ausbildungsvertrags	25
2.2	Rechte und Pflichten der Ausbildungspartner	25
2.3	Dauer und Beendigung des Berufsausbildungsverhältnisses	29
2.4	Jugendarbeitsschutz	30
3	Sozialversicherung – Unfallverhütung – private Vorsorge	34
3.1	Allgemeine Grundsätze	35
3.2	Übersicht über die wichtigsten Bestimmungen der Sozialversicherungsarten	36
3.3	Probleme und Reform des Sozialsystems	39
3.4	Maßnahmen zur Unfallverhütung	40
3.5	Private Vorsorge	42
3.5.1	Einzel- und gesamtwirtschaftliche Bedeutung von Versicherungen	42
3.5.2	Personenversicherungen	45
3.6	Altersvorsorgesystem – Dreischichtenmodell	47
4	Soziale Ordnung der Betriebe	49
4.1	Betriebsverfassungsgesetz – Betriebsrat – Betriebsversammlung	49
4.2	Sozialpartner, Tarifvertrag und Betriebsvereinbarung	52
4.2.1	Sozialpartner	52
4.2.2	Tarifvertrag	53
4.2.3	Betriebsvereinbarung	55
4.2.4	Streik und Aussperrung	55

Schwerpunkt Betriebswirtschaft

Lernfeld 1: Aufgaben, Leistungen und die organisatorische Struktur des Einzelhandelsunternehmens darstellen

1	Projektthema: Den Ausbildungsbetrieb präsentieren	58
1.1	Projektziele	59
1.2	Problem und Aufgabenanalyse	60
1.3	Ablauf und Zeitplanung	62
1.4	Aufgabenverteilung	63
1.5	Projektdurchführung	63
1.5.1	Informationsgewinnung	64
1.5.2	Informationen bearbeiten und auswerten	66
1.5.3	Überprüfung der emotionalen Empfindlichkeit	68
1.5.4	Projektergebnisse dokumentieren	68
1.6	Projektpräsentation	69
1.6.1	Ziele der Präsentation	69
1.6.2	Planung der Präsentation	69
1.6.3	Phasen einer Präsentation	69
1.6.4	Visualisierung	70
1.7	Projektkritik – Reflexion	71
1.8	Methoden und Kreativitätstechniken für die Projektarbeit	72

1.8.1	ABC-Methode	72
1.8.2	Blitzlicht	73
1.8.3	Brainstorming	74
1.8.4	Mindmapping	75
2	Aufgaben und Leistungen des Einzelhandels	78
2.1	Stellung und Aufgaben des Einzelhandels in der Gesamtwirtschaft	78
2.1.1	Traditionelle Leistungen des Einzelhandels	78
2.1.2	Neue Tendenzen in der Leistung des Einzelhandels – Versorgungs- und Erlebnishandel	84
2.2	Verkaufsformen im Einzelhandel	87
2.3	Betriebsformen im Einzelhandel	89
2.3.1	Überblick über die Betriebsformen des Einzelhandels	90
2.3.2	Ladenhandel	91
2.3.3	Fernabsatzhandel und Wanderhandel	94
2.4	Sortimentsstruktur	96
2.4.1	Sortimentsaufbau	97
2.4.2	Sortimentsumfang	98
3	Organisatorischer Aufbau von Einzelhandelsbetrieben	99
3.1	Überblick	100
3.2	Aufbauorganisation	101
3.3	Betriebshierarchie (Leitungssysteme)	101
3.4	Ablauforganisation	105
3.4.1	Arbeitsabläufe	105
3.4.2	Die Arbeitsanweisung	105
3.5	Geschäftsprozesse	107
3.5.1	Begriff und Arten von Geschäftsprozessen	107
3.5.2	Merkmale eines Geschäftsprozesses	107
3.5.3	Folgen für das Unternehmen	108
4	Wirtschaftsbereiche und Wirtschaftssektoren	109

Lernfeld 2: Verkaufsgespräche kundenorientiert führen

1	Projekt: Die Auszubildenden führen ein professionelles Verkaufsgespräch mit Waren aus dem Sortiment ihres Geschäfts durch	111
1.1	Projektplanung	112
1.1.1	Aufgabenanalyse	112
1.1.2	Warenauswahl	113
1.1.3	Terminplanung	113
1.1.4	Organisatorische Voraussetzungen	114
1.2	Projektdurchführung	114
1.2.1	Warenbeschreibungsbogen	114
1.2.2	Vorbereitung auf das eigentliche Verkaufsgespräch	116
1.2.3	Beobachtungspunkte	116
1.2.4	Verkaufsgespräch	117
1.2.5	Besprechung der Ergebnisse	117
1.3	Reflexion/Projektabschluss	118
2	Kundenorientierung: Erwartungen der Kunden erfüllen	119
2.1	Erwartungen an den Verkäufer	120
2.2	Erwartungen an das Geschäft	123
2.3	Erwartungen an das Produkt	124
2.4	Die Bedeutung der Kundenorientierung	125
3	Warenwissen und Produktbeschreibungen als Grundlage fachkundiger Beratung	128
3.1	Produktkenntnisse erleichtern die Verkaufstätigkeit	128
3.2	Warenkundliche Informationsquellen	129
3.3	Produktbeschreibungen fördern das Fachwissen	129
3.4	Qualitätsmerkmale	130
3.5	Qualitätssicherung steigert die Leistung	131
4	Die Sprache des Verkäufers: Mehr als ein Mittel der Verständigung	134
4.1	Die Sprache, wichtiges „Werkzeug“ zur Verständigung	135
4.2	Gespräche werden auf der emotionalen Ebene und der Sachebene geführt	136
4.3	Gesprächsstörer	137
4.4	Positives Denken und positive Einstellung fördern das Verkaufsgespräch	138
4.5	Gesprächsförderer	139
4.6	Kundenorientierte Sprache	141
4.7	Die richtige Sprechtechnik wirkt angenehm	143

5	Körpersprache: Stumme und nützliche Mitteilungen des Körpers	146
5.1	Körpersprache: stumme Mitteilungen des Körpers	147
5.2	Körpersprachliche Signale entspringen dem Unterbewusstsein	147
5.3	Richtig gedeutete Körpersprache bringt Vorteile	147
5.4	Blickkontakt	148
5.5	Mimik	148
5.6	Gestik	149
5.7	Körperhaltung	149
5.8	Probleme beim Umgang mit der Körpersprache	150
5.9	Verkäufer: positive Signale senden	150
6	Fragetechnik: Gezielte Fragen bringen das Verkaufsgespräch weiter	152
6.1	Vorteile, die mit der richtigen Anwendung von Fragen verbunden sind	153
6.2	Wichtige Frageformen im Verkaufsgespräch	153
6.3	Die offene Frage (= Informationsfrage)	153
6.4	Die geschlossene Frage (= Kontrollfrage)	154
6.5	Suggestivfrage (= Lenkungsfrage)	154
6.6	Alternativfrage (= Entscheidungsfrage)	155
7	Kontaktaufnahme mit Kunden	158
7.1	Kontaktaufnahme ist situationsabhängig	158
7.2	Kontaktaufnahme im Beratungsgespräch	159
7.3	Kontaktaufnahme bei Vorwahl	161
7.4	Kontaktaufnahme beim Aushandigungskauf	162
7.5	Kontaktaufnahme mit Kunden, die sich „nur mal umschaun“ wollen	162
7.6	Kontaktaufnahme bei Selbstbedienung	163
8	Kaufmotive geben Auskunft über die Nutzenerwartungen des Kunden	167
8.1	Kaufmotive und Nutzenerwartungen	168
8.2	Häufige Kaufmotive	168
8.3	Kaufmotive erkennen und entsprechend agieren/argumentieren	171
9	Bedarfsermittlung bei beratungsintensiver Ware	173
9.1	Vertrauensauslöser verwenden	174
9.2	Direkte Bedarfsermittlung	175
9.3	Indirekte Bedarfsermittlung	176
10	Warenvorlage: Gut gezeigt ist halb verkauft	179
10.1	Warenvorführung durch den Verkäufer wirkt verkaufsfördernd	179
10.2	Grundsätze der Warenvorlage	180
10.3	Wir unterstützen unsere Warenvorlage durch treffende Aussagen	181
10.4	Wir sprechen die Sinne unserer Kunden an	182
11	Verkaufsargumente: Entscheidungshilfen für den Kunden	184
11.1	Verkaufsargumente/-argumentation	185
11.2	Voraussetzungen für eine wirkungsvolle Verkaufsargumentation	185
11.3	Woraus wir Verkaufsargumente ableiten	186
11.4	Warenbezogene Verkaufsargumente bringen Sachinformationen	186
11.5	Kundenbezogene Verkaufsargumente verdeutlichen Kundennutzen	187
11.6	Umweltbezogene Verkaufsargumente sind ein Beitrag zum Umweltschutz	189
11.7	Motivbezogene Verkaufsargumente helfen, Kundenprobleme zu lösen	189
11.8	Wie wir den Kunden am besten überzeugen (= Argumentationstechnik)	190
12	Preisgespräche überzeugend führen	195
12.1	Das „Preis-Leistungs-Verhältnis“	196
12.2	Wir „verpacken“ den Preis in Kundennutzen („Sandwich-Methode“)	196
12.3	Der richtige Zeitpunkt, um den Preis zu nennen	197
12.4	Wie wir den Preis nennen	198
12.5	Wie wir Preisschocks verhindern	198
12.6	Wir stellen uns auf die Preisvorstellungen des Kunden ein	199
13	Zusatzangebote nicht vergessen	202
13.1	Zusatzangebote bringen zusätzlichen Nutzen	202
13.2	Zusatzverkäufe richtig planen	203
13.3	Der richtige Zeitpunkt für Zusatzangebote	204
13.4	Kunden von der Nützlichkeit des Zusatzangebots wirkungsvoll überzeugen	204

14	Alternativangebote richtig unterbreiten	207
14.1	Alternativen anbieten	207
14.2	Auf die richtige Formulierung kommt es an	208
14.3	Die gewünschte Marke wird nicht geführt	208

Lernfeld 3: Rechtsgrundlagen und Zahlungsarten beim Warenverkauf

1	Rechtsgrundlagen beim Verkauf	210
1.1	Grundlagen der Rechtsordnung	210
1.2	Rechtsfähigkeit	212
1.3	Geschäftsfähigkeit	213
1.4	Willenserklärungen und Rechtsgeschäfte	218
1.5	Vertragsfreiheit und allgemeine Geschäftsbedingungen	221
1.5.1	Vertragsfreiheit	222
1.5.2	Grenzen der Vertragsfreiheit	223
1.5.3	Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)	226
1.6	Zustandekommen des Kaufvertrags	232
1.6.1	Anfrage	232
1.6.2	Angebot	234
1.6.3	Bestellung	244
1.6.4	Kaufvertrag	248
1.7	Besitz und Eigentum	252
1.7.1	Rechtliche Bedeutung	252
1.7.2	Wirtschaftliche Bedeutung	254
1.7.3	Eigentumsvorbehalt	254
2	Zahlungsverkehr	256
2.1	Arbeiten an der Kasse	256
2.1.1	Bedeutung der Kasse im Einzelhandel	257
2.1.2	Kassenorganisation	257
2.1.3	Kassenarten und Kassensysteme	258
2.1.4	Kassieranweisung	264
2.1.5	Kassenkontrolle	265
2.1.6	Gutscheine	265
2.2	Abwicklung des Zahlungsverkehrs	266
2.2.1	Zahlungsmittel, Zahlungsarten und Zahlungsformen	266
2.2.2	Träger des Zahlungsverkehrs	267
2.2.3	Barzahlung	267
2.2.4	Bargeldlose Zahlung durch Überweisung	270
2.2.5	Kartengestützte Zahlungssysteme	278

Lernfeld 4: Waren präsentieren

1	Verkaufsformen, in denen wir arbeiten	293
1.1	Verkaufsformen und Kaufabsichten	293
1.2	Bedienung/Vollbedienung	294
1.3	Selbstbedienung	296
1.4	Vorwahl	297
2	Das kundenorientierte Sortiment ist Voraussetzung für geschäftlichen Erfolg	300
2.1	Sortimentsaufbau, Sortimentsbegriffe	301
2.2	Zusammenstellung der Sortimente nach Geschäftszweigen (= Branchen)	303
2.3	Zusammenstellung der Sortimente nach Bedarfsbündeln (Verbundplatzierung)	303
2.4	Sortiment und Umweltschutz	304
3	Wirkungsvolle Ladengestaltung wirkt verkaufsfördernd/Warenkennzeichnung und Preisauszeichnung	306
3.1	Ladengestaltung im Überblick	307
3.2	Attraktive Fassade	307
3.3	Schaufenster, Visitenkarte des Geschäfts	307
3.4	Begriff und Ziele der Präsentation bzw. Platzierung	309
3.5	Grundsätze der Warenpräsentation	310
3.6	Platzierung entsprechend dem Kundenlauf und der Regalwertigkeit	313
3.6.1	Kunden-Laufstudien zu Versorgungskäufen	313
3.6.2	Verkaufsstarke und verkaufsschwache Zonen	315
3.7	Platzierung innerhalb der Warenträger/Regalzonen	315
3.8	Visual Merchandising, Ziele und Maßnahmen	317

3.9	Musikalische Untermalung und Dufterlebnisse	321
3.10	Visual Merchandising und Verkäufer	321
3.11	Warenträger	321
3.12	Produkt-/Warenkennzeichnung	322
3.13	Preisauszeichnung	324

Lernfeld 5: Werben und den Verkauf fördern

1	Werbung	331
1.1	Begriffsbestimmungen und Ziele der Werbung	332
1.2	Werbeplanung: Grundlage erfolgreicher Werbung	333
1.2.1	Situation analysieren	333
1.2.2	Werbeziele festlegen	335
1.2.3	Werbeobjekte auswählen	335
1.2.4	Zielgruppen ermitteln	336
1.2.5	Streupläne erstellen	336
1.2.6	Werbeetat planen	337
1.3	Werbebotschaften verbreiten	338
1.4	Formen der Werbung	339
1.5	Werbebotschaften gestalten	341
1.5.1	Ziele der Werbegestaltung	341
1.5.2	Werbebotschaften rational bzw. emotional gestalten	342
1.5.3	Werbebotschaften nach Werbegrundsätzen gestalten	343
1.6	Werbeträger auswählen und Werbemittel gestalten	343
1.6.1	Werbeträger	343
1.6.2	Werbemittel	346
1.7	Werbesprache gestalten	347
1.8	Bilder, Abbildungen und Farben in der Werbung	348
1.9	Werbeerfolgskontrolle	351
1.9.1	Methoden der Werbeerfolgskontrolle	353
1.9.2	Probleme der Werbeerfolgskontrolle	354
1.10	Grenzen der Werbung einhalten	355
1.10.1	Verbot unlauteren Wettbewerbs (§ 3 UWG)	355
1.10.2	Irreführende Werbung (§ 5 UWG)	355
1.10.3	Werbung mit Preisen	356
1.10.4	Sonderveranstaltungen	357
1.10.5	Unzumutbare Belästigungen (§ 7 UWG)	357
1.11	Freiwillige Selbstkontrolle und Überwachung des Wettbewerbs	358
2	Verkaufsförderung am Point of Sale	364
2.1	Begriff und Ziele der Verkaufsförderung	364
2.2	Verkaufsfördernde Maßnahmen	365
2.2.1	Preisaktionen	365
2.2.2	Produktaktionen	366
2.2.3	Imageorientierte Aktionen	366
2.2.4	Anregende Themen präsentieren	366
3	Verpackung – Verpackungsverordnung dient dem Umweltschutz	369
3.1	Aufgaben der Verpackung	369
3.2	Die Verpackungsverordnung	370

Schwerpunkt Steuerung und Kontrolle

Lernfeld 11: Geschäftsprozesse erfassen und kontrollieren

1	Training kaufmännisches Rechnen	375
1.1	Dreisatz	375
1.1.1	Dreisatz mit geradem Verhältnis	375
1.1.2	Dreisatz mit ungeradem Verhältnis	379
1.2	Durchschnittsrechnen	382
1.3	Prozentrechnen	387
1.3.1	Einführung	387
1.3.2	Berechnung des Prozentwertes	389
1.3.3	Berechnung des Prozentsatzes	392
1.3.4	Berechnung des Grundwertes	397
1.3.5	Prozentrechnen vom vermehrten und verminderten Grundwert	399
1.4	Zinsrechnung	402

2	Umsatzsteuer	405
2.1	Bemessungsgrundlagen	405
2.2	Wertschöpfung und Mehrwert	406
2.3	Umsatzsteuer – Vorsteuer – Zahllast	407
2.4	Überblick über das System der Umsatzsteuer	408
3	Bereiche des Rechnungswesens und Rechtsgrundlagen	409
3.1	Bereiche des Rechnungswesens	409
3.2	Rechtsgrundlagen	410
4	Inventur	412
5	Inventar	416
6	Bilanz	421
7	Wertveränderungen in der Bilanz	425
8	Wertveränderungen auf Bestandskonten erfassen	431
8.1	Konto	431
8.2	Auflösung der Bilanz in Bestandskonten	432
8.3	Buchung von Vermögens- und Kapitalveränderungen	434
8.4	Abschluss der Bestandskonten – Schlussbilanzkonto	438
8.5	Journal	440
8.6	Buchungssatz	441
9	Belege	448
10	Kassenabrechnung	455
10.1	Integrierte Unternehmenssoftware	455
10.2	Kassenstart und Kassieren	457
10.3	Bonabschluss und Barzahlung	459
10.4	Kassenabschluss	460
10.5	Auswirkungen auf Warenwirtschaft und Buchhaltung	462
	 Bildquellenverzeichnis	 463
	 Sachwortverzeichnis	 465