

Martin Voth, Jörg Bräker, Michael Howe

Lernsituationen Einzelhandel

1. Ausbildungsjahr – neuer Lehrplan

7. Auflage

Bestellnummer 66032

■ **Bildungsverlag EINS**
westermann

Die in diesem Produkt gemachten Angaben zu Unternehmen (Namen, Internet- und E-Mail-Adressen, Handelsregistereintragen, Bankverbindungen, Steuer-, Telefon- und Faxnummern und alle weiteren Angaben) sind i. d. R. fiktiv, d. h., sie stehen in keinem Zusammenhang mit einem real existierenden Unternehmen in der dargestellten oder einer ähnlichen Form. Dies gilt auch für alle Kunden, Lieferanten und sonstigen Geschäftspartner der Unternehmen wie z. B. Kreditinstitute, Versicherungsunternehmen und andere Dienstleistungsunternehmen. Ausschließlich zum Zwecke der Authentizität werden die Namen real existierender Unternehmen und z. B. im Fall von Kreditinstituten auch deren IBANs und BICs verwendet.

Die in diesem Werk aufgeführten Internetadressen sind auf dem Stand zum Zeitpunkt der Drucklegung. Die ständige Aktualität der Adressen kann vonseiten des Verlages nicht gewährleistet werden. Darüber hinaus übernimmt der Verlag keine Verantwortung für die Inhalte dieser Seiten.

service@bv-1.de
www.bildungsverlag1.de

Bildungsverlag EINS GmbH
Ettore-Bugatti-Straße 6-14, 51149 Köln

ISBN 978-3-427-66032-3

westermann GRUPPE

© Copyright 2017: Bildungsverlag EINS GmbH, Köln

Das Werk und seine Teile sind urheberrechtlich geschützt. Jede Nutzung in anderen als den gesetzlich zugelassenen Fällen bedarf der vorherigen schriftlichen Einwilligung des Verlages.

Hinweis zu § 52a UrhG: Weder das Werk noch seine Teile dürfen ohne eine solche Einwilligung eingescannt und in ein Netzwerk eingestellt werden. Dies gilt auch für Intranets von Schulen und sonstigen Bildungseinrichtungen.

Vorwort

Die Lernsituationen Einzelhandel erscheinen in drei Bänden. Der vorliegende erste Band deckt die Lernfelder 1–5 des Rahmenlehrplans für die Ausbildungsberufe Verkäuferin/Verkäufer sowie Kauffrau/Kaufmann im Einzelhandel ab. Er enthält Geschäftsprozesse aus der Praxis des Einzelhandels in pädagogisch aufbereiteter Form. Ganzheitliche Sichtweise, überschaubare Arbeitsaufträge und selbstorganisiertes Lernen zur Förderung der beruflichen Handlungskompetenz waren die Leitlinien bei der Entwicklung der Lernsituationen.

Das dazugehörige *Informationshandbuch* Einzelhandel stellt die Lerninhalte in systematischer Form dar. Wir haben uns bemüht, die Themen möglichst anschaulich darzustellen und die Texte durch Übersichten und Abbildungen aufzulockern. Beide Bände sind eng aufeinander abgestimmt und geben die Inhalte des neuen Lehrplans wieder, der ab dem 01.08.2017 gültig ist.

Zum Lernsituationenband finden Sie das Warenwirtschaftssystem INTWASYS, Integriertes Warenwirtschaftssystem, als Download im Angebot BuchPlusWeb des Bildungsvaterlag EINS. Es handelt sich um ein pädagogisch ausgerichtetes Programm, das grundlegende Einblicke in die Warenwirtschaft eines Einzelhandelsunternehmens gibt. Es ist auf das Modellunternehmen des Informationshandbuches abgestimmt.

Im Downloadbereich BuchPlusWeb steht auch das Arbeitsmaterial der Lernsituationen (WORD-, EXCEL- und POWERPOINT-Dateien) in digitaler Form zur Verfügung. Lernsituationenband, Informationshandbuch und das BuchPlusWeb-Material bilden eine ideale Basis für modernen, mediengestützten Unterricht.

Autoren und Verlag hoffen, dass die beiden Bände, das Warenwirtschaftssystem und die Materialien

- * die berufspraktische Ausrichtung des Unterrichts in Einzelhandelsklassen fördern,
- * das selbstständige Lernen der Auszubildenden unterstützen und – nicht zuletzt –
- * die Freude am Lernen erhöhen.

Autoren und Verlag im Sommer 2017

LERNFELD 1 Das Einzelhandelsunternehmen repräsentieren

1	Den Ausbildungsbetrieb vorstellen	7
2	Anforderungen an Kundenberater/-innen	12
3	Die Beschäftigungszeit einer Auszubildenden festlegen	18
4	Rechte und Pflichten aus dem Ausbildungsvertrag gegenüberstellen	23
5	Ein Ausbildungsverhältnis kündigen	27
6	Ein Ausbildungszeugnis ausstellen	31
7	Den Verlauf der Ausbildung planen	34
8	Kundenansprüche wecken	40
9	Die Leistungen des Einzelhandels erklären	51
10	Das Ausbildungssortiment erfassen und beschreiben	58
	Abschlussaufgabe 1 in Lernfeld 1	64
11	Verkaufsformen beschreiben	67
12	Betriebsformen des Einzelhandels unterscheiden	69
13	Einen Tarifvertrag aushandeln und abschließen	73
14	Die Hilfe des Betriebsrates in Anspruch nehmen	80
15	Eine Jugend- und Auszubildendenvertretung wählen	83
16	Kosten und Leistungen der sozialen Absicherung beurteilen	87
17	Private Vorsorge treffen	92
18	Im Rahmen des Arbeitsschutzes handeln	94
19	Nachhaltig wirtschaften	99
	Abschlussaufgabe 2 in Lernfeld 1	105

LERNFELD 2 Verkaufsgespräche kundenorientiert führen

1	Kunden in verschiedenen Verkaufsformen ansprechen	109
2	Kundenansprüche ermitteln	125
3	Ware verkaufswirksam vorlegen	133
	Abschlussaufgabe 1 in Lernfeld 2	137
4	Mit Produkteigenschaften argumentieren	140
5	Den Preis im Verkaufsgespräch nennen	147
6	Einem Kundeneinwand mit Verständnis begegnen	149
7	Ein Ergänzungsangebot unterbreiten	156
8	Die Kaufentscheidung beschleunigen	159
9	Kaufentscheidungen bestätigen und Kunden verabschieden	162
10	Ein Alternativangebot unterbreiten	164
	Abschlussaufgabe 2 in Lernfeld 2	167

LERNFELD 3 Kunden im Servicebereich Kasse betreuen

1	Waren an Kinder und Jugendliche verkaufen	169
2	Vom Kunden die Abnahme gekaufter Ware verlangen	173
3	Den Verkauf eines Artikels zum falsch ausgezeichneten Preis ablehnen	180
4	Dem Kunden das Eigentum an einer Ware verschaffen	183
5	Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen berücksichtigen	186
	Abschlussaufgabe 1 in Lernfeld 3	189
6	Die Servicebereitschaft des Geschäftes deutlich machen	191

7	Die Falschgeldprüfung in die Kassieranweisung einbinden	195
8	Über die Anwendung von electronic cash (girocard) und elektronischem Lastschriftverfahren (ELV) entscheiden	198
9	Mit Kundenkarten und Gutscheinen an der Kasse umgehen	204
10	Belege für Kunden erstellen.	207
11	Die Tageseinnahmen an der Kasse ermitteln	213
12	Kassenauswertungen vergleichen	218
13	Aufgaben zum kaufmännischen Rechnen.	222
	13.1 Durchschnittsrechnen.	222
	13.2 Dreisatzrechnen.	224
	13.3 Prozentrechnen	230
	Abschlussaufgabe 2 in Lernfeld 3.	236

LERNFELD 4 Waren präsentieren

1	Ein Geschäft außen gestalten	239
2	Den Verkaufsraum eines Bedienungsgeschäftes gestalten	244
3	Warengruppen in einem Geschäft mit Vorwahl verteilen	247
4	Ein Selbstbedienungs-Schuhgeschäft umgestalten	251
5	Einen Lebensmittelsupermarkt verkaufsaktiv gestalten.	254
6	Eine Vertragsfläche planen	261
	Abschlussaufgabe 1 im Lernfeld 4	271
7	Ordnungsregeln bei der Warenpräsentation beachten	274
8	Waren in einer Abteilung mit Bedienung verkäufergerecht einordnen	276
9	Die Vorwahl nach dem Kaufentscheidungsprozess des Kunden ausrichten	278
10	Die Blockpräsentation optimieren	283
11	Die Kennzeichnung einer Fertigpackung prüfen.	290
	Abschlussaufgabe 2 im Lernfeld 4	293

LERNFELD 5 Werben und den Verkauf fördern

1	Werbeziele festlegen	297
2	Die Werbebotschaft auf die Zielgruppe ausrichten	302
3	Einen Werbeplan erstellen.	306
4	Ein Werbemittel gestalten	312
5	Den Werbeerfolg prüfen.	316
6	Werbemaßnahmen beurteilen	323
7	Eine Direktwerbung durchführen	325
	Abschlussaufgabe 1 im Lernfeld 5	330
8	Verkaufsfördermaßnahmen entwickeln.	332
9	POS-Medien einsetzen	336
10	Werbemaßnahmen wettbewerbsrechtlich prüfen	339
11	Ältere Kunden durch Serviceleistungen binden	347
12	Ein Entsorgungskonzept für ein Warenhaus entwerfen	350
13	Güter versenden	355
	Abschlussaufgabe 2 in Lernfeld 5.	357

Warenwirtschaftssystem



1	Das Warenwirtschaftssystem INTWASYS kennenlernen	360
2	Verkäufe über eine Datenkasse erfassen	363
3	Kassendaten aus dem Warenwirtschaftssystem auswerten	366
	Bildquellenverzeichnis	369

8 Kundenansprüche wecken

In der Haushaltswarenabteilung des City-Warenhauses Bauer

Frau Bense: „Frau Beyer, wo bleiben Sie denn so lange?“

Frau Beyer: „Entschuldigen Sie, wir haben so viel zu tun.“

Frau Bense: „Ich brauche Informationen aus Ihrer Abteilung für die Frühjahrsplanung. Da Herr Thomas krank ist, müssen Sie mithelfen.“

Frau Beyer: „Wir fangen doch gerade erst mit dem Weihnachtsgeschäft an.“

Frau Bense: „Ich muss im Voraus planen, daher benötige ich von Ihnen Vorschläge, was unsere Kunden zu welchen Anlässen und zu welcher Zeit in den Monaten Januar bis März wünschen.“

Frau Beyer: „Woher soll ich denn wissen, was die Kunden im Frühjahr brauchen?“

Frau Bense: „Das wissen die Kunden zum großen Teil auch noch nicht, aber wir könnten sie an bestimmte Wünsche erinnern, ihre Bedürfnisse wecken, indem wir ihnen Warenvorschläge zu den entsprechenden Anlässen machen.“



ARBEITSAUFTRAG

Erstellen Sie einen Aktionsplan für die Frühjahrsplanung des City-Warenhauses.

VORSCHLÄGE ZUM VORGEHEN

1. Nehmen Sie einen Kalender zur Hand und halten Sie Anlässe und entsprechende Termine in den Monaten Januar bis März fest, die ein Haushaltswarengeschäft für Verkaufsaaktionen nutzen kann.
2. Entwickeln Sie Aktionsideen, die zu diesen Anlässen passen, und machen Sie Vorschläge für Produkte, die sich bei diesen Aktionen gut verkaufen lassen.
3. Halten Sie die Ergebnisse Ihrer Überlegungen in einer Tabelle nach dem unten stehenden Muster fest.

Beispiel

Mitte bis Ende Januar haben die Menschen ein Bedürfnis nach Häuslichkeit, bedingt durch Schnee, Kälte und lange Abende. Der Haushaltswarenhandel wirbt in dieser Zeit mit sogenannten Haushaltswochen, in denen er nützliche und preisgünstige Haushaltsartikel anbietet, weil der Bedarf nach diesen Produkten groß ist und die Konsumenten daher leichter bereit sind, etwas zu kaufen.

Januar 20 (+1)																														
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
											Haushaltswochen																			

Muster

Aktionsplan 20(+1)			
Datum	Anlass	Aktionsidee	geeignete Produkte

AUFGABEN

1

In jeder Branche des Einzelhandels gibt es Zeiten, die sich für bestimmte Verkaufsaktionen eignen.

Überlegen Sie sich für Ihren Ausbildungsbetrieb einen geeigneten 3-Monats-Zeitraum. Ordnen Sie dieser Zeit entsprechende Anlässe und Aktionsideen zu und entscheiden Sie sich für drei geeignete Warenarten, die Sie zu diesen Anlässen besonders herausstellen wollen.

2

Der Aktionsplanung aus dem Arbeitsauftrag und aus Aufgabe 1 lassen sich die volkswirtschaftlichen Begriffe Bedürfnisse, Bedarf, Nachfrage und Angebot zuordnen.

Wählen Sie einen Anlass aus Ihrem Ausbildungsbetrieb und halten Sie schriftlich fest,

1. welche Bedürfnisse und
2. welcher Bedarf mit dem Anlass verbunden sind,
3. welche Nachfrage daraus entsteht,
4. welches Angebot der Einzelhändler bereithalten wird und
5. mit welchen konkreten Ansprüchen Kunden das Geschäft betreten könnten.

Beispiel

Anlass: Einschulung von Erstklässlern

Bedürfnisse: Den Kindern den Einstieg in das Schulleben zu erleichtern. Den Anforderungen der Schule zu entsprechen.

Bedarf: Schultüten, Ranzen, Schreibmappen, Hefte, Buntstifte

Nachfrage: Erstklässler-Ausstattungen in den Preislagen von 35,00, 60,00, 80,00 und 150,00 €

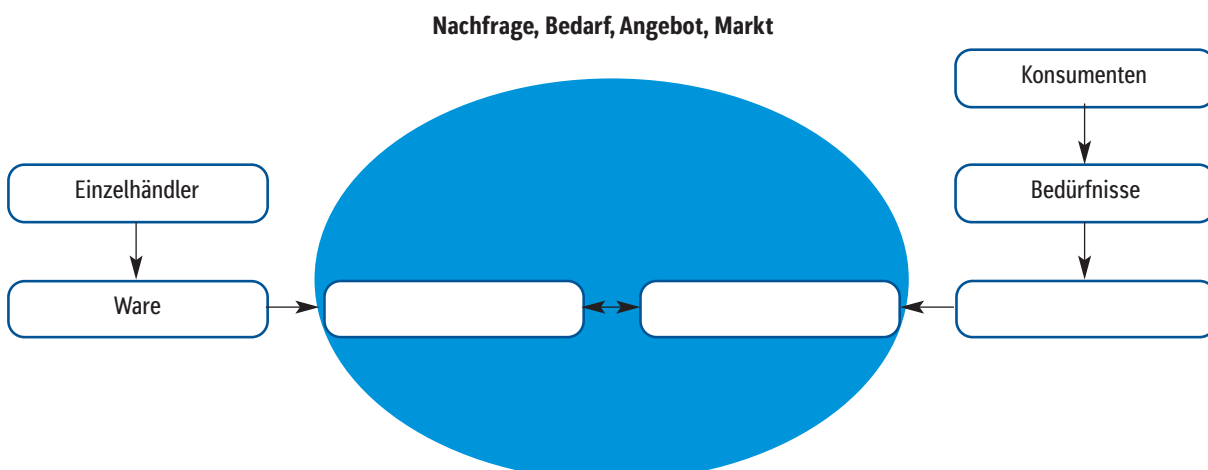
Angebot: Informationsbroschüren des Einzelhändlers mit Produktempfehlungen und vorrätige Waren für den Schulanfang von 35,00 bis 150,00 € mit dem Angebotsschwerpunkt im Bereich um 80,00 €

Ansprüche: Die konkreten Forderungen eines Kunden an eine Erstklässler-Ausstattung für seine Tochter, z. B. ein leichter Ranzen aus Kunststoff.

3

Die Lösung zur Aufgabe 2 kann auch verallgemeinert und grafisch dargestellt werden.

Ergänzen Sie die Übersicht mit den Begriffen Nachfrage, Bedarf, Angebot und Markt.



4

Güter werden u. a. in Verbrauchs- und Gebrauchsgüter eingeteilt.

Nennen Sie zwei Anlässe, zu denen die Kunden eher Verbrauchsgüter kaufen, und zwei Anlässe für Gebrauchsgüter.

Beispiel

Silvester: Verbrauchsgüter wie Getränke, Snacks usw.

Kommunion oder Konfirmation: Gebrauchsgüter wie Uhr, Fahrrad, Blu-Ray-Player usw.

5

Am 14.2. jeden Jahres feiern Menschen den Valentinstag. An diesem Tage macht man Personen, die einem nahe stehen ein Geschenk, häufig Blumen.

a Halten Sie fest, welche Bedürfnisse die Menschen mit dem Valentinstag verbinden.

1.	4.
2.	5.
3.	6. Geborgenheit durch Nähe zu andere Menschen

b Geben Sie an, welche Bedürfnisse einen Bedarf an Waren und Dienstleistungen für den Einzelhandel ergeben können.

1. Blumengeschenke	3.
2.	4.

c Nennen Sie konkrete Produkte, die am Valentinstag vermutlich nachgefragt werden.

1. Schnittblumen, vorzugsweise zu dekorativen Sträußen gebunden	3.
2.	4.

d Geben Sie an, welches Angebot der Einzelhandel dieser Nachfrage gegenüberstellen kann.

1. Blumengeschenke	3.
2.	4.

6

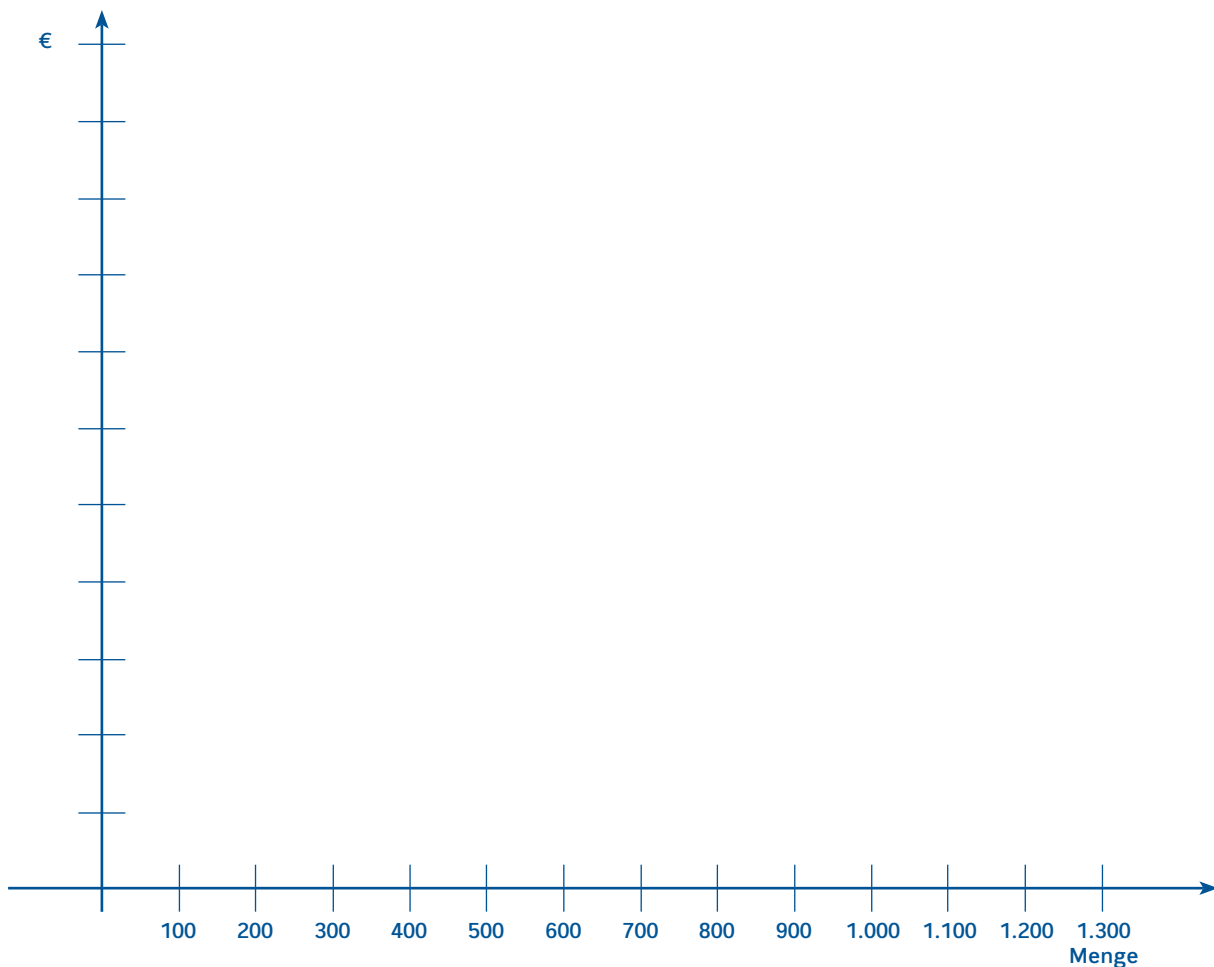
Die Hersteller von Deko-Vasen vermuten auf dem Markt einen Zusammenhang zwischen Preisen und

1. den zu verkaufenden Mengen, der Nachfrage der Verbraucher,

2. den von den Herstellern angebotenen Mengen an Deko-Vasen pro Monat, dem Angebot.

Preis in €	5	10	15	20	25	30	35	40	45
Angebotsmenge in Stück	300	400	500	600	700	800	900	1.000	1.100
Nachfragemenge in Stück	1.100	1.000	900	800	700	600	500	400	300

a Zeichnen Sie nach oben stehenden Angaben eine Angebots- und Nachfragekurve in das Diagramm ein.



b Ermitteln Sie

ba den Punkt, an dem die nachgefragte Stückzahl der Angebotsmenge entspricht (Gleichgewichtspreis);

bb den Stückpreis bei einer angebotenen Stückzahl von 1.000;

bc den Nachfrageüberhang in Stück bei einem Stückpreis von 15,00 €;

bd den Angebotsüberhang bei einem Stückpreis von 40,00 €.

c Die Situationen zu b lassen sich aus der Sicht eines Einzelhändlers mit drei Begriffen bezeichnen:

- 1 Normalsortiment (Angebot des Einzelhändlers entspricht der Nachfrage der Kunden)
- 2 Übersortiment (Angebotsüberhang)
- 3 Untersortiment (Nachfrageüberhang)

Ordnen Sie die drei Begriffe den Aussagen zu. Das Sortiment

- | | |
|--|--------------------------------------|
| | entspricht der Nachfrage. |
| | ist kleiner als die Nachfrage. |
| | führt zu größter Wirtschaftlichkeit. |
| | führt zu Kundenverlusten. |
| | führt zu geringem Warenumschlag. |

5 Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen berücksichtigen


Eine etwa 70-jährige Kundin marschiert in der Abteilung Elektronik/Computer wütend auf René, einen Auszubildenden des City-Warenhauses, zu.

Kundin: „Junger Mann, wo finde ich Ihre Kollegin Frau Gerdes?“

René: „Frau Gerdes ist zurzeit leider im Urlaub. Worum geht es denn?“

Kundin: „Heute Morgen habe ich diese Rechnung für meinen neuen Fernseher erhalten: Fernseher SX900 für 400,00 € netto plus Lieferung, Anschluss und Sendereinstellung für 35,00 €. So eine Unverschämtheit!“

Die Kundin zeigt René die Rechnung des City-Warenhauses.

City-Warenhaus Bauer		40878 Ratingen Oberstraße 17 Tel.: 02102 56742-0 FAX: 02102 56733 E-Mail: City-Warenhaus@t-online.de			
Frau Elisabeth Sanders Danziger Straße 144 40883 Ratingen		Datum: 22.05.20(0) Bestellung vom: 01.05.20(0) USt.-ID.: DE433711343			
Rechnungs-Nr. 1754-20(0)		Kunden-Nr. 425			
Menge	Artikel-Nr.	Bezeichnung	Einzelpreis/€	Gesamtpreis/€	
1	32-7655	Fernseher SX900 lt. Vertrag	400,00	400,00	
1		Preiserhöhung im Monat Mai	40,00	40,00	
1	32-8000	Lieferung, Anschluss, Sendereinstellung		35,00	
1	32-8001	Wartungsvertrag für 2 Jahre		110,00	
		Nettobetrag		585,00	
		+ 19 % Umsatzsteuer		111,15	
				<u>696,15</u>	
Wir gewähren ein Zahlungsziel von 30 Tagen nach Rechnungsdatum.					
Bankverbindung: Sparbank Ratingen, IBAN: DE92301516604565051000, BIC: WELADED1RAT					

René: „Wurde Ihnen der Fernseher denn nicht geliefert und eingestellt?“

Kundin: „Natürlich, schließlich bin ich nicht mehr die Jüngste. Aber ich habe mit Ihrer Kollegin vereinbart, dass diese Leistungen kostenfrei sind.“

René: „Das ist gar nicht möglich. Sie haben doch beim Kauf unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen unterschrieben. Und darin steht, dass Lieferung, Anschluss und Sendereinstellung zusätzlich berechnet werden.“

- Kundin: „Außerdem: Warum kostet denn der Fernseher plötzlich 40,00 € mehr?“
- René: *„Leider hat der Hersteller zwischen Ihrer Bestellung und der Lieferung die Preise für seine Geräte erhöht. Und diese Preiserhöhung reichen wir Ihnen nun weiter – steht auch so in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen.“*
- Kundin: „Man wird hier doch völlig überrumpelt! Was soll denn dieser Wartungsvertrag, den ich nie bestellt habe und den ich auch gar nicht haben will.“
- René: *„Ich hole eben die Durchschrift Ihres Kaufvertrages.
(kurze Zeit später)
So, hier auf der Rückseite Ihres Vertrages steht alles schwarz auf weiß, ist von Ihnen unterschrieben und dabei haben Sie ausdrücklich unsere AGB akzeptiert!“*

§ 4 Lieferung

Lieferung nur innerhalb Deutschlands. Die Lieferung erfolgt ab Lager an die vom Kunden mitgeteilte Adresse. Sämtliche Preise gelten ab Lager. Lieferung, Installation und andere Nebenleistungen werden entsprechend der aktuellen Preisliste zusätzlich berechnet.

§ 5 Preise

Wir sind berechtigt, Preiserhöhungen von Lieferanten während der Lieferzeit an den Kunden weiterzugeben.

§ 6 Wartungsverträge

Der Kauf technischer Geräte wie Fernseher, Hi-Fi, Computer schließt einen zweijährigen Wartungsvertrag zum Preis von 110,00 € zuzüglich Umsatzsteuer ein, sofern der Kunde nicht bei Vertragsabschluss ausdrücklich widerspricht.

- Kundin: „Das ist wirklich unglaublich! – Ich sehe das zum ersten Mal.“
- René: *„Wenn Sie sich die Allgemeinen Geschäftsbedingungen sorgfältig durchgelesen hätten, hätten Sie heute nicht dieses Problem.“*
- Kundin: **„Sie** haben ein Problem, junger Mann. **Sie**, nicht ich!“

ARBEITSAUFTRAG

Entwickeln Sie eine Lösung für das Kundenproblem über die Anwendung der Allgemeinen Geschäftsbedingungen.

VORSCHLÄGE ZUM VORGEHEN

1. Prüfen, ob die Allgemeinen Geschäftsbedingungen wirksam vereinbart worden sind.
2. Stellen Sie fest, ob die drei zusätzlichen Rechnungspositionen (Preiserhöhung, Lieferung, Wartung) berechnigt in Rechnung gestellt worden sind.
3. Entwickeln Sie einen Vorschlag für die Kundin.

AUFGABEN

1

Einzelhändler, die gegenüber ihren Kunden die eigenen AGB verbindlich vereinbaren wollen, müssen einige Voraussetzungen beachten.

Begründen Sie, ob in den drei Fällen die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Einzelhändler wirksam vereinbart worden sind.

- 1 In einem Kaufhaus stehen an den Kassen Schilder mit der Aufschrift „Für alle Verträge gelten unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen. Diese liegen für Sie hier an der Kasse zur Einsicht bereit.“
- 2 Ein Verbrauchermarkt hat seine Allgemeinen Geschäftsbedingungen auf der Rückseite der Kaufverträge abgedruckt.
- 3 Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen werden dem Kunden von einem Möbelfachgeschäft immer bei der Möbellieferung ausgehändigt.

2

Christian, Auszubildender in einem Elektrofachmarkt, hat mit einem Kunden beim Kauf einer Waschmaschine „Zahlung 10 Tage nach Lieferung“ vereinbart. Zu Hause stellt der Kunde fest, dass in den von ihm akzeptierten Allgemeinen Geschäftsbedingungen „Zahlung 7 Tage nach Lieferung“ angegeben ist. Verwirrt ruft der Kunde noch einmal im Elektrofachmarkt an und fragt Christian, welcher Zahlungstermin denn nun gilt.

Geben Sie begründet an, welchen Zahlungstermin Christian nennt.

3

„Unwirksame Klauseln“ in Allgemeine Geschäftsbedingungen sind nicht gültige Vertragsbestandteile.

Entscheiden Sie, ob die Klauseln eines Möbelfachmarktes in seinen Allgemeinen Geschäftsbedingungen zulässig sind.

- 1 „Beim Kauf eines Elektroherds ist der Käufer zu einem Jahresabonnement der Zeitschrift „Glücklich Kochen“ zum Preis von 48,00 € verpflichtet.“
- 2 „Farb- oder Maserabweichungen bei Holz- und Lederwaren sind bei Naturprodukten unausweichlich und müssen vom Kunden akzeptiert werden.“
- 3 „Für unsere verkauften Waren gilt eine Gewährleistungsfrist von sechs Monaten.“
- 4 „Preiserhöhungen nach Vertragsschluss gehen grundsätzlich zulasten des Käufers.“

5 Einen Lebensmittelsupermarkt verkaufsaktiv gestalten

Die Suchlogik von Kunden mit der Flächenplanung von Lebensmittelsupermärkten vergleichen

Anja, Katrin und Frank hatten den Auftrag erhalten, jeweils einen Lebensmittelsupermarkt aufzusuchen und der Klasse zu beschreiben, wie Warengruppen in den Geschäften verteilt sind:

1. Frischeartikel: Fleisch, Käse, Obst und Gemüse, frisches Brot usw.
2. Normalware: abgepacktes Brot, Konserven, Getränke, Marmelade, Nahrungsmittel usw.
3. Non-Food: Kosmetikartikel, Batterien, Kerzen, Papier, Tiernahrung usw.

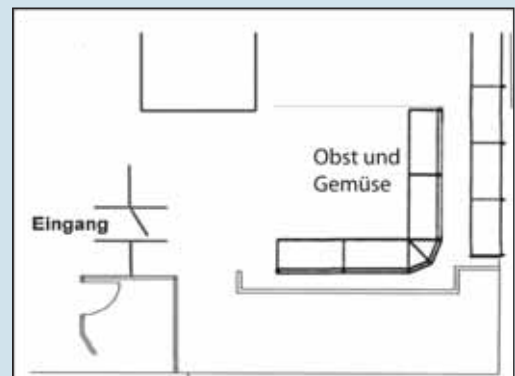


Kerstin und Stefanie sollten in Absprache mit ihren Müttern je einen Einkaufszettel für den täglichen Einkauf in einem Supermarkt erstellen. Heute werden die Ergebnisse der Aufträge in der Klasse vorgestellt.

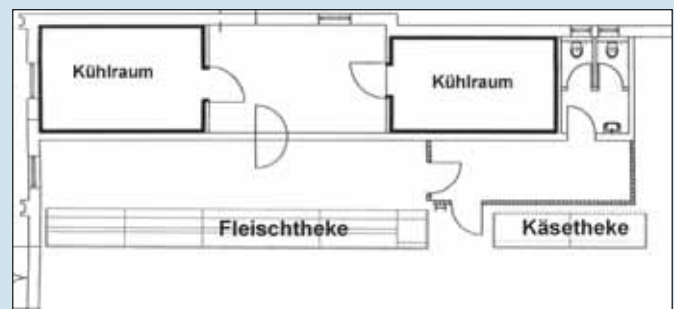
Bericht von Anja

„Also, ich bin zu dem Supermarkt gegangen, in dem wir seit Jahren einkaufen. Ich habe mich an die Marktleiterin gewandt und ihr gesagt, welchen Arbeitsauftrag ich habe. Sie war gerne bereit, auf meine Fragen zu antworten.“

Nun zu den Ergebnissen: Obst und Gemüse werden im Eingangsbereich angeboten. Dem Kunden soll sofort beim Betreten des Geschäftes „Frische“ signalisiert werden. Auch frisches Brot und Kuchen befinden sich in diesem Bereich.

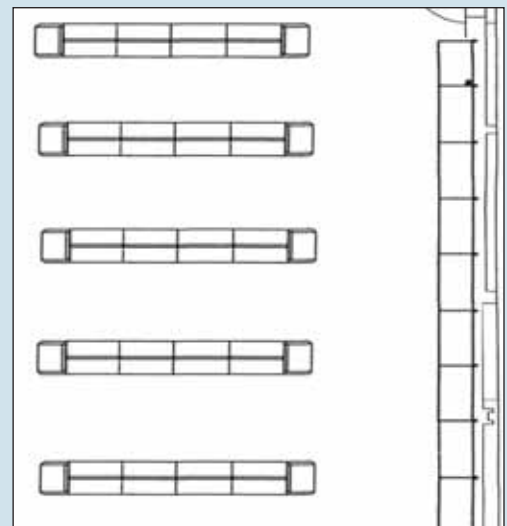


Bei Fleisch und Käse ist die Überlegung völlig anders. Es sind Frischeartikel des täglichen Bedarfs, Kunden müssen sie regelmäßig einkaufen. Wie ihr alle wisst, befindet sich die Fleischtheke wie auch die Käsetheke immer hinten im Supermarkt, weil der Kunde durch den ganzen Laden laufen soll, um möglichst viel zu sehen und Ungeplantes einzukaufen. Impulskäufe nennt man das.“

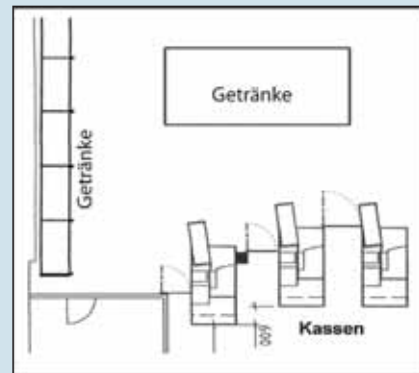


Bericht von Katrin

„Ich war auch in ‚unserem‘ Supermarkt um die Ecke. Hinter dem Eingangsbereich folgt auf der rechten Seite eine lange Reihe mit Konserven, Gemüse, Eintöpfe, Suppen, Obst. Auf der linken Seite beginnt es mit Cornflakes und Müsli, dann folgen Kaffee, Tee und Kakao, gefolgt von Nudeln, Reis, Gewürzen, Fleisch und Wurst in Konserven. Am Ende des Gangs stehen Soßen, Salat-Dressings und Süßigkeiten und Gebäck. Die letzten Warenträger nehmen Babynahrung, Windeln usw. auf.“

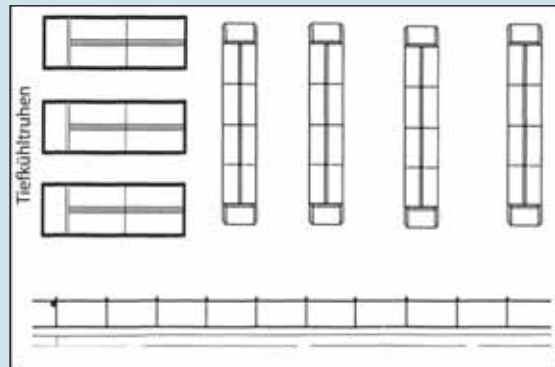


Die Getränke findet man am Ende des Kundenweges, und zwar an der Außenwand und unmittelbar vor der Kasse auf einer Sonderfläche.“



Bericht von Frank

„In meinem Supermarkt muss man erst einmal an der rechten Seite entlanglaufen, an der Fleisch- und Kühltheke vorbei und dann Richtung Ausgang, um Non-Food-Produkte zu finden. Nach den Kühltruhen beginnt es mit Produkten zur Körperpflege wie Zahnpasta, Haarbürsten, Duschgel usw., gefolgt von Reinigungs- und Putzmitteln für den Haushalt. Zum Schluss – vor den Getränken – steht die Tiernahrung.“



Bericht von Kerstin

„Meine Mutter sagte, sie brauche keinen Einkaufszettel. Trotzdem haben wir dann aufgeschrieben, welchen Einkaufsplan sie in ihrem Kopf hat, wenn sie in das Geschäft geht.“

Ausgangspunkt ist das Mittagessen: Bratwurst mit Backkartoffeln und Salat, zum Nachtisch Quark mit Erdbeeren. Kartoffeln sind vorhanden.

Danach überlegt sie, was beim Frühstück zur Neige gegangen war oder fehlte.

Auf einige Süßigkeiten mag meine Mutter nie verzichten.

Weil morgen und übermorgen einige Termine anstehen, muss das Mittagessen schnell zubereitet werden. Daher wird der Vorrat an Konserven aufgestockt; Suppeneinlagen sind noch vorhanden. Für meinen Bruder müssen immer einige Tiefkühlfertiggerichte greifbar sein, denn er ist Sportler und hat ständig Hunger.

Nun kommen einige Kleinigkeiten für den Haushalt, die meine Mutter nicht vergessen darf: Zahnpasta, Spülmittel, Futter für die beiden Sittiche.

Weil die Freundin meiner Mutter Geburtstag hat, muss ein kleines Geschenk eingekauft werden.

Das war's – bis auf die Dinge, die meiner Mutter während des Einkaufens noch spontan einfallen.

Größere Getränkeboxen muss mein Vater schleppen.“

Einkaufszettel Nr. 1

Bratwurst
Salat
Quark
Erdbeeren
Marmelade
Käse
6 Frühstückseier
2 Liter Milch
1 Tafel Schokolade
1 Tüte Fruchtgummi
Erbsen- und Linsensuppe
(Konserven) Pizza, Baguette
(Tiefkühl)
2 Gläser mit Kirschen
(Obstkonzerve)
Zahnpasta
Spülmittel
1 Tüte Vogelfutter
1 Flasche Wein
1 Paket Plätzchen

Bericht von Stefanie

„Meine Mutter würde zunächst die Sonderangebote in verschiedenen Geschäften zusammensuchen. Wenn sie alles in einem Geschäft kaufen würde, käme zunächst das Frühstück an die Reihe: täglich Milch, der Rest zum Auffüllen der Vorräte.

Danach folgen das Mittagessen und etwas Kuchen für den Nachmittag.

Nun überlegt sie sich, was sie für das Abendessen benötigt und was vorhanden ist, zur Neige geht oder zur Abwechslung gekauft werden könnte.

Zum Schluss wird der Getränkevorrat ergänzt und Notwendiges für den Haushalt erworben.

Ach ja – und natürlich Futter für Simba, den Liebling der Familie.“

Einkaufszettel Nr. 2

Brot
 Müsli
 Milch
 Marmelade
 Kaffee und Kaffeesahne
 Salat, Saisongemüse
 Fleisch (3 Schnitzel)
 Reis
 Eis (Nachtisch)
 Süßigkeiten
 Kuchen (für den Nachmittag)
 Aufschnitt, Käse für das
 Abendessen
 Getränke (2 Flaschen Wasser,
 Cola)
 Sonstiges: Strümpfe,
 Haarspray,
 Duschgel,
 Waschmittel
 Hundefutter

ARBEITSAUFTRAG 1

Prüfen Sie, inwieweit sich die Einkaufspläne (Einkaufszettel) mit der typischen Anordnung der Warengruppen in Lebensmittelsupermärkten decken.

VORSCHLÄGE ZUM VORGEHEN

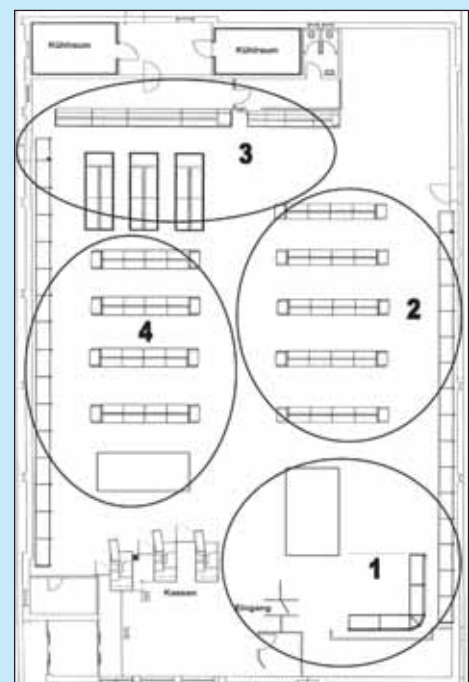
1. Beschreiben Sie die Warengruppen, die sich in den Bereichen 1 bis 4 des Geschäftsgrundrisses befinden.
2. Betrachten Sie die Einkaufszettel und stellen Sie fest, wie weit die Warenanordnung mit der auf dem Einkaufszettel festgehaltenen Einkaufslogik der Kunden übereinstimmt.

Bereich 1

Bereich 2

Bereich 3

Bereich 4



- 123RF.com: S. 14 (123ucas9, 15 (catalin205), 27 (ginasanders), 99.1 (Romolo Tavani), 125 (David Martyn Hughes), 126 (Kwanchai Khammuean), 130 (Ksenia Kuznetsova), 131.1 (petro), 131.2 (mdorotyya), 142.1 (Murali Nath), 143 (Margaret O'Hare), 147 (Mr.Yongyut Khasawong), 149 (Mr.Yongyut Khasawong), 164.1 (homestudio), 164.2 (Ivan Andrienko), 170 (Goce Risteski), 175 (cphoenix), 183 (Iakov Filimonov), 191 (Mehmet Dilsiz), 229 (igorr), 241 (Stephanie M. Zieber), 332 (breadmaker), 347 (Andriy Popov), 355 (Andriy Popov)
- alfi GmbH, Wertheim: S. 145
- Behrla/Nöhrbaß GbR, Foto Stephan, Köln/Bildungsverlag EINS GmbH, Köln: S. 51, 67.3, 85, 109, 111.1-3, 117, 120, 133.2, 159, 173, 180, 207
- Bioland e.V., Mainz: S. 350.3
- Jörg Bräker, Recklinghausen: S. 280.1-14, 333
- Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft, Berlin: S. 350.5
- Bundesverband Deutsche Tafel e.V. / Tafel Deutschland, Berlin: S. 101
- Deutsche Bundesbank, Frankfurt: S. 195, 196
- dpa Picture-Alliance GmbH, Frankfurt: S. 73 (Oliver Berg)
- Dr. Willi Knoll GmbH & Co. KG, Krumbach: S. 144
- EURO Kartensysteme GmbH, Frankfurt a.M.: S. 198.2
- Europäische Union, Brüssel: S. 296
- Jörg Gutzeit, Fotojournalist: S. 299, 316
- HORNBAACH-Baumarkt-Aktiengesellschaft, Bornheim bei Landau/Pfalz: S. 302.1
- Fotolia.com: S. 16 (seen), 44 (matka_Wariatka), 94.1 (Fototaler.de), 94.2 (vektorisiert), 94.3 (bilderzweg), 96.1 (Wolfgang Meyer), 96.2 (vektorisiert), 96.5 (bilderzweg), 106.1 (r. Classen), 106.2 (LaCatrina), 106.3 (r. Classen), 106.4 (vektorisiert), 106.5 (r. Classen), 138 (Avel Krieg), 152.2 (Sven_Vietense), 154.3 (arsdigital) 156.1 (Jens Ottoson), 156.2 (Mark Herreid), 169 (JorgeAlejandro), 189.1 (Gabriel Blaj), 189.2 (Elena Stepanova), 189.3 (Jeanette Dietl), 189.4 (millaf), 184.5 (goodluz), 213 (Tripod), 330 (viennapro), 336 (Barbara Pheby), 357 (Alterfalter)
- FSC Arbeitsgruppe Deutschland e.V., Freiburg: S. 102
- Handelsverband Deutschland - HDE e.V., Berlin: S. 198.1
- Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH, Straubing: S. 302.2
- Michael Howe, Oberhausen: S. 111.4, 133.1
- Jana Wellmann, Bocholt und Patrizia Hotzwick, Bocholt/BV1: S. 34
- MEV Verlag GmbH, Augsburg: S. 7, 18, 119, 122.1-5, 123.1-7, 124.1-10, 162, 225, 318, 344
- MSC-Niederlassung Deutschland, Berlin: S. 99.2
- OEKO-TEX®: S. 350.7
- RAL gGmbH, St. Augustin: S. 350.2
- real,- SB-Warenhaus GmbH, Mönchengladbach: S. 304.1
- Alfred Sternjakob GmbH & Co. KG, Frankenthal: S. 140
- TransFair e.V. (Fairtrade Deutschland), Köln: S. 99.4, 137.3
- Martin Voth, Heiden: S. 12, 40, 53.1-3, 54.1-2, 58 (alle), 59 (alle), 64, 67.1-2, 68, 69, 95.4-6, 97.1-2, 99.3, 105, 112, 113.1-4, 115, 116, 121.1-3, 129, 137.-2, 142.2, 150, 154, 157, 167, 227, 239, 242.1-2, 254.1, 261.1, 264, 266.1-2, 267, 269, 270.1-4, 271.1-3, 273.1-4, 275.1-2, 276.1, 277, 278.1-2, 282, 283.1-4, 284.1-4, 285.1-8, 286.1-16, 290.1-2, 291.1-3, 293, 304.2, 304.3, 306, 309.1-2, 312, 314, 315.1-2, 323.1-4, 325, 329, 335, 337.1, 338, 339.1-3, 342.1-2, 345, 350.1, 351.1-2
- Umschlag: iStockphoto.com, Calgary (kali9)