

# Detailhandels- kenntnisse

Stoffplan

WirtschaftsSchule Thun

### Die Taxonomiestufen (K-Stufen)

Die Taxonomiestufen sind in den Lehrzielen gemäss nachfolgender Übersicht umschrieben:

**K1 (Wissensaufgabe):** Wenn die Lehrlinge dieses Leistungsziel erreichen, müssen sie gelerntes Wissen wiedergeben, zum Beispiel den Namen eines Formulars oder eine Gesetzesvorschrift. Die Lehrlinge geben das Wissen so wieder, wie sie es gelernt haben ⇒ **kennen, nennen.**

**K2 (Verständnisaufgabe):** Die Lehrlinge müssen zum Erreichen dieses Leistungszieles etwas verstehen oder begreifen, zum Beispiel, warum man die Börse für Aktien von Unternehmen geschaffen hat, oder warum sich Versicherungsunternehmen wiederum selber rückversichern ⇒ **erkennen, erklären, aufgliedern, beschreiben, verstehen.**

**K3 (Anwendungsaufgabe):** Die Lehrlinge übertragen das Gelernte in eine ganz neue Situation oder münzen es auf eine spezifische Anwendung um. Beispiel: Sie haben zwar auf dem Buchhaltungssystem X gelernt. Sie finden sich aber auch auf dem Buchhaltungssystem Y zurecht. Oder: Sie haben die Haftungsregelung anhand einer neuen Entscheidung des Bundesgerichtes gelernt und können sie nun auf die Dienstleistung im eigenen Betrieb übertragen. ⇒ **vergleichen, unterscheiden, anwenden, beschreiben und analysieren.**

**K4 (Analyseaufgabe):** Die Lehrlinge untersuchen einen Fall, eine komplexe Situation oder ein System und leiten daraus selbständig die zu Grunde liegenden Strukturen und Prinzipien ab; ohne dass sie sich damit vorher vertraut machen konnten. Als Beispiel die Frage: Wie kommt es, dass eine Krankenversicherung ihren Mitgliedern immer wieder die entstandenen Kosten vergüten kann? ⇒ **analysieren und beurteilen.**

**K5 (Synthesaufgabe):** Die Lehrlinge denken weiter. Sie haben eine kreative Idee, die zum Beispiel das bestehende Softwareprogramm verbessern würde. Oder: Die Lehrlinge bringen zwei verschiedene Sachverhalte, Begriffe, Themen, Methoden, die sie gelernt haben, konstruktiv zusammen, um zum Beispiel ein Problem im Geschäftsleben zu lösen. Dabei entsteht etwas Neues.

**K6 (Beurteilungsaufgabe):** Die Lehrlinge bilden sich ein Urteil über einen komplexen Sachverhalt, wie zum Beispiel ein Marketingansatz, eine Softwarelösung für die tägliche Praxis, eine staatliche Regelung, ein komplexes Finanzprodukt oder ein Ablageverfahren. Dabei entwickeln sie ihre eigenen Gesichtspunkte, mit denen sie ihre Beurteilung vornehmen.

**1. Semester**  
**(19 Wochen à 1 Lektion = 19 Wochenlektionen)**

Inhalt/Fachkompetenz	Taxonomiestufe		Verknüpfungsvorschlag		Richtzeit	Bemerkungen/Hinweise
	In Worten	Grad	Soz. K.	Meth. K.		
Die Lernenden erklären, weshalb der erste Eindruck, den die Konsumenten vom Verkaufspersonal und dem Geschäft haben, für den Betriebserfolg entscheidend ist.	5.3.1 Die Lernenden sind sich der Bedeutung und der Wichtigkeit des ersten Eindrucks bewusst.	K1	Die Lernenden pflegen Kontakt mit den Mitmenschen, und müssen bestimmten Erwartungen an ihr Verhalten und ihre Umgangsformen gerecht werden. Die Lernenden sind mitverantwortlich für die betriebliche und schulische Atmosphäre.		3 Lektionen	U Rollenspiel Körpersprache. V Verknüpfung mit dem Starttag.
Die Lernenden sind sich der Bedeutung des persönlichen Erscheinungsbildes für eine erfolgreiche Beratung und Bedienung bewusst.	5.3.2 Die Lernenden verstehen die Wichtigkeit der äusseren Erscheinung.	K2	Die Lernenden sind sich der Wichtigkeit ihres äusseren Erscheinungsbildes auf die Mitmenschen bewusst. Sie sind bereit im Bezug auf ihr Erscheinungsbild die Verantwortung zu übernehmen (fächerübergreifende Kompetenz „Auftreten“).		3 Lektionen	U Präsentation. U Interview.
Die Lernenden geben die fünf Glieder der Handels-	5.9.1 Die Lernen-	K1			2	S Schnittstelle mit dem

<p>kette wieder, und erkennen den Zusammenhang mit dem Warenfluss.</p> <p>Die Lernenden können die Funktionen der einzelnen Glieder der Handelskette aufzählen und wissen um die Bedeutung der einzelnen Stufen für die Wirtschaft.</p>	<p>den kennen die Handelskette.</p> <p>5.9.2 Die Lernenden kennen die Hauptaufgaben der einzelnen Glieder der Handelskette.</p>	K1			<p>Lektionen</p>	<p>Fachbereich Wirtschaft.</p> <p>V Verknüpfung mit dem Fachbereich Wirtschaft 3.7.2 und 3.1.2.</p>
---	---	----	--	--	------------------	---

Inhalt/Fachkompetenz	Taxonomiestufe		Verknüpfungsvorschlag		Richtzeit	Bemerkungen/Hinweise
	In Worten	Grad	Soz. K.	Meth. K.		
<p>Die Lernenden nennen verkaufsunterstützende Massnahmen und Aufgaben des Detailhandels, die bei den Konsumenten positive Gefühle wecken und diese zum Kauf bewegen.</p>	<p>5.3.3 Die Lernenden verstehen das Zusammenspiel zwischen Detailhandel und Konsument.</p>	K1			<p>3 Lektionen</p>	
<p>Die Lernenden zählen Erwartungen auf, welche die Kundschaft an den Betrieb und an sie stellt.</p>	<p>5.3.4 Die Lernenden kennen die Erwartungen der Kundschaft an das Verkaufspersonal.</p>	K1		<p>Die Lernenden erkennen die Anliegen und Wünsche der Mitmenschen vorausschauend.</p>	<p>2 Lektionen</p>	<p>H Videofilm von Samy Molcho (Körpersprache und Selbstbeobachtung in Verkaufssituationen). H Buch von Samy Molcho, Körpersprache, Verlag Bassermann. V Verknüpfung mit dem Fachbereich Fremdsprachen.</p>

Die Lernenden nennen die Erwartungen der Kundenschaft an das Verkaufspersonal in Bezug auf gute Umgangsformen.	5.4.1 Die Lernenden kennen die Grundsätze des korrekten Umgangs mit Mitmenschen.	K1		Die Lernenden können ihre Sprache und ihr Benehmen der jeweiligen Situation und den Bedürfnissen der Gesprächspartner anpassen.	2 Lektionen	V Verknüpfung mit dem Fachbereich lokale Landessprache.
3 Tests					3	
Reserve					1	
Total					19	

**2. Semester**  
**(17 Wochen à 1 Lektion = 17 Lektionen)**

Inhalt/Fachkompetenz	Taxonomiestufe		Verknüpfungsvorschlag		Richtzeit	Bemerkungen/Hinweise
	In Worten	Grad	Soz. K.	Meth. K.		
Die Lernenden zählen Regeln für eine erfolgreiche Zusammenarbeit auf.	5.4.2 Die Lernenden wissen, was zu erfolgreicher Teamarbeit führt.	K1	Die Lernenden sind fähig, im Team zu arbeiten, sie kennen die Regeln erfolgreicher Teamarbeit. Sie sind bereit Verantwortung füreinander zu übernehmen.	Die Lernenden beschreiben Störfaktoren und zeigen Vor- und Nachteile der Gruppenarbeit auf.	3 Lektionen	S Schnittstelle mit dem Fachbereich –Sport.
Die Lernenden können die Bedienungsformen Vollbedienung, Selbstbedienung, Vorwahl und aktuelle elektronische Formen sowie Automat erklären und, mit Hilfe der Betriebsformen und der Branchen, unterscheiden.	5.3.5 Die Lernenden verstehen die verschiedenen Formen der Kundenbedienung.	K2		Die Lernenden können eindeutige Verhaltensweisen der verschiedenen Bedienungsformen darstellen.	3 Lektionen	P Rollenspiel V Verknüpfung mit dem Fachbereich Wirtschaft 3.1.3.
Die Lernenden können die gelernten Merkpunkte der Begrüssung auf die jeweilige Situation übertragen. sie treten in jeder Kaufsituation interessiert und sicher auf.	5.6.1 Die Lernenden können ein Verkaufsgespräch eröffnen.	K3		Die Lernenden kennen verschiedene Wahrnehmungskanäle und setzen diese bewusst bei der Eröffnung des Verkaufsgespräches ein.	3 Lektionen	U Verschiedene verkaufseröffnende Gespräche spielen und die Reaktionen und Meinungen dazu sammeln. V Verknüpfung mit dem Fachbereich lokale Landessprache 1.2.1.
Die Lernenden setzen in jeder Verkaufssituation die passende Frageform ein.	5.6.2 Die Lernenden können die verschiedenen	K3	Die Lernenden sind sich der Wirkung der verschiedenen Frage-	Die Lernenden setzen die Wahrnehmungskanäle in der	2 Lektionen	U Verkaufssituationen auch mit den „falschen“ Frageformen spielen

	Frageformen anwenden.		formen auf ihre Mitmenschen bewusst.	Fragetechnik situativ richtig ein.		lassen und die Erfahrungen dazu sammeln. L Wauttring, Wahrnehmungskanäle.
Die Lernenden unterscheiden den Kaufwunsch vom Kaufmotiv. Sie können diese mit Hilfe von geeigneten Hilfsmitteln (z.B. Frageformen) ermitteln.	5.6.3 Die Lernenden kennen die Aufgabe der Bedarfsermittlung.	K1	Die Lernenden nehmen unterschiedliche Bedürfnisse wahr und können darauf eingehen.	Die Lernenden stellen das abstrakte Thema „Kaufwunsch/Kaufmotiv“ bildlich dar (Scribbeln).	2 Lektionen	V Verknüpfung mit dem Fachbereich Wirtschaft 3.7.1. U Rollenspiel .

Inhalt/Fachkompetenz	Taxonomiestufe		Verknüpfungsvorschlag		Richtzeit	Bemerkungen/Hinweise
	In Worten	Grad	Soz. K.	Meth. K.		
Die Lernenden kennen den Ablauf des Verkaufsgesprächs.	5.6.4 Die Lernenden kennen den Ablauf des Verkaufsgesprächs.	K1	Die Lernenden machen sich selbständig den Ablauf eines Verkaufsgesprächs bewusst.	Die Lernenden dokumentieren mittels geeigneter Technik (Notiztechnik) Verkaufsabläufe, die sie in der Praxis beobachten.	3 Lektionen	P Die Lernenden beobachten verschiedene Verkaufssituationen in der Praxis und berichten darüber.
Die Lernenden wissen um die Wichtigkeit das Warensortiment übersichtlich und ordentlich zu zeigen. Sie zählen die Auswirkungen aufs Einkaufsverhalten der Sicht-, Griff-, Bück- und Reckzone auf.  Die Lernenden beschreiben die verschiedenen Positionen der Warenpräsentation (stehend, hängend, liegend). Die Lernenden verstehen die Wirkung der Zweitplatzierung und Bedarfsgruppenpräsentation. Sie kennen die verschiedenen Points of sale.	5.2.1 Die Lernenden kennen die Grundsätze der Warenpräsentation.  5.2.2 Die Lernenden können die verschiedenen Warenpräsentationsmöglichkeiten	K1  K2	Die Lernenden behandeln die Waren sorgfältig und bringen diese möglichst gut zur Geltung.	Die Lernenden bauen die Merkpunkte der Warenpräsentation zeichnerisch auf Warenträger ein.	8 Lektionen	P Aktive Warenpräsentation.  P Mit Dekorationsmaterial eine ansprechende Warenpräsentation erstellen.

	beschreiben.					
Die Lernenden zählen verschiedene verkaufsunterstützende Massnahmen auf und nennen deren Wirkung und Ziele. Verkaufsunterstützende Massnahmen wie: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dekoration</li> <li>• Licht</li> <li>• Farben</li> <li>• Musik</li> <li>• Etc.</li> </ul>	5.2.3 Die Lernenden kennen verkaufsunterstützende Massnahmen und deren Ziele.	K1		Die Lernenden erstellen eine freie Dokumentation aller verkaufsunterstützenden Massnahmen im Lehrbetrieb.	2 Lektionen	V Verknüpfung mit dem Fachbereich Wirtschaft.
Die Lernenden beschreiben die Vor- und Nachteile der verschiedenen Warenträger im Bezug auf den Verkauf.	5.2.4 Die Lernenden können verschiedene Hilfsmittel der Warenpräsentation erklären.	K2		Die Lernenden zeigen auf, wie mit verkaufsunterstützenden Massnahmen die einzelnen Wahrnehmungskanäle angesprochen werden können.	1 Lektion	

Inhalt/Fachkompetenz	Taxonomiestufe		Verknüpfungsvorschlag		Richtzeit	Bemerkungen/Hinweise
	In Worten	Grad	Soz. K.	Meth. K.		
Die Lernenden zählen verschiedene Massnahmen der Warenpflege auf. Sie wissen um die Wichtigkeit der Lagerorganisation.	5.9.3 Die Lernenden kennen Massnahmen zur Sicherstellung der Produktequalität.	K1		Die Lernenden notieren die angewendeten Massnahmen zur Sicherstellung der Produktequalität im Lehrgeschäft. (Notiztechnik)	1 Lektion	
Die Lernenden beschreiben den steten Struktur-	5.1.1 Die Lernen-	K2			3	V Verknüpfung mit dem

wandel im Detailhandel. Sie beschreiben, wie sich die Bedürfnisse der Konsumenten verändert haben. Sie erläutern die verschiedenen Detailhandelsformen.	den verstehen die Strukturen des Detailhandels und kennen die verschiedenen Marktanbieter.				Lektionen	Fachbereich Wirtschaft 3.1.3.
Die Lernenden verstehen was die einzelnen Kennzahlen aussagen. Relevante Kennzahlen sind: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Anteil der Beschäftigten im Detailhandel</li> <li>• BIP</li> <li>• Absatzkennzahlen</li> <li>• Marktanteil / Marktvolumen / Marktpotential</li> <li>• Gemeinkosten</li> <li>• Anzahl Verkaufsstellen</li> </ul>	5.5.1 Die Lernenden verstehen die relevanten Kennzahlen des Detailhandels Schweiz.	K2			4 Lektionen	
3Tests					3	
T o t a l					38	

**3. Semester**  
**(19 Wochen à 2 Lektionen = 38 Wochenlektionen)**

Inhalt/Fachkompetenz	Taxonomiestufe		Verknüpfungsvorschlag		Richtzeit	Bemerkungen/Hinweise
	In Worten	Grad	Soz. K.	Meth. K.		
Die Lernenden erklären den direkten / indirekten Absatzweg. Sie beschreiben die Entwicklung vom Selbstversorger zur Massenproduktion.	5.9.4 Die Lernenden verstehen die Bedeutung der Handelskette und die Rolle des Detailhandels.	K2			2 Lektionen	V Fachgruppeninterne Verknüpfung mit dem Leistungsziel 5.9.1 und 5.9.2. V Verknüpfung mit dem Fachbereich Wirtschaft 3.9.1 und 3.1.2.
Die Lernenden können die verschiedenen Aufgabebereiche des Detailhandels umschreiben und eine logische Abfolge der Wertschöpfungskette erstellen.	5.4.3 Die Lernenden verstehen die Wertschöpfungskette.	K2			2 Lektionen	
Die Lernenden können den Begriff der Produktion für den Detailhandel einordnen. Die Lernenden können die Ziele und den Aufbau der Logistik (effiziente Versorgung mit Gütern und Informationen) aufzeigen. Die Lernenden können Beispiele der Distribution in verschiedenen Detailhandelsbetrieben aufzeigen.	5.9.5 Die Lernenden können die Begriffe Produktion, Distribution und Logistik im Grundsatz erklären.	K2			3 Lektionen	
Die Lernenden können den Zusammenhang zwischen den verschiedenen Beschaffungswegen und den Betriebsgrößen bzw. -formen herstellen.	5.9.6 Die Lernenden verstehen, dass es verschiedene Beschaffungswege gibt.	K2			5 Lektionen	P Selbständige Vertiefungsarbeit P Matrix H Gruppenarbeit

Die Lernenden können die Handelsfunktionen beschreiben und der Wertschöpfungskette zuordnen. Die Lernenden verbinden die Handelsfunktionen mit Tätigkeiten im (eigenen) Detailhandelsbetrieb.	5.4.4 Die Lernenden kennen und verstehen die vier Handelsfunktionen.	K2			6 Lektio- nen	
---	--	----	--	--	---------------------	--

Inhalt/Fachkompetenz	Taxonomiestufe		Verknüpfungsvorschlag		Richt- zeit	Bemerkungen/Hinweise
	In Worten	Grad	Soz. K.	Meth. K.		
Die Lernenden erkennen die verschiedenen Aufgaben der Warenbewirtschaftung im Detailhandelsbetrieb. Sie können die vier verschiedenen Lagerarten umschreiben.	5.10.1 Die Lernenden können den Begriff Warenbewirtschaftung erklären.	K2			2 Lektio- nen	V Fachgruppeninterne Verknüpfung mit dem Leistungsziel 5.10.2.
Sie unterscheiden die betriebswirtschaftliche und volkswirtschaftliche Aufgabe der Warenbewirtschaftung. Die Lernenden können mit den Lagerkennzahlen (Mindestbestand, Meldebestand, Bestellmenge und Lagerumschlag einfache Berechnungen vornehmen.	5.10.2 Die Lernenden verstehen die Wichtigkeit der Warenbewirtschaftung.	K2		Protokoll über die Warenbewirtschaftung im Lehrbetrieb über eine definierte Zeitspanne.	4 Lektio- nen	V Fachgruppeninterne Verknüpfung mit dem Leistungsziel 5.10.1.
Die Lernenden ordnen die verschiedenen Tätigkeiten zur Werterhaltung der Produkte einzelnen Branchen zu. Die Lernenden beschreiben die Massnahmen zur Prüfung der Ware (äussere und innere Kontrolle) und zeigen die Vorgehensweise (Mängelrüge) bei offenen und versteckten Mängeln auf.	5.5.2 Die Lernenden kennen Massnahmen zur Sicherstellung der Produktequalität.	K1		Die Lernenden ermitteln die anfallenden Tätigkeiten zur Sicherung der Produktequalität (Warenannahme und Produktpflege) im DH.	2 Lektio- nen	

Die Lernenden leiten die Aufgabe der Warenlagerung (Verkaufsbereitschaft, Überbrückung von Produktions-, Nachfrageschwankungen, Produkteveredelung und Kostenoptimierung durch optimale Bezugsmenge) ab. Die Lernenden erkennen die Abhängigkeiten und Zielkonflikte der einzelnen Aufgaben der Warenlagerung.	5.10.3 Die Lernenden kennen die Aufgabe des Warenlagers und können die Risiken beurteilen.	K4		Die Lernenden untersuchen die Lagerkosten in einem DH-Betrieb.	5 Lektionen	
Die Lernenden können die Verkaufskalkulation als kostenorientierte Preisbildung vollständig darstellen. Sie bezeichnen die verschiedenen Rabattarten der Verkaufskalkulation. Sie benennen die preisrelevanten Kosten.	5.6.5 Die Lernenden wissen wie sich ein Verkaufspreis zusammensetzt.	K1			4 Lektionen	V Verknüpfung mit dem Fachbereich Wirtschaft 3.5.5.
Die Lernenden beschreiben die Elemente der Preisbildung (Angebot/Nachfrage), Einfluss der Konkurrenz, lieferantenorientierte Verkaufspreise. Sie können einfache Mischkalkulationen durchführen. Sie beschreiben Beispiele von Preisabsprachen.	5.6.6 Die Lernenden verstehen Einflussfaktoren, die sich auf die Preisgestaltung auswirken.	K2			4 Lektionen	V Verknüpfung mit dem Fachbereich Wirtschaft 3.5.5.

Inhalt/Fachkompetenz	Taxonomiestufe		Verknüpfungsvorschlag		Richtzeit	Bemerkungen/Hinweise
	In Worten	Grad	Soz. K.	Meth. K.		
Die Lernenden unterscheiden Individual- und Kollektivbedürfnisse sowie wirtschaftliche und nichtwirtschaftliche Bedürfnisse. Sie können über die Marktsegmentierung verschiedene Kundengruppen (Kundensegmentierung) unterscheiden. Sie umschreiben die Kriterien (geografische, verhaltenstypische, soziopsychologische, demographische) der Kundensegmentierung.	5.3.6 Die Lernenden verstehen, dass es verschiedene Kundensegmente gibt und unterschiedliche Bedürfnisse.	K2	Die Lernenden erkennen die eigenen Bedürfnisse und können die Entwicklung ihrer Bedürfnisse beschreiben. Sie können ihre eigenen Bedürfnisse zu Gunsten von Kollektivbedürfnissen zurückstecken.		5 Lektionen	V Verknüpfung mit dem Fachbereich Wirtschaft.

Die Lernenden erkennen die interaktive Rolle von Sender und Empfänger in der Kommunikation. Sie beschreiben die Bedeutung des Feedbacks. Sie können die Elemente der nonverbalen Kommunikation wie Mimik, Gestik darstellen.	5.6.7 Die Lernenden kennen die Grundlagen der verbalen und nonverbalen Kommunikation.	K1	Die Lernenden erkennen die Eigenheiten ihrer verbalen und nonverbalen Kommunikation und können diese gezielt verbessern.		3 Lektionen	S Schnittstelle mit dem Fachbereich lokale Landessprache.
Die Lernenden kennen die Möglichkeiten unterschiedlicher Argumentationstechnik. Sie können die Argumentationstechnik in Fallbeispielen verdeutlichen.	5.6.8 Die Lernenden verstehen einige Argumentationstechniken.	K2		Die Lernenden beobachten die verschiedenen Argumentationstechniken in der Praxis und stellen diese systematisch zusammen.	4 Lektionen	V Verknüpfung mit dem Fachbereich lokale Landessprache 1.1.1. V Verknüpfung mit dem Fachbereich Gesellschaft.
Reserve					3	
4 Tests					4	
T o t a l					57	

**4. Semester**  
**(17 Wochen à 2 Lektionen = 34 Lektionen)**

Inhalt/Fachkompetenz	Taxonomiestufe		Verknüpfungsvorschlag		Richtzeit	Bemerkungen/Hinweise
	In Worten	Grad	Soz. K.	Meth. K.		
Die Lernenden können den Produktewert als Preisargument verdeutlichen. Sie können mit der Preisargumentation die Abschlussphase eines Verkaufsgesprächs einleiten.	5.6.9 Die Lernenden können Preisargumente im Verkaufsgespräch einbauen.	K3	Die Lernenden kennen ihre eigene Reaktion im Verkaufsgespräch als Käufer und Verkäufer.	Die Lernenden können die angewandten Argumentationstechniken erkennen und zuordnen.	6 Lektionen	U Fallbeispiele V Verknüpfung mit dem Fachbereich lokale Landessprache 1.1.1.
Die Lernenden kennen den Einfluss ihrer Fachkompetenz für den erfolgreichen Abschluss von Zusatz- und Anschlussverkäufen. Sie schildern die Vorgehensweise um Anschluss- bzw. Zusatzverkäufe initiieren zu können.	5.6.10 Die Lernenden verstehen die Wichtigkeit der Zusatz- und Anschlussverkäufe.	K2		Die Lernenden ergänzen ihre Dokumentation eigener und fremder Erlebnisse (positiv und negativ) zum Thema Anschluss- und Zusatzverkäufe.	5 Lektionen	
Die Lernenden können das Gesprächsklima positiv beeinflussen. Sie können auf die unterschiedlichen Einwände situationsgerecht reagieren. Sie lösen „schwierige“ Kunden- und Verkaufssituationen angemessen.	5.6.11 Die Lernenden können den Ablauf eines Verkaufsgesprächs positiv beeinflussen.	K3	Die Lernenden erkennen ihre Reaktionen in schwierigen Situationen und entwickeln individuelle Strategien zu deren Bewältigung.		8 Lektionen	

Die Lernenden können den Abschluss eines Verkaufsgesprächs mit richtig angewandter Gesprächstechnik herbeiführen. Sie werten den Kauf mit geschickter Formulierung auf. Sie können die Risiken einer unvollständigen Zahlungsabwicklung abschätzen.	5.6.12 Die Lernenden können ein Verkaufsgespräch erfolgreich abschliessen.	K3	Die Lernenden erkennen ihr Durchsetzungsvermögen. Sie ermitteln die Grenze zwischen unterstützender, positiver Beeinflussung und Manipulation (Bedrängung).		6 Lektionen	U Rollenspiel
---	--	----	---	--	-------------	---------------

Inhalt/Fachkompetenz	Taxonomiestufe		Verknüpfungsvorschlag		Richtzeit	Bemerkungen/Hinweise
	In Worten	Grad	Soz. K.	Meth. K.		
Die Lernenden kennen die Unterschiede zwischen Kundendiensten, Serviceleistungen und Dienstleistungen.	5.1.2 Die Lernenden können die verschiedenen Dienstleistungen aufzählen und deren Bedeutung für den Betrieb erklären.	K2			4 Lektionen	
Sie beschreiben die Bedeutung von Zusatzleistungen zur Profilierung gegenüber den Mitbewerbern.	5.1.3 Die Lernenden verstehen die Wichtigkeit der Dienstleistungen in Bezug auf den Verkauf.	K2			4 Lektionen	
Die Lernenden kennen die Entwicklung vom barzahlenden zum bargeldlosen Kunden. Sie erläutern die Vorgänge der Barzahlung. Sie kennen die verschiedenen bargeldlosen Zahlungsmöglichkeiten (Debit-	5.6.13 Die Lernenden können Vor- und Nachteile der verschie-	K2			8 Lektionen	V Verknüpfung mit dem Fachbereich Wirtschaft 3.5.3 und 3.5.4.

karten, Kreditkarten, Cashkarten, Kundenkarten) und können den Ablauf einer entsprechenden Zahlung schildern.	denen Zahlungsarten erklären.					
Die Lernenden kennen die Bedeutung der Kundenbeziehung und mit welchen Mitteln diese gepflegt werden können.	5.7.1 Die Lernenden verstehen den Zweck der Kundenbindung.	K2			4 Lektionen	
Die Lernenden beschreiben verschiedene Möglichkeiten der Kundenbindung im Detailhandel.	5.7.2 Die Lernenden können verschiedene Möglichkeiten der Kundenbindung erklären.	K2			5 Lektionen	
Die Lernenden verdeutlichen die Teambildung als permanenten Prozess. Sie kennen die Bedeutung der Eigenverantwortung. Sie können die Regeln für eine gute Teamarbeit erläutern.	5.4.5 Die Lernenden erklären Vor- und Nachteile der Teamarbeit.	K2			4 Lektionen	V Fachgruppeninterne Verknüpfung mit dem Leistungsziel 5.4.2. S Schnittstelle mit dem Fachbereich Sport.
3 Tests					3	
T o t a l					57	

**5. Semester und 6. Semester Beratung  
(33 Wochen à 2 Lektionen = 66 Wochenlektionen)**

Inhalt/Fachkompetenz	Taxonomiestufe		Verknüpfungsvorschlag		Richtzeit	Bemerkungen/Hinweise
	In Worten	Grad	Soz. K.	Meth. K.		
Die Lernenden können die verbale und nonverbale Sprache als Arbeitsinstrument ihres Betriebsalltages einordnen. Sie beschreiben verschiedene Formen von Kommunikationsstörungen und können die Kommunikation mit Kunden und im Team gezielt fördern.	5.12.1 Die Lernenden können die Wirkung der verbalen und nonverbalen Kommunikation erklären.	K2	Die Lernenden unterscheiden in verschiedenen Kommunikationssequenzen (Rollenspiel, Mediendiskussion, Kundengespräch) Hören, Hinhören und Zuhören. Sie können die unterschiedlichen Auswirkungen dank der Wahrnehmungskanäle in ihrem eigenen Verhalten erkennen und sich darauf einstellen.	Die Lernenden erkennen anhand Verhaltensmustern der nonverbalen Kommunikation (Augen, Mimik, Gestik, Körperhaltung, Gang) den augenblicklichen Zustand der Kundschaft.	5 Lektionen	U Rollenspiel U Videoaufnahmen und deren Analyse.
Die Lernenden begründen den unterschiedlichen Einsatz der verschiedenen Frageformen. Sie setzen Frageformen situationsgerecht ein.	5.14.1 Die Lernenden können die verschiedenen Frageformen situationsgerecht anwenden.	K3	Die Lernenden wenden die Frageformen und Fragetechniken nach den Regeln für Diskussionen als Leiter bzw. Teilnehmende an.	Die Lernenden setzen die verschiedenen Frageformen im Verkaufsgespräch bewusst und zielgerecht ein. (Wie die Fragen so die Antworten).	4 Lektionen	P Produzieren einer Power Point Präsentation oder Plakate über eine Gruppenarbeit. L Handbuch Handlungskompetenzen, Teil 2, 8. Diskussion.

Die Lernenden analysieren die eigene Fragetechnik und erkennen Verbesserungsmöglichkeiten in der Fragetechnik.	5.14.2 Die Lernenden können ihre Fragetechnik beurteilen.	K4	Siehe 5.14.1. Beurteilung der Sozialkompetenzen.		5 Lektionen	L Handbuch Handlungskompetenzen, Teil 2, 8. Diskussion.
Die Lernenden vergleichen die Wirkungen verschiedener Vorlagetechniken auf den Kunden. Sie begründen die Notwendigkeit professioneller Warenvorlage als Voraussetzung für den Betriebserfolg.	5.11.1 Die Lernenden verstehen die Wirkung einer Warenvorlage auf den Betriebserfolg.	K2	Die Lernenden setzen einzelne Regeln der offenen Kommunikation als Unterstützung der Argumentationstechnik um.	Die Lernenden wenden die Argumentationstechnik bewusst und auf den Kaufwunsch und das Kaufmotiv gezielt an.	4 Lektionen	P Eigene, mitgebrachte Waren präsentieren.

Inhalt/Fachkompetenz	Taxonomiestufe		Verknüpfungsvorschlag		Richtzeit	Bemerkungen/Hinweise
	In Worten	Grad	Soz. K.	Meth. K.		
Die Lernenden übertragen verschiedene Argumentationstechniken auf konkrete Beratungssituationen. Sie erkennen die Zielsetzungen.	5.11.2 Die Lernenden können verschiedene Argumentationstechniken situationsgerecht einsetzen.	K3	siehe 5.11.2 Die Lernenden sind in der Lage Zusatzverkäufe kundengerecht einzusetzen.	Die Lernenden erwähnen und/oder zeigen mögliche Zusatz- und Anschlussverkäufe im Hinblick auf den Nutzen für die Kunden.	5 Lektionen	P Die Lernenden entwickeln einen strukturierten Argumentationskatalog für verschiedene Verkaufssituationen. U Rollenspiele U Gruppenarbeit mit anschliessender Analyse.
Die Lernenden formulieren Kriterien für den geschickten Einsatz von Anschluss- und Zusatzverkäufen.	5.14.3 Die Lernenden können Zusatz- und Anschlussverkäufe im Verkaufsgespräch einbauen.	K3	Die Lernenden legen Einsatzmöglichkeiten des positiven Denkens im Verkaufsgespräch nach der Ursachenanalyse.		4 Lektionen	P Die Lernenden entwickeln einen strukturierten Katalog möglicher Zusatz- und Anschlussverkäufe verschiedener Sortimentsbereiche P Liste notwendiger und ergänzender Zusatzverkäufe erstellen lassen (branchenbezogen).
Die Lernenden analysieren ihr Verhalten in Verkaufsgesprächen und können daraus ihre eigene Verkaufspersönlichkeit skizzieren. Sie erkennen die Anforderungen an die Beratungsperson im Umgang mit Personen mit besonderen Bedürfnissen (Behin-	5.11.3 Die Lernenden verstehen es mit unterschiedlichen Kaufsituationen	K3			6 Lektionen	P Rollenspiele und Analyse.

derde, Kinder, alte Menschen usw.).	erfolgsorientiert umzugehen					
Die Lernenden entwickeln Strategien für den Abschluss eines erfolgreichen Verkaufsgespräches und im Umgang mit Reklamationen.	5.11.3 Die Lernenden verstehen es mit unterschiedlichen Kaufsituationen erfolgsorientiert umzugehen.	K3			6 Lektionen	U Rollenspiele P Fallbeispiele mit Analyse.

Inhalt/Fachkompetenz	Taxonomiestufe		Verknüpfungsvorschlag		Richtzeit	Bemerkungen/Hinweise
	In Worten	Grad	Soz. K.	Meth. K.		
Die Lernenden verstehen es mit Arbeitssituationen wie Konflikte im Team, Mobbing und Stress umzugehen.	5.16.2 Die Lernenden können die Marketing-Instrumente ihres Lehrbetriebes erklären	K2			5 Lektionen	P Fallbeispiele analysieren. L Handbuch Handlungskompetenzen, Teil 2, 10. Stress. L Handbuch Handlungskompetenzen, Teil 2, 7. Feedback.
Die Lernenden erstellen eine Kundensegmentierung ihres Lehrbetriebes. Sie unterscheiden die wichtigsten Methoden der Primär- und der Sekundärforschung.	5.16.3 Die Lernenden können aktuelle Erkenntnisse der Marktforschung auf ihre Betriebe übertragen.	K3	Die Lernenden beobachten sich gegenseitig am Arbeitsplatz und geben sich Feedback in dem sie sich an die Feedbackregeln halten.	Die Lernenden analysieren den Betriebserfolg anhand einzelner Verkaufssequenzen, wie Begrüssung, Kaufmotiverkennung usw. anhand pers. Erfahrungen.	5 Lektionen	P Die Lernenden erstellen eine systematisches Protokoll (Baumstruktur, Netzwerkmodell oder Mischformen) einer Eigen- und einer Fremdbeobachtung im Betrieb (siehe Sozialkompetenz).

Die Lernenden unterscheiden die verschiedenen Ziele des Marketings (Umsatz, Kundenzufriedenheit, Marktanteil, Kundenfrequenz). Sie zeigen die systematische Vorgehensweise des Marketings auf.	5.16.1 Die Lernenden verstehen den Nutzen des Marketings im Detailhandel.	K2			5 Lekti- onen	U Mind Map Technik
Die Lernenden beschreiben den Einsatz der Marketing-Instrumente im Lehrbetrieb und begründen deren Einsatz.	5.16.2 Die Lernenden können die Marketing-Instrumente ihres Lehrbetriebes erklären.	K2			5 Lekti- onen	U Vortrag U Betriebsbesichtigung
Reserve					3	
Tests					4	
T o t a l					66	

**5. Semester und 6. Semester Bewirtschaftung  
(33 Wochen à 2 Lektionen = 66 Wochenlektionen)**

Inhalt/Fachkompetenz	Taxonomiestufe		Verknüpfungsvorschlag		Richtzeit	Bemerkungen/Hinweise
	In Worten	Grad	Soz. K.	Meth. K.		
Die Lernenden ordnen die Elemente der Versorgungskette. Sie unterscheiden das Pull- und Pushprinzip und können die Auswirkungen der Lieferzeit umschreiben.	5.17.1 Die Lernenden verstehen das Zusammenspiel zwischen Produktion, Distribution und Logistik.	K2			5 Lektionen	L Film Versorgungsk. „Bananen“ U Beispiele anhand Blumen, Lebensmitteln, Kleidern usw. U Test (Joghurt) und Verbindung zu Lebensmittelverordnung
Die Lernenden beschreiben die Auswirkungen der Bewirtschaftungssysteme auf den Warenbestand und die Kosten. Sie beschreiben die Aufgaben der Warenbewirtschaftungssysteme. Sie verdeutlichen wie der Datentransfer zwischen Handel und Industrie mittels Scanning-Systemen vereinfacht wird.	5.18.1 Die Lernenden kennen und verstehen Bewirtschaftungssysteme.	K2			5 Lektionen	V Fachgruppeninterne Verknüpfung mit den Leistungszielen 5.17.2 und 5.20.1. U Bewirtschaftung anhand einer Betriebsbeobachtung. • Bezug zu eigenem Bewirtschaftungssystem Vor-/Nachteile, Austausch in der Klasse.
Die Lernenden beschreiben die Hauptziele der Logistik und unterscheiden die Bereiche Beschaffungs-, Lagerhaltungs- und Distributionslogistik. Sie beschreiben Cross Docking. Sie erklären die Wirkung von Cross Docking und zeigen die Auswirkungen auf die Kostenstruktur im Unternehmen auf.	5.17.2 Die Lernenden können die Wichtigkeit der Logistik erklären.	K2			5 Lektionen	Fragebogen Logistik im eigenen Betrieb. Auswertung U Diskussion im Plenum.
Die Lernenden verdeutlichen die internen und ex-	5.20.1 Die Ler-	K2		Die Lernenden erar-	8	U Gruppenarbeit: Mass-

<p>ternen Einflussfaktoren auf die Verkaufsbereitschaft. Sie erkennen die Bedeutung der Verkaufsförderungsmassnahmen und Personaleinsatzplanung auf die Verkaufsbereitschaft. Sie vergleichen verschiedene Softwareprogramme zur Unterstützung der Lieferbereitschaft.</p>	<p>nenden können Möglichkeiten erklären, die zur gewünschten Verkaufsbereitschaft führen.</p>			<p>beiten in Gruppen ein Projekt zu den Warenbewirtschaftungssystemen in welchem das Zusammenspiel zwischen Industrie und Handel aufgezeigt wird.</p>	<p>Lektionen</p>	<p>nahmen zur Verkaufsbereitschaft anhand spezieller Situation dokumentieren (saisonal=Ostern, temporär=Aktion).</p>
--	---	--	--	---	------------------	--

Inhalt/Fachkompetenz	Taxonomiestufe		Verknüpfungsvorschlag		Richtzeit	Bemerkungen/Hinweise
	In Worten	Grad	Soz. K.	Meth. K.		
<p>Die Lernenden umschreiben die Voraussetzungen für eine wirkungsvolle Warenpräsentation.</p>	<p>5.21.1 Die Lernenden können Zusatz- und Anschlussverkäufe bei der Warenpräsentation berücksichtigen.</p>	<p>K3</p>		<p>Die Lernenden setzen die verschiedenen Kreativitätstechniken zur Erstellung eines Ideenkataloges für Warenpräsentationen ein.</p>	<p>4 Lektionen</p>	<p>U Brainstorming</p>
<p>Die Lernenden beschreiben das Kundenverhalten in einem Detailhandelsgeschäft und zeigen Mittel zur Kundensteuerung auf.</p>	<p>5.21.2 Die Lernenden verstehen die Auswirkungen der Warenpräsentation auf den Verkaufserfolg.</p>	<p>K2</p>			<p>4 Lektionen</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Auftrag Kundenbeobachtung, Tageszeiten beachten, auswerten.</li> <li>• Arbeitsblatt dazu.</li> <li>• Evtl. Vortrag von Ladenbauer der Migros.</li> </ul>

Die Lernenden tragen die benötigten Grundlagen zur Arbeit mit Betriebskennzahlen zusammen. Sie interpretieren die Kennzahlen und zeigen die Auswirkungen der verschiedenen Werte auf den Betrieb.	5.19.1 Die Lernenden können die Absatz- und Lagerkennzahlen interpretieren.	K4		Sie treffen systematisch mit der Kosten-Nutzenberechnung oder Nutzwertanalyse Entscheide mit welchen Kennzahlen sie in einem Betrieb arbeiten.	8Lektionen	
Die Lernenden legen ihre persönlichen Einflussmöglichkeiten auf den Betriebserfolg dar. Sie erkennen die Auswirkungen von kostenbewusstem Verhalten. Sie analysieren die unterschiedlichen persönlichen Verhaltensweisen im Betrieb und können diese nutzbringend anpassen.	5.22.1 Die Lernenden kennen ihre Einflussmöglichkeiten auf den Betriebserfolg und können diese beurteilen.	K4	Die Lernenden beobachten sich gegenseitig am Arbeitsplatz und geben sich Feedback in dem sie sich an die Feedbackregeln halten.	Die Lernenden erstellen eine systematisches Protokoll (Baumstruktur, Netzwerkmodell oder Mischformen) einer Eigen- und einer Fremdbeobachtung im Betrieb (siehe Sozialkompetenz).	6 Lektionen	Vorschlagswesen eines Betriebes beachten. H Mitarbeitergesprächsbogen Protokoll Feedbackregeln V Verknüpfung zu lokaler Landessprache. Ökonomisches Prinzip

Inhalt/Fachkompetenz	Taxonomiestufe		Verknüpfungsvorschlag		Richtzeit	Bemerkungen/Hinweise
	In Worten	Grad	Soz. K.	Meth. K.		
Die Lernenden unterscheiden die verschiedenen Ziele des Marketings (Umsatz, Kundenzufriedenheit, Marktanteils, Kundenfrequenz). Sie zeigen die systematische Vorgehensweise des Marketings auf.	5.23.1 Die Lernenden verstehen den Nutzen des Marketings für den Detailhandel.	K2			4 Lektionen	V Fachgruppeninterne Verknüpfung mit den Leistungszielen 5.23.2 und 5.23.3. Methoden zum Berechnen des Einzugsgebietes kennen lernen (Kreis-/Distanz-, Grenzmethod usw.). Standortwahlkriterien: Marktpotential, -volumen, -anteil.

Die Lernenden beschreiben den Einsatz der Marketing-Instrumente im Lehrbetrieb und begründen deren Einsatz.	5.23.2 Die Lernenden können die Marketing-Instrumente ihres Lehrbetriebes erklären.	K2			4 Lektionen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Paar-/oder Einzelarbeit.</li> <li>• Präsentation der MI des Lehrgeschäftes.</li> <li>• Einsatz</li> <li>• Nutzen</li> </ul>
Sie umschreiben die Auswirkungen von Marketingmassnahmen auf den Handelsbetrieb. Sie zeigen den Marketingmix auf und übertragen einzelne Elemente auf ihren Lehrbetrieb.	5.23.3 Die Lernenden verstehen das Zusammenspiel zwischen Werbung und verkaufsfördernden Massnahmen.	K2		Die Lernenden erarbeiten mit der Reizwortmethode einen Marketingplan einer fiktiven Firma.	4 Lektionen	V Schnittstelle mit dem Fachbereich Wirtschaft (ev. Zusammen eine fiktive Firma gründen).
Die Lernenden erstellen eine Kundensegmentierung ihres Lehrbetriebes. Sie unterscheiden die wichtigsten Methoden der Primär- und der Sekundärforschung.	5.23.4. Die Lernenden können aktuelle Erkenntnisse der Marktforschung auf ihre Betriebe übertragen.	K3		Die Lernenden erstellen mit der Fragebogentechnik einen Fragebogen, den sie in einer praktischen Kundenbefragung einsetzen.	4 Lektionen	Kundenumfrage – Zufriedenheit, Einkaufsgründe usw. Nielsen- und IHA-Studien
Reserve					5	
Tests					4	
<b>T o t a l</b>					<b>66</b>	