

## Lernaufgaben auf drei Niveaustufen

Auch in Berufen, in denen oft eher schwache Jugendliche ein Praktikum machen, lassen sich Lernaufgaben finden, die leistungsstarke Jugendliche ebenfalls fordern. Nachfolgend finden Sie Beispiele für eine Lernaufgabe auf drei unterschiedlichen Niveaustufen. Die Beispiele beziehen sich auf den Einzelhandel. Eine Zuordnung von Tätigkeiten zu Niveaustufen lässt sich in Abhängigkeit vom Tiefgang und Gesamteindruck nur individuell durchführen. Die Vermittlung aller Inhalte auf diesem Zettel umfasst ca. 40 – 50 Schulstunden.

### Eher 1. Niveaustufe: Tätigkeiten der Regalbefüllung beschreiben (Inhalte des ersten Lehrjahrs)

- bei der Öffnung der Kartons zur Entnahme der Waren ist darauf zu achten, dass der Cutter die Ware nicht beschädigt bzw. dass man sich nicht mit dem Cutter selbst verletzt.
- Übersichtlichkeit/Ordnung/Sauberkeit im Regal
- Waren pflegen, damit sie attraktiv bleiben (z. B. Frischekontrolle bei leicht verderblichen Produkten wie Obst/Gemüse; nur unbeschädigte Ware im Regal)
- Packungsbild auf Konserven nach vorne drehen
- darauf achten, dass sich die Ware leicht entnehmen lässt (evtl. Griffücken lassen)
- in der Regel keine Regallücken (neue Ware einsortieren oder Waren vorziehen)
- neu gelieferte Ware nach hinten stellen (sichert den Abverkauf alter Waren)
- Platzierungsstruktur einhalten, damit sich die Kundschaft nicht immer neu eingewöhnen müssen (verringert den Suchaufwand)
- die Preisschilder am Regal müssen mit der Platzierung der Ware übereinstimmen

### Eher 2. Niveaustufe: Warenplatzierungen im Regal und im gesamten Geschäft begründen können (Inhalte des ersten Lehrjahrs)

Umsatz- und Gewinnsteigerungen durch verkaufsförderliche Warenplatzierungen erzielen

#### Hintergrundwissen

- Senkrechte Sicht im Regal: Vier Regalzonen
  - Reckzone (drittbeste Verkaufswirksamkeit > leichte Artikel, nicht verkaufsintensive Artikel)
  - Sichtzone (beste Verkaufswirksamkeit > Artikel mit hohen Gewinnspannen, Impulsartikel)

- Griffzone (zweitbeste Verkaufswirksamkeit > auch Impulsartikel)
- Bückzone (Massenartikel, Artikel mit geringen Gewinnspannen, schwere Artikel)
- Waagerechte Sicht auf mehreren Regalmeteren:
  - Regalmitte: sehr verkaufsintensiv
  - Rechte Regalseite: verkaufsintensiv
  - Linke Regalseite: umsatzschwache Zone
- Platzierungsarten in Regalen
  - Blockbildung, z. B. Shampoos, Deos, Seifen, Handcremes > übersichtliche Warenpräsentation, die den Sehgewohnheiten der Kundschaft entgegenkommt (horizontale und vertikale Blockbildung möglich)
  - Verbundplatzierung, z. B. Kaffee, Kaffeefilter und Dosenmilch > die Kundschaft wird beim Kauf „erinnert“, dass er neben Kaffee auch Kaffeefilter braucht > Ergänzungskäufe steigern den Absatz)
  - Zweitplatzierung, z. B. Süßigkeit im Süßigkeiten-Regal und zusätzlich an der Kasse: Steigerung der Aufmerksamkeit für ein Produkt > Absatzsteigerung des Produkts
- verkaufsschwache und verkaufsstarke Zonen im Geschäft und die Konsequenzen für die Warenplatzierung

Aus Studien ist bekannt, dass die Kundschaft dazu neigt, beim Betreten eines Geschäfts nach rechts zu schwenken und den Laden entgegen der Uhrzeigerrichtung abzulaufen. Den in Laufrichtung rechts platzierten Waren wird deutlich mehr Aufmerksamkeit geschenkt. Deshalb werden an verkaufsstarken Stellen Waren mit hohen Gewinnspannen platziert. Beispielsweise die Mittelbereiche eines Geschäfts werden deutlich seltener besucht. Verkaufsschwache Zonen eines Geschäfts werden dadurch aufgewertet, dass hier sogenannte Mussartikel wie z. B. Milch und Zucker (Produkte, die für den täglichen Bedarf unentbehrlich sind) platziert werden. Dadurch ist sichergestellt, dass die Kundschaft auch in die hintersten Ecken des Ladens kommen, deshalb im Laden länger verweilen und dadurch mehr Produkte sehen und einkaufen.

### **Eher 3. Niveaustufe: Zusammenhänge verstehen, komplexe Aufgaben lösen (Inhalte des 2. Lehrjahrs)**

- Sicherung der Verkaufsbereitschaft: Regale sollten ausreichend befüllt sein, damit die Kundschaft jederzeit einkaufen kann

## Hintergrundwissen

Einerseits muss ausreichend Ware vorhanden sein, damit die Kundschaft ihre Einkäufe tätigen kann, andererseits darf man aber auch nicht zu viel bestellen, weil Waren verderben können, die Kapitalbindung zu Lasten der Liquidität geht oder es nicht ausreichend Platz im Lager und Regal zum Lagern der Ware gibt. Deshalb muss ein Höchstbestand festgelegt werden. Damit rechtzeitig genug neue Ware bestellt wird, gibt es den sogenannten Meldebestand. Dieser lässt sich berechnen (Formel siehe Internet). In einigen Geschäften gibt es Warenwirtschaftssysteme, die dank der mit dem Strichcode artikelgenau erfassten Abverkäufe automatisch neue Waren bestellen, wenn der Meldebestand erreicht ist. Das spart Arbeit.

- Es sollten nicht irgendwelche Waren im Regal liegen, sondern das Sortiment sollte genau die Produkte umfassen, die für die Kundschaft interessant sind. Für alle neuen Produkte sind Preise zu berechnen und gemäß den gesetzlichen Bestimmungen auszuweisen.

## Hintergrundwissen

Sogenannte Penner-Artikel (Fachbegriff aus dem Einzelhandel für Waren, die nicht nachgefragt werden) sollten aus dem Sortiment genommen werden. So entsteht Platz für die Platzierung von Waren, die besser nachgefragt werden (Renner-Artikel). Laut der Preisangabenverordnung (siehe Internet) sind Waren in der Regel eindeutig auszuzeichnen, wobei weitere Vorgaben beachtet werden müssen. Ausgehend vom Einkaufspreis ist der Verkaufspreis mit der Vorwärtskalkulation (siehe Internet) zu berechnen. Dabei ist ein sogenanntes Kalkulationsschema anzuwenden. Wenn sowohl der Verkaufspreis durch den Wettbewerb vorgegeben ist als auch der Einkaufspreis durch den Lieferanten, kann mit einer so genannten Differenzkalkulation (siehe Internet) ausgerechnet werden, ob es sich unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten lohnt, den Artikel ins Sortiment zu nehmen. Es handelt sich bei der Differenzkalkulation um eine komplizierte Berechnung mit Vorwärts- und Rückwärtskalkulation, die auch Jugendlichen mit Abitur nicht leichtfällt und noch schwieriger wird, wenn Excel benutzt wird.