|  |  |
| --- | --- |
| **Zielanalyse** | **Stand: Januar 2024** |
| Beruf-Kurz | Ausbildungsberuf | Zeitrichtwert  |
| **WVK****WKE** | **Verkäufer/Verkäuferin****Kaufmann/Kauffrau im Einzelhandel** | **25** |
| Lernfeld Nr. | Berufsfachliche Kompetenz  | Jahr |
| **04** | **Schwerpunkt Betriebswirtschaft** | **1** |
| Lernfeldbezeichnung |
| **Waren präsentieren** |
| Schule, Ort | Lehrkräfteteam |
|  |  |
| **Bildungsplan**[[1]](#footnote-1) | **didaktisch-methodische Analyse** |

| **kompetenzbasierte Ziele** | **Inhalte**  | **Hinweise** | **Titel der Lernsituation** | **Handlungs-ergebnisse** | **überfachliche****Kompetenzen** | **Hinweise** | **Zeit** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| […] Sie erarbeiten Kriterien für eine ansprechende Warenpräsentation. Sie entwickeln Konzepte zur Warenpräsentation, stellen diese dar und bewerten sie auf der Grundlage der erarbeiteten Kriterien. Dabei berücksichtigen sie die Besonderheiten von Betriebsform, Verkaufsform und Sortiment, allgemeine Regeln von Warenpräsentation und -platzierung und verkaufspsychologische Erkenntnisse. | Platzierung innerhalb der Verkaufsfläche* Kundenlaufstudien und Wegeführung
* verkaufsstarke und verkaufsschwache Zonen
* Mehrfachplatzierung
 | Suchkaufprodukte, Impulskaufprodukte | **LS01 Waren innerhalb der Verkaufsfläche platzieren** | MitarbeiterhandbuchCheckliste/KriterienkatalogVerkaufsraum-Skizze | Informationen strukturierensystematisch vorgehenProbleme erkennen und zur Lösung beitragenZusammenhänge erkennenSchlussfolgerungen ziehenEntscheidungen treffen | vgl. LF01 | 05 |
| Platzierung innerhalb der Warenträger* Warengruppen- und Verbundplatzierung
* Regalzonen
* Blockbildung
 | Bedarfsbündelung | **LS02 Waren innerhalb der Warenträger platzieren** | MitarbeiterhandbuchCheckliste/KriterienkatalogRegalbelegungspläne | Informationen strukturierensystematisch vorgehenProbleme erkennen und zur Lösung beitragenZusammenhänge erkennenSchlussfolgerungen ziehenEntscheidungen treffen | vgl. LF01 | 04 |
| VerkaufsraumgestaltungVisual Merchandising* Ziele
* Möglichkeiten

Erlebniskauf | Verkaufsatmosphäre durch Farben, Formen, Material, Licht, Düfte, audiovisuelle VerkaufsförderungsmittelStadtgängeVerkaufsförderung durch visuelle, akustische, olfaktorische, gustatorische und haptische Impulse | **LS03 Konzept zur Verkaufsraumgestaltung entwickeln** | Kriterienkatalog/BeurteilungsbogenKonzept | Informationen strukturierenInformationen beschaffenRealisierbarkeit erkennbarer Lösungen abschätzenAlternativen finden und bewertenEntscheidungen treffen | Stadtgängevgl. LF01Projekt möglich | 05 |
| Warenkennzeichnung |  | **LS04 Waren kennzeichnen** | ÜbersichtCheckliste | systematisch vorgehenInformationen strukturieren | Gesetzestext | 02 |
| Preisauszeichnung | Preisangabenverordnung | **LS05 Preisauszeichnung vornehmen** | Checkliste | systematisch vorgehenInformationen strukturieren | Gesetzestext | 02 |
| Schaufenster | bauliche und inhaltliche Gestaltung | **LS06 Schaufenster gestalten** | Kriterienkatalog/BeurteilungsbogenChecklisteHandlungsempfehlung | Informationen strukturierensystematisch vorgehen Entscheidungen treffen | Stadtgängevgl. LF01 | 02 |
| Die Schülerinnen und Schüler platzieren und präsentieren Waren kundengerecht, verkaufswirksam und betriebswirtschaftlich sinnvoll. […] | [Umfassende Kompetenz für das gesamte Lernfeld]integrativ umsetzen |  |
| gesamt\* | 20 |

\* Die restlichen 20 % des Zeitrichtwerts sind für Vertiefung und Lernerfolgskontrolle vorgesehen.

1. Ministerium für Kultus, Jugend und Sport Baden-Württemberg (Herausgeber): Bildungsplan für die Berufsschule, Kaufmann/Kauffrau im Einzelhandel, Verkäufer/Verkäuferin (2017), S. 16. [↑](#footnote-ref-1)