|  |
| --- |
| **lqualifikationen nach der neuen Ausbildungsordnung** |

<https://www.hannover.ihk.de/ausbildung-weiterbildung/ausbildung/ausbildungsinfos/berufe/neuordnungen-und-geaenderte-ausbildungsordnungen/kfmeverkneuor.html>

**Für Verkäufer und Verkäuferinnen im Einzelhandel:**

Eine Wahlqualifikation ist auszuwählen:

1. Sicherstellung der Warenpräsenz (LF6+7)
2. Beratung von Kunden (LF2 und LF10)
3. Kassensystemdaten und Kundenservice (LF3)
4. Werbung und Verkaufsförderung (LF4 +LF5)

**Für die Ausbildung der Kaufleute im Einzelhandel zusätzlich:**

(Drei Wahlqualifikationen sind auszuwählen, davon mindestens eine der ersten drei):

1. Beratung von Kunden in komplexen Situationen (LF2 und LF 10) + Warenkunde
2. Beschaffung von Waren (LF 6)
3. Warenbestandssteuerung (LF 6 +7)
4. Kaufmännische Steuerung und Kontrolle (LF 8+11)
5. Marketingmaßnahmen (LF 4+5+12)
6. Onlinehandel (LF 12)
7. Mitabeiterführung und –entwicklung (LF13)
8. Vorbereitung unternehmerischer Selbständigkeit (LF14)

**Für Verkäufer und Verkäuferinnen im Einzelhandel:**

**Eine Wahlqualifikation ist auszuwählen:**

1. Sicherstellung der Warenpräsenz
2. eingehende Waren unter Beachtung der rechtlichen Vorschriften und der betrieblichen Vorgaben kontrollieren, mit dem betrieblichen Informationssystem erfassen sowie bei Abweichungen betriebsübliche Maßnahmen einleiten
3. bei der Warenannahme erkennbare Mängel unter Einhaltung der gesetzlichen und betriebsübli-chen Bestimmungen bei der Warenannahme dokumentieren
4. Reklamationen, insbesondere Bruch, Verderb und Schwund, aufnehmen und geeignete Maß-nahmen mit internen und externen Lieferanten abstimmen und umsetzen
5. optimale Bestände ermitteln, Auswirkungen von zu hohen und zu niedrigen Beständen analy-sieren und Vorschläge zur Bestandsoptimierung ableiten
6. den Warenfluss unter Nutzung des Warenwirtschaftssystems steuern und kontrollieren
7. die Verfügbarkeit des Warenangebots unter Berücksichtigung saisonaler, nachfrage-, aktions- und frequenzbedingter Einflussfaktoren sowie unter Berücksichtigung regionaler Besonderhei-  
   ten kontrollieren und im Bedarfsfall geeignete Maßnahmen einleiten
8. Maßnahmen des Qualitätsmanagements bei der Lagerhaltung umsetzen
9. Beratung von Kunden
10. Verkaufs- und Beratungsgespräche erfolgsorientiert führen und dabei vertiefte Kenntnisse aus einem Warenbereich mit mindestens zwei Warengruppen anwenden
11. Kunden über qualitäts- und preisbestimmende sowie über nachhaltigkeitsbezogene Merkmale und über Verwendungsmöglichkeiten der Artikel und Sorten informieren
12. Unterschiede zwischen Herstellermarken und Handelsmarken im Verkaufs- und Beratungsge-spräch herausstellen
13. die Bedeutung von Qualitäts- und Gütesiegeln im Verkaufs- und Beratungsgespräch heraus-stellen
14. Trends und aktuelle Entwicklungen beobachten und als Verkaufsargumente nutzen
15. Kaufmotive und Wünsche von Kunden durch Beobachten, aktives Zuhören und Fragen ermitteln und diese in Verkaufs- und Beratungsgesprächen berücksichtigen
16. Kundentypologien und Verhaltensmuster unterscheiden und das Wissen darüber verkaufsfördernd in individuellen Verkaufs- und Beratungsgesprächen einsetzen
17. Konfliktursachen feststellen, emotional geprägte Situationen sowie Stresssituationen im Verkauf bewältigen und Handlungsstrategien für den Umgang mit schwierigen Kunden anwenden
18. Sonderfälle beim Verkauf bearbeiten und dabei rechtliche und betriebliche Vorschriften anwenden
19. die Bedeutung einer erfolgreichen Verkaufstätigkeit hinsichtlich Umsatz, Ertrag, Kundenzufriedenheit und Kundenbindung erläutern und dabei besonders das Erfordernis von Teamarbeit berücksichtigen
20. Umtausch, Beschwerde und Reklamation bearbeiten, dabei kundenorientiert handeln und die rechtlichen und betrieblichen Vorgaben einhalten
21. Kassensystemdaten und Kundenservice
22. Kunden an der Kasse situationsgerecht ansprechen
23. Kunden beim Kassiervorgang Serviceleistungen anbieten
24. Kassiervorgänge systemgerecht durchführen und dabei die Bedeutung der Kasse für die Steuerung des Daten- und Warenflusses berücksichtigen
25. Kassenberichte, insbesondere im Hinblick auf Artikel, Zahlungsmittel, Personaleinsatz und verkaufsfördernde Maßnahmen, auswerten
26. Umtausch, Beschwerde und Reklamation bearbeiten, dabei kundenorientiert handeln und die rechtlichen und betrieblichen Vorgaben einhalten
27. auf der Grundlage der Kassenabrechnung den Geldtransport vorbereiten und die Verfügbarkeit von Wechselgeld sicherstellen
28. bei Störungen des Kassensystems Maßnahmen zur Datensicherung und zur Wiederherstellung der Funktionsfähigkeit einleiten
29. Werbung und Verkaufsförderung
30. Zusammenhänge zwischen Werbemitteln und Werbeträgern beurteilen
31. Werbekosten und Werbeerfolg beurteilen
32. Werbemittel und Werbeträger ziel- und kostenorientiert auswählen und einsetzen
33. Auswirkungen preispolitischer Maßnahmen bewerten sowie Verbesserungsvorschläge ableiten
34. Maßnahmen der visuellen Verkaufsförderung umsetzen und Kundenerwartungen berücksichtigen
35. bei der Warenpräsentation die unterschiedlichen Sinne ansprechen und verkaufspsychologische Aspekte berücksichtigen
36. Maßnahmen des Kundenservices zur Förderung des Verkaufserfolges nutzen
37. Aktionen zur Förderung der Kundenbindung planen, umsetzen und auswerten
38. Werbeerfolgskontrollen durchführen und Verbesserungsvorschläge ableiten

**Für die Ausbildung der Kaufleute im Einzelhandel zusätzlich:**

**(Drei Wahlqualifikationen sind auszuwählen, davon mindestens eine der ersten drei):**

1. **Beratung von Kunden in komplexen Situationen**
2. im Beratungsgespräch vertiefte Kenntnisse aus einem Warenbereich mit mindestens zwei Warengruppen anwenden, dabei Leistungsversprechen des Unternehmens gegenüber Kunden vertreten
3. Kaufmotive und Wünsche von Kunden durch Beobachten, aktives Zuhören und Fragen ermitteln und diese in Verkaufs- und Beratungsgesprächen berücksichtigen
4. im Beratungsgespräch Kommunikationstechniken zur Förderung der Kundenzufriedenheit einsetzen
5. Selbst- und Fremdbild reflektieren und bei der Kommunikation berücksichtigen
6. Kunden über qualitäts- und preisbestimmende Merkmale sowie über Verwendungsmöglichkeiten der Waren informieren
7. Merkmale von Herstellermarken und Handelsmarken im Beratungsgespräch herausstellen
8. die Bedeutung von Qualitäts- und Gütesiegeln von Waren im Beratungsgespräch herausstellen
9. die Gesundheits- und Umweltverträglichkeit sowie die Nachhaltigkeit von Waren beurteilen und Kunden hierüber informieren
10. Einwänden von Kunden überzeugend begegnen und den Verkaufsabschluss fördern
11. Trends und aktuelle Entwicklungen beobachten und als Verkaufsargument nutzen
12. Informationsquellen zur Aneignung warenbezogener Kenntnisse nutzen
13. Kunden über rechtliche und betriebliche Rücknahmeregelungen sowie über umweltgerechte Möglichkeiten der Entsorgung von Waren informieren
14. Umtausch, Beschwerde und Reklamation auch in schwierigen Situationen unter Anwendung rechtlicher und betrieblicher Regelungen lösen und dabei sowohl die Interessen des Unter-nehmens vertreten als auch kundenorientiert handeln
15. Ursachen von Konflikten in Verkaufssituationen analysieren und Schlussfolgerungen für künftige Verkaufsgespräche ableiten
16. Stress auslösende Faktoren identifizieren und Strategien zur Stressbewältigung anwenden
17. **Beschaffung von Waren**
18. den Warenbedarf für das Ausbildungssortiment unter Berücksichtigung von Kennziffern aus dem Warenwirtschaftssystem sowie unter Berücksichtigung künftiger verkaufsrelevanter Ereignisse ermitteln
19. Waren unter Berücksichtigung von Bestellverfahren und Liefermodalitäten disponieren
20. die Einhaltung von Vertrags- und Zahlungsbedingungen aus Beschaffungsverträgen kontrollieren und bei Abweichungen geeignete Maßnahmen einleiten
21. Maßnahmen zur Sicherstellung der Vollständigkeit der Waren ergreifen und bewerten
22. Vorschläge zur Gestaltung des Warensortiments nach Auswertung warenwirtschaftlicher Daten erarbeiten, dabei insbesondere Umsatz, Handelsspanne, Qualität, Trends, Zielgruppen, Standort, Nachhaltigkeit und die Wettbewerbssituation beachten,
23. an der Herausnahme und Neuaufnahme von Waren mitwirken
24. **Warenbestandssteuerung**
25. Bestandsstatistiken erstellen, führen und auswerten
26. Bestands- und Umsatzkennziffern analysieren und entsprechende Statistiken nutzen
27. Maßnahmen zur Umsatzsteigerung, Ertragsverbesserung und Bestandsoptimierung ableiten sowie Umsetzungsvorschläge entwickeln und umsetzen
28. Warenbestände unter Berücksichtigung der Bestellvorschläge des Warenwirtschaftssystems erfolgsorientiert steuern
29. Ursachen für Inventurdifferenzen feststellen, Vorschläge für Maßnahmen zur Vermeidung von Inventurdifferenzen entwickeln und bei deren Umsetzung mitwirken
30. **Kaufmännische Steuerung und Kontrolle**
31. Ergebnisse der Kosten- und Leistungsrechnung analysieren und Schlussfolgerungen ableiten
32. Ergebnisse der betrieblichen Erfolgsrechnung analysieren und Verbesserungsmöglichkeiten insbesondere unter Berücksichtigung des Rohertrages entwickeln
33. Statistiken erstellen und auswerten
34. betriebliche Kennzahlen ermitteln und bewerten sowie Schlussfolgerungen ableiten, Maßnahmen vorschlagen sowie an deren Umsetzung mitwirken
35. Auswirkungen unterschiedlicher Faktoren, insbesondere von Preisgestaltung, Beständen sowie Kosten, auf Kalkulation und Ertrag beurteilen
36. Maßnahmen zur Verbesserung betrieblicher Arbeitsprozesse vorschlagen und an deren Umsetzung mitwirken
37. **Marketingmaßnahmen**
38. die Marktsituation am Standort unter besonderer Berücksichtigung von wirtschaftlichen und regionalen Gesichtspunkten analysieren und beurteilen
39. den Marktauftritt von Mitbewerbern im stationären Handel und im Onlinehandel bewerten und unter Berücksichtigung wettbewerbsrechtlicher Vorgaben Vorschläge für Marketingmaßnahmen erarbeiten und begründen
40. Instrumente der Marktbeobachtung einsetzen, Ergebnisse der Marktforschung zum Kaufver-halten auswerten und Vorschläge für den Einsatz von Marketinginstrumenten ableiten und begründen
41. Informations- und Kaufverhalten von Zielgruppen unterscheiden, Konsequenzen ableiten, Maßnahmen vorschlagen und an der Umsetzung mitwirken
42. verkaufsfördernde Maßnahmen unter Berücksichtigung von verkaufsstarken und verkaufs-schwachen Zonen und unter Berücksichtigung betrieblicher Vorgaben entwickeln und umsetzen
43. Platzierungen im Verkaufsraum planen, umsetzen und deren Auswirkungen beurteilen
44. Produktinformationen für die Verkaufsförderung kundenorientiert einsetzen
45. Erfolgskontrollen vorbereiten, durchführen und auswerten sowie Verbesserungsvorschläge ableiten
46. **Onlinehandel**
47. bei der Betreuung eines Onlineshops Rechtsvorschriften einhalten
48. Wechselwirkungen zwischen Onlinehandel und stationärem Verkauf berücksichtigen
49. den Produktkatalog im Onlineshop pflegen
50. Instrumente des Onlinemarketings einsetzen und die Suchmaschinenplatzierung bewerten
51. Kunden beim Onlinekauf beraten
52. Feedback von Kunden im Onlinehandel auswerten und daraus Verbesserungsvorschläge für die MultiChannel-Strategie des Betriebes ableiten
53. Kennziffern für den Onlineshop ermitteln und auswerten
54. Maßnahmen zur Verbesserung von Sortimentsstrukturen, Logistikprozessen und Marketingmaßnahmen im Rahmen einer Multi-Channel-Strategie vorschlagen
55. mit IT-Dienstleistern den Onlinehandel weiterentwickeln sowie Maßnahmen zur Behebung von Störungen einleiten
56. **Mitabeiterführung und –entwicklung**
57. Maßnahmenpläne zur Personalentwicklung aus betrieblichen Zielen ableiten, Zielerreichung überprüfen und Anpassungen vornehmen
58. die Bedeutung von Motivation und Selbstverantwortung bei der Mitarbeiterführung berücksichtigen
59. Gespräche mit Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen sowie Teambesprechungen ergebnisorientiert führen und reflektieren
60. die Wirkungen verbaler und nonverbaler Kommunikation sowie die Unterschiede zwischen Selbstbild und Fremdbild reflektieren und in der Mitarbeiterführung nutzen
61. Möglichkeiten der Konfliktlösung mit dem Ziel anwenden, Motivation, Arbeitsklima und Arbeitsleistung zu verbessern
62. Methoden des Selbst- und Zeitmanagements einsetzen
63. Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen bei ihrer Tätigkeit konstruktiv unterstützen und die Zusammenarbeit im Team fördern
64. aus Personaleinsatz und Personalbedarfsplanung sowie aus Mitarbeiterpotenzial und Qualifikationsbedarf Maßnahmen der Personalentwicklung ableiten und umsetzen
65. Personaleinsatzplanung erstellen
66. arbeits- und sozialrechtliche Vorschriften bei Personalplanung und Personaleinsatz anwenden
67. **Vorbereitung unternehmerischer Selbständigkeit**
68. Chancen und Risiken für ein Handelsunternehmen einschätzen, ein Unternehmenskonzept unter Berücksichtigung von Innovationen entwickeln
69. Marktforschungsdaten und Standortanalysen auswerten und für das Unternehmenskonzept nutzen
70. persönliche und fachliche Kompetenzen für eine unternehmerische Selbständigkeit kritisch reflektieren
71. eine geeignete Rechtsform für das Unternehmen auswählen und einen Businessplan erstellen, präsentieren und begründen
72. Personalbedarf ermitteln und Rekrutierungsmöglichkeiten auswählen
73. die Unternehmensfinanzierung unter Berücksichtigung von Finanzierungsquellen und Fördermöglichkeiten planen
74. erforderliche Versicherungen und Steuerpflichten bei der Planung berücksichtigen
75. Kennziffern der Unternehmensbewertung nutzen, daraus Maßnahmen ableiten und dabei Nachhaltigkeit berücksichtigen