

Ihr Berufseinstieg in den Einzelhandel

„Im Tante-Emma-Laden, an der Ecke vis-à-vis. Wenn an der Tür die Glocke bimmelt, ist das beinah' schon Poesie.“

Das sang Udo Jürgens im Jahr 1976. Und heute? Filialisten, Discounter, Bio-Märkte, E-Commerce und Teleshopping – nichts ist mehr wie es war. Tante Emma? Am Ende hat sie eben doch keiner mehr gewollt, weil die modernen Formen des Einzelhandels attraktiver sind. Das Bessere ist eben der Feind des Guten.

Sie interessieren sich für eine Ausbildung im Handel, zum Beispiel als Verkäufer/-in oder als Kaufmann/-frau, für ein duales Studium oder für ein Trainee-Programm? Die entscheidende Frage, die Sie – zunächst sich selbst und später anderen – zu beantworten haben, lautet: Warum eigentlich? Wem hier nichts Schlüssiges einfällt, der wird mit großer Wahrscheinlichkeit im Bewerbungsverfahren scheitern.

Entscheidungen müssen auf der Basis von Kenntnissen und – falls möglich – Erfahrungen getroffen werden. Natürlich darf auch das Bauchgefühl eine Rolle spielen, aber es sollte nicht den Ausschlag geben.

Verschaffen Sie sich in den folgenden Kapiteln zunächst die notwendigen fachlichen Einblicke, um in eigener Sache noch mehr Klarheit zu gewinnen und später im Vorstellungsgespräch und im Assessment-Center gut anzukommen. Wenn Sie sich einen guten Überblick über den Einzelhandel erarbeitet haben – ein sich anschließender Wissenstest wird Ihnen dies bestätigen –, können Sie sich danach auf die typischen Einstellungsverfahren vorbereiten. Sie finden alle gängigen Tests, die Sie als Übungsmaterial nutzen können.

Funktion und Bedeutung des Einzelhandels

Unter Einzelhandel versteht man Handelsunternehmen, die Waren verschiedener Hersteller beschaffen, zu einem Sortiment zusammenfügen und an Verbraucher (Konsumenten) verkaufen. Im Gegensatz dazu verkauft der

Großhandel an gewerbliche Kunden, also Wiederverkäufer und Großverbraucher. Der Unterschied besteht nicht in der verkauften Warenmenge, sondern der Kundenkreis ist ein anderer. Und nun folgen einige imposante Zahlen. Nach Angaben des Handelsverbands Deutschland (HDE), der Spitzenorganisation des deutschen Einzelhandels,

- gibt es 400.000 Unternehmen im Einzelhandel,
- die auf insgesamt 400 Milliarden Euro Jahresumsatz kommen,
- 2,9 Millionen Beschäftigte haben und
- 165.000 Frauen und Männer in gut 30 Berufen ausbilden (die Ausbildungsquote ist überdurchschnittlich hoch).

Da Zahlen erst im Vergleich richtig wirken können, sei bei dieser Gelegenheit erwähnt, dass beispielsweise die deutsche Automobilindustrie auf einen Umsatz von „nur“ 280 Milliarden Euro kommt.

Die Vertriebsformen im Einzelhandel

Machen Sie sich nun mit den vielfältigen Vertriebsformen im Einzelhandel vertraut. Die Rangordnung folgt dem Anteil am Einzelhandel in Prozent.

- Fachmärkte
- Discounter
- Fachhandel (nicht filialisiert)
- SB-Warenhäuser/Verbrauchermärkte
- Filialisten des Fachhandels
- Supermärkte
- Fernabsatzgeschäft (Versender, E-Commerce)
- Convenience-Verkaufsformen (zum Beispiel Kioske)

- Kauf- und Warenhäuser
- Handwerk

Auffällig ist insbesondere die enorme Zunahme von Nonfood-Produkten im Lebensmitteleinzelhandel.

Nachhaltiger Konsum

Das Verbraucherverhalten hat sich in den vergangenen Jahren dahingehend verändert, dass bei der Kaufentscheidung ökologische und ethische Kriterien eine immer größere Rolle spielen. So meldet der HDE eine steigende Absatz- beziehungsweise Umsatzentwicklung bei

- Fairtrade-Produkten,
- Bio-Produkten,
- Produkten mit MSC-Kennzeichen (Fisch aus umweltgerechter und bestandsschonender Fischerei),
- FSC-gelabelten Holzprodukten (aus nachhaltiger Waldwirtschaft) und
- Produkten mit dem „Blauen Engel“ (vom Umweltbundesamt vergeben).

WAS VERSTEHT MAN UNTER NACHHALTIGKEIT?



Der Begriff „Nachhaltigkeit“ stammt ursprünglich aus der Forstwirtschaft und bedeutet, dass nur so viel Holz geerntet werden darf, wie in dem jeweiligen Anbaugebiet nachwächst. Er wurde bereits im 18. Jahrhundert geprägt und steht heute für den sorgsamen und verantwortungsbewussten Umgang mit Ressourcen – insbesondere hinsichtlich der Bedürfnisse kommender Generationen.

Auf der Homepage des HDE finden Sie einen gut gemachten zweiminütigen Kurzfilm zur Geschichte des Einzelhandels mit dem Titel „Im Wandel der Zeit“.

Aufgaben im Einzelhandel

Wer sich für eine Ausbildung oder ein Trainee-Programm im Einzelhandel interessiert, kann zwischen sehr unterschiedlichen Warensortimenten wählen, zum Beispiel:

- Ernährung und Gesundheit
- Haushalt und Wohnen
- Mode und Bekleidung
- Arbeit und Mobilität (Fahrzeuge, Ersatzteile, Heimwerkerbedarf etc.)
- Kommunikation und Bildung
- Sport, Freizeit, Hobby, Wellness, Gesundheit

Unabhängig davon, welches Sortiment Sie bevorzugen, in der Regel haben Kaufleute, die im Einzelhandel tätig sind, die folgenden Aufgaben zu erledigen:

- Kunden beraten und Waren verkaufen
- Kundenwünsche ermitteln
- Reservierungen, Reklamationen aufnehmen, Waren umtauschen, bei Konflikten Lösungen suchen
- Gegebenenfalls spezielle Dienstleistungen anbieten und ausführen (zum Beispiel Reparaturservice, Lieferservice)
- Kassieren und Abrechnen
- Bei der Sortimentsgestaltung mitwirken (dazu Markt beziehungsweise Konkurrenz beobachten sowie Markt- beziehungsweise Konkurrenzanalysen durchführen)

- Warenbeschaffung und Einkauf durchführen (unter anderem Einkaufsverhandlungen führen, Waren bestellen und Lieferantenbeurteilung erstellen)
- Bei Lagerhaltung und Versand mitwirken
- Verkaufsvor- und -nachbereitende Tätigkeiten durchführen (unter anderem Waren auszeichnen sowie bei Inventuren und Bestandskontrollen mitwirken)
- Verkaufsförderung und Werbung durchführen (zum Beispiel Sonderaktionen planen und durchführen)
- Verwaltungs- und Organisationstätigkeiten ausführen (von Bestellungen über Ergebnisrechnungen bis zur Erstellung warenwirtschaftlicher Informationen mithilfe computergestützter Warenwirtschaftssysteme)
- Personaleinsatz planen und Mitarbeiter/-innen führen
- Bei der Planung, Organisation und Durchführung betrieblicher Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen mitwirken

Modernisierte Berufsbilder im Handel

Die folgenden Ausbildungsberufe wurden in den vergangenen Jahren im Rahmen des dualen Bildungssystems modernisiert:

- Kaufmann/-frau im Einzelhandel
- Kaufmann/-frau im Groß- und Außenhandel
- Verkäufer/-in
- Gestalter/-in für visuelles Marketing (vormals Schauwerbegestalter)
- Fachkraft für Lagerlogistik (vormals Fachkraft für Lagerwirtschaft)
- Fachlagerist/-in (vormals Handelsfachpacker)

- Fachverkäufer/-in im Lebensmittelhandwerk (vormals Fachverkäufer/-in im Nahrungsmittelhandwerk)

Quelle: Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB)

Drei interessante und weniger bekannte Berufsbilder sollen im Folgenden kurz skizziert werden.

Was machen eigentlich Gestalter/-innen für visuelles Marketing?

Früher hieß dieses Berufsbild „Schauwerbegestalter“. Inzwischen haben sich die Ansprüche an die „visuelle Verkaufsförderung“ erheblich verändert, deshalb wurden die Lerninhalte dieses kreativen Berufs entsprechend angepasst. Wer in diesem Berufsfeld erfolgreich sein will, der muss in der Lage sein, „Visual-Merchandising“-Konzepte zu entwickeln und gestalterisch umzusetzen. Dafür braucht er unbedingt ein gutes Gespür für Lebensstile und Trends. Nach Abschluss der dreijährigen Ausbildung können die Absolventen unter anderem

- Projekte des visuellen Marketings in Einzelhandelsgeschäften planen, kalkulieren und kontrollieren,
- Erlebnisräume, Events, Veranstaltungen sowie Verkaufsaktionen im Messe- und Ausstellungswesen konzipieren, inszenieren und gestalten und
- moderne Grafik-, Layout- und Bildbearbeitungsprogramme anwenden.

Weitere detaillierte Informationen finden Sie unter www.berufenet.de bei der Agentur für Arbeit.

Was machen eigentlich Fachkräfte für Lagerlogistik?

Dieser Ausbildungsberuf (früher „Fachkraft für Lagerwirtschaft“) umfasst einen Teilbereich der Logistik, die sich insgesamt bekanntlich mit der Planung, Organisation, Steuerung, Abwicklung und Kontrolle des gesamten

Material- und Warenflusses eines Unternehmens befasst. Fachkräfte für Lagerlogistik schlagen Güter um, lagern diese fachgerecht und unterstützen logistische Planungs- und Organisationsprozesse. Die Absolventen dieser Ausbildung verfügen unter anderem über Kenntnisse auf den folgenden Gebieten:

- Allgemeines logistisches Know-how
- Arbeitsorganisation
- Qualitätssicherung
- Fachspezifische Fremdsprachen
- Kommissionieren (das Zusammenstellen bestimmter Artikel aus einem Sortiment)
- Bestände im Warenwirtschaftssystem erfassen
- Be- und Entladungen durchführen/organisieren

Die Ausbildung dauert drei Jahre. Fachkräfte für Lagerlogistik finden Arbeitsplätze in allen Betrieben, die über eine Lagerhaltung verfügen. Zusätzliche Informationen finden Sie unter www.berufenet.de bei der Agentur für Arbeit.

Was machen eigentlich Category-Manager/-innen?

Dabei handelt es sich um ein neues und spannendes Berufsbild im Handel. Im „Metro-Handelslexikon 2010/2011“ findet sich die folgende Definition: „Das Category Management – zu Deutsch Warengruppenmanagement – betrachtet nicht einzelne Produkte, sondern Produktgruppen (categories), die aus Verbrauchersicht thematisch zusammengehören, zum Beispiel ‚Alles für das Kind‘ oder ‚Alles für die Grillparty‘.“

Die Aufgabe des Category-Managers besteht folglich darin, Warengruppen unter Berücksichtigung der unterschiedlichsten Gesichtspunkte an den Bedürfnissen der Kunden auszurichten. Wenn es beispielsweise „rund um die

Einschulung“ geht, werden die zu diesem Thema passenden Artikel zusammengestellt und platziert. Früher musste man sich Schulranzen, Stifte, Schultüten, Süßigkeiten und vieles mehr in den verschiedenen Abteilungen zusammensuchen – heute wird alles zusammen auf einer Fläche präsentiert. Dabei kümmert sich der Category-Manager auch um die Preise und die entsprechende Werbung. Diese Aufgabe erfordert Ideenreichtum, eine gute Nase für die Kundenwünsche und damit ein Gespür für Chancen zur Umsatzsteigerung.

Im „Metro-Handelslexikon 2010/2011“ heißt es weiter über den Category-Manager: „Neben dem Einkauf und Vertrieb arbeitet er eng mit seinen Kollegen aus dem Marketing, der Logistik, dem Controlling sowie dem Key Account Management der Lieferanten zusammen. Dies erfordert ausgeprägte kommunikative Fähigkeiten.“

Wer hier seine berufliche Zukunft sieht, braucht neben guten Warenkenntnissen praktische Erfahrungen im Vertrieb eines Handelsunternehmens. Ein guter Einstieg in dieses Berufsfeld ist die Tätigkeit als Assistent-Category-Manager.

Gute Chancen für Quereinsteiger: E-Commerce

Der Online-Handel erzielt seit Jahren regelmäßig beträchtliche Zuwachsraten, damit steigt auch die Zahl interessanter Jobs. Mehr noch: Es entstehen völlig neue Berufsbilder. Da es für viele Aufgaben in der digitalen Einkaufswelt noch keine offiziellen Ausbildungswege gibt, eröffnen sich gute Perspektiven für Quereinsteiger. Es folgen nur einige Beispiele.

Social-Media-Beauftragte/-r

Der Social-Media-Experte koordiniert im Rahmen der Social Media die Aktivitäten von Marketing, PR, Produktentwicklung und Customer-Relationship-Management (CRM). Im Vordergrund stehen dabei Synergieeffekte.

SEO-Berater/-in

SEO steht für Search Engine Optimization, also die Suchmaschinenoptimierung beziehungsweise das Suchmaschinenmarketing in Hinblick auf die

Bedürfnisse bestimmter Zielgruppen, die man erreichen möchte. Zur SEO-Beratung gehört auch die Entwicklung eines ansprechenden Webdesigns.

Usability-Experte/-Expertin

Usability-Experten sind für die benutzerfreundliche Gestaltung von Webseiten verantwortlich. Über User-Tests (zum Beispiel Blickverlaufsanalysen) verschaffen sie sich Einblicke in die Wahrnehmungsprozesse von Zielgruppen und setzen diese beim Aufbau einer Internetpräsenz entsprechend um. Es handelt sich um einen typischen Seiteneinsteigerberuf, der allerdings Erfahrungen aus der digitalen Welt voraussetzt.

Produktmanager/-in E-Commerce

Eine wesentliche Aufgabe besteht darin, Features zu konzipieren und/oder weiterzuentwickeln. Solche Features beziehen sich beispielsweise auf die Werbung (Teaser etc.), die Produktverwaltung (Produktsuche etc.), den Bestellvorgang und den Warenkorb. Dabei sind einschlägige Softwareentwicklungsmethoden und -prozesse umzusetzen und zu optimieren.

ERSTER STUDIENGANG E-COMMERCE IN DEUTSCHLAND



Ab dem Wintersemester 2011/2012 bietet die Fachhochschule Wedel in Kooperation mit der Otto Group den deutschlandweit ersten Studiengang E-Commerce an. Dazu Rektor Prof. Dr. Eike Harms: „Mit der Otto Group den deutschlandweit ersten konsekutiven Präsenzstudiengang für E-Commerce zu schaffen, stellt für uns an der FH Wedel eine optimale Erweiterung unseres Studienangebotes dar. Mit unseren Informatikstudiengängen und der Betriebswirtschaftslehre haben wir bereits ein fantastisches Fundament, welches wir im neuen Studiengang zielgerichtet nutzen. Mit der Otto Group Stiftungsprofessur und ausgewählten Lehraufträgen können wir uns noch weiter im Thema E-Commerce spezialisieren. (...) Der Markt für Absolventen im E-Commerce boomt in unvergleichlicher Weise. Man muss sich nur einmal anschauen, wie viele Apps inzwischen im B2C und B2B nachgefragt werden. Mobile Commerce ist nicht mehr nur ein Buzzword, sondern füllt sich mit Inhalten. Hier gibt es viel zu tun und noch ein großes Potenzial in der Wirtschaft.“