

## Einstieg in das Lernfeld 4

### Waren präsentieren

#### Lernsituation:

Weihnachten ist noch lange nicht in Sicht. Aber schon jetzt beginnen in den Abteilungen die Planungen für das nächste Weihnachtsgeschäft.

Im Untergeschoss verfügt das Warenhaus über eine rechteckige, 900 m<sup>2</sup> große Fläche für Sonderaktionen jeder Art. Jährlich werden dort zur Weihnachtszeit Weihnachtsartikel angeboten.

Die Ausbildungsleiterin, Daniela Rosendahl, möchte, dass die Auszubildenden möglichst viele Erfahrungen im Bereich der Warenpräsentation gewinnen. In Abstimmung mit der Geschäftsleitung werden die Auszubildenden beauftragt die Gestaltung der Weihnachtsabteilung in eigener Regie unter dem Motto „Der Ambiente-Weihnachtsmarkt“ selbstständig durchzuführen. Neben der Verkaufsfläche stehen für die Abteilung fünf Schaufenster zur Verfügung.

Die Auszubildenden werden in Gruppen eingeteilt und sollen ihr Konzept der Warenpräsentation der Geschäftsleitung vorstellen. Mit einer Prämie belohnt wird das Konzept, das die meisten Regeln der Warenpräsentation beachtet.

Versetzen Sie sich nun in die Rolle der Auszubildenden des Warenhauses **Ambiente**.

1. Einigen Sie sich darauf, welche Artikel typischerweise in einer Abteilung für Weihnachtsbedarf angeboten werden sollen.
2. Je eines der 5 Schaufenster soll als

Übersichts-  
fenster

Stapel-  
fenster

Sachfenster

Spezial-  
fenster

Fantasie-  
fenster

gestaltet werden. Fertigen Sie jeweils einen Entwurf für die Dekoration an. Bereiten Sie

sich auch darauf vor, den anderen Gruppen anhand des Entwurfes die jeweiligen Merkmale der Schaufensterart zu erläutern.

3. Fertigen Sie für die Präsentation auf einer Wandzeitung eine Skizze an, die über die Ladengestaltung informiert.

Dargestellt werden sollen,

- a) Warenträger, für die Weihnachtsartikel verwendet werden: Gehen Sie im Rahmen der Präsentation auch darauf ein, welche Vorteile die ausgewählten Warenträger haben,
  - b) Bereiche des Verkaufsraumes, in die der Weihnachtsmarkt eingeteilt wird,
  - c) wie die Warenträger im Verkaufsraum verteilt werden,
  - d) inwieweit man einen Individualablauf zulässt (Begründung),
  - e) welche Maßnahmen der Kundenführung man anwendet.
4. Visualisieren Sie mit einem Mittel Ihrer Wahl auch,
    - a) welche Platzierungsart im Verkaufsraum angewandt wird,
    - b) wie viel Prozent der Verkaufsfläche die von Ihnen ausgewählten Warengruppen bekommen,
    - c) wie Sie Artikel Ihrer Wahl in unterschiedlichen Bereichen eines Regals unterbringen.
  5. Stellen Sie der Geschäftsleitung zusätzlich eine Liste mit 25 Maßnahmen zur Schaffung eines positiven Einkaufsklimas in der Weihnachtsabteilung vor.
  6. Führen Sie ein Brainstorming durch, inwieweit Innovationen im Bereich der Warenpräsentationen in der Weihnachtsabteilung angewandt werden können.

## 4.1 Wir fördern mit einer systematischen Verkaufsraumgestaltung den Absatz

### Einstieg

Mitte November:

Neuhausen ist eine Stadt mit 40 000 Einwohnern, 50 km von Schönstadt entfernt. Bisher gab es hier nur das kleine Warenhaus Müller, das neben verschiedenen Fachgeschäften die Neuhausener mit allem Lebensnotwendigen versorgte. Da das Unternehmerehepaar Müller kinderlos ist, ergibt sich ein Nachfolgeproblem, weil es sich zur Ruhe setzen will. Auf diese Situation wurde die **Ambiente Warenhaus AG** aufmerksam. Ambiente machte ein Kaufangebot und man wurde sich schnell handelseinig. Das bisherige Verkaufspersonal wird übernommen, die neue Filialleitung kommt aus Schönstadt.

In der heutigen ersten Leitungssitzung nach der Übernahme kommt es aber zu einigen Differenzen:

Barbara Mielke, Verkaufsleiterin:

„Wir sollten das gesamte Geschäft so lassen, wie es ist. Dann können wir das Weihnachtsgeschäft voll ausschöpfen.“

Bernd Höweling, Marketing:

„Davon halte ich überhaupt nichts!“

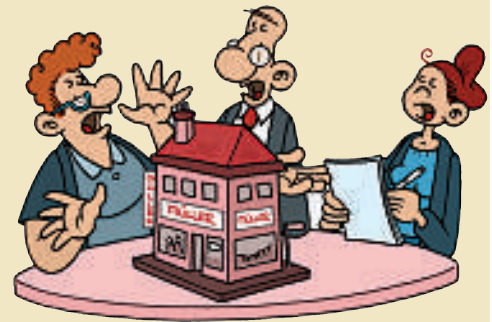
Die Zentrale in Schönstadt hat sämtliche Elemente, Ausstattungen und Farben unserer Warenhäuser bundesweit genau festgelegt, weil größter Wert auf eine kundenfreundliche Warenpräsentation gelegt wird.

Also – von daher ist Ihr Vorschlag, Frau Mielke, doch relativ kurzfristig gedacht. Um auch langfristig gute Umsätze zu machen, sollten wir die jetzt doch ziemlich antiquiert wirkenden Geschäftsräume nach neuesten Erkenntnissen – festgehalten in den Vorgaben aus der Zentrale – einrichten.

Wir müssen darauf achten, dass die Kunden möglichst leicht ins Geschäft kommen, dort lange bleiben und viel erleben. Dazu müssen die Waren optimal präsentiert werden.“

Reinhild Dannenberg, Filialleiterin:

„Na gut! Was gehört alles zu einer gründlichen Neueinrichtung dazu?“



1. Klären Sie, worum sich die Filialleitung bei der Neueinrichtung der Geschäftsräume kümmern muss.
2. Führen Sie verschiedene Bereiche der Verkaufsraumgestaltung auf.

### Information

Die äußere und innere Gestaltung des Verkaufsraumes zählt zu den bedeutendsten Möglichkeiten der Einzelhandelsunternehmen, das Verhalten der Kunden in ihrem Sinn zu beeinflussen. So zeigen Branchenstudien seit Jahren, dass ein Großteil der Kaufentscheidungen – in Abhängigkeit von der Handelsbranche bis zu 50 Prozent – im Laden getroffen wird. Damit ist der Einkauf stark von im Verkaufsraum vermittelten Kaufimpulsen geprägt.

Handelsunternehmen stehen gegenwärtig vor der großen Aufgabe,

- ▶ sich immer rascher wechselnden Trends,
- ▶ steigendem Konkurrenzdruck,
- ▶ zunehmend instabilen Wertvorstellungen und differenzierteren Erwartungen der individualisierten Kunden

anzupassen und die Produktivität der Verkaufsflächen der Unternehmensstrategie gemäß zu steuern. Die Verkaufsraumgestaltung stellt in Kombination mit der gelungenen Abstimmung der Sortimente für den stationären Handel