



CHANCEN

WEITERBILDUNG UND LAUFBAHN

HANDEL UND VERKAUF

«Der Detailhandel bietet Entwicklungsmöglichkeiten und Perspektiven»

Simon Schär, Detailhandelsmanager



Detailhandelsmanager/in HFP

- Höchster eidgenössisch anerkannter Abschluss im Detailhandel
- Grosse Praxisnähe
- Unternehmerisches Denken und Handeln
- Innovativer Aufbau
- Vernetzung mit Top-Kaderpersonen des Detailhandels
- BDS-Campus-Zertifikat



Mit 50% Bundesbeiträgen



info@detailhandelsmanager.ch, www.detailhandelsmanager.ch, Tel. 031 328 40 40

Erster eidgenössischer Abschluss im E-Commerce

Zielpublikum

- Berufsleute aus dem Detailhandel, dem kaufmännischen Berufsfeld, der ICT, der Logistik oder Quereinsteiger/innen mit eigenem Online-Shop

Schlüsselkompetenzen

- Aufbau, Betrieb und Weiterentwicklung von Online-Shops und digitalen Plattformen
- Digitalisierung von Verkaufsprozessen
- Umsetzen von Marketingaktivitäten
- Arbeiten in Projektteams und an den Schnittstellen Logistik, Recht und Category Management



Weitere Infos und Vorbereitungsinstitute
www.e-com.swiss





**Bruna Medvescig, Berufs-,
Studien- und Laufbahn-
beraterin Luzern**

verantwortliche Fachredak-
torin für dieses Chancenheft

Liebe Leserin, lieber Leser

Für die Schweizer Volkswirtschaft ist der Handel von grosser Bedeutung und nach dem öffentlichen Sektor der grösste Arbeitgeber der Schweiz. Er ist auch relevant in der Ausbildung von Lernenden. Gehandelt wurde schon immer, was sich wohl auch in Zukunft nicht ändern wird. Der Gross- wie auch der Detailhandel sind somit unverzichtbare Glieder in der Kette vom Hersteller bis zum Endverbraucher und aus dem Alltag nicht wegzudenken. Vereinfacht gesagt: Der Grosshandel kauft in grossen Mengen direkt bei Produzenten im In- oder Ausland (Import) ein und verkauft die Waren in kleineren Mengen direkt an den Detailhandel oder die verarbeitende Industrie im Inland.

Umgekehrt werden die durch die inländische Industrie produzierten Güter wiederum über den Grosshandel ins Ausland (Export) oder an den Detailhandel verkauft. So stehen die Waren schliesslich im Laden den Konsumenten und Konsumentinnen zur Verfügung. Gerade während der Pandemie zeigte sich die grosse Bedeutung des Handels, denn er stellt uns die Produkte für den täglichen Bedarf bereit.

Die Rahmenbedingungen für den Handel verändern sich in einem Tempo und Ausmass, welche die Entwicklungen der letzten Jahrzehnte bei Weitem übersteigt. Berufsfachleute im Handel müssen flexibel und bereit sein, sich auf ständige Veränderungen einzulassen. Trotz Wandel heisst die Devise auch heute noch: Der Kunde ist König, die Kundin ist Königin.

Ich wünsche Ihnen viel Spass beim Lesen dieses Heftes und danke allen Beteiligten herzlichst.

Dank

Wir danken allen beteiligten Personen, Firmen und Verbänden herzlich für ihre Mitarbeit. Dieses Heft wird unterstützt vom Staatssekretariat für Bildung, Forschung und Innovation SBFI.

Die Heftreihe **«Chancen: Weiterbildung und Laufbahn»** präsentiert branchenspezifische Angebote im Bereich der höheren Berufsbildung: Kurse, Lehrgänge, Berufsprüfungen, höhere Fachprüfungen, höhere Fachschulen. Auch die Angebote der Hochschulen werden kurz vorgestellt, aber nicht vertieft. Die Reihe besteht aus insgesamt 32 Titeln, welche im Vier-Jahres-Rhythmus aktualisiert werden. Das gesamte Editionsprogramm finden Sie auf Seite 46.

Ausführliche Informationen zu allen Studien an Fachhochschulen, Universitäten, ETH und Pädagogischen Hochschulen vermittelt die zweite Heftreihe des SDBB **«Perspektiven: Studienrichtungen und Tätigkeitsfelder»**.



Die Reihe besteht aus insgesamt 48 Titeln, welche ebenfalls im Vier-Jahres-Rhythmus aktualisiert werden.

Alle diese Medien können unter **www.shop.sdbb.ch** online bestellt oder bei den Berufsinformationszentren BIZ der Kantone ausgeliehen werden.

Weitere Informationen zu den Heftreihen finden sich auf **www.chancen.sdbb.ch** und **www.perspektiven.sdbb.ch**.

BRANCHENPULS

7

Interview

«Immer mehr Händler setzen auf Omni-Channel»

Interview mit Adrian Sutter, wissenschaftlicher Mitarbeiter bei Swiss Retail und Projekt-Mitglied der Future Retail Switzerland

8

Allgemeine Infos zur Branche

10

AUS- UND WEITERBILDUNG

15

Einstieg in die Branche

15

Bildungswege nach der beruflichen Grundbildung

16

Fachausbildungen und Kurse

17

Berufsprüfungen BP

18

Höhere Fachprüfungen HFP

19

Höhere Fachschulen HF

20

Fachhochschulen FH, Uni, ETH

21

GROSSHANDEL

23

Laufbahnbeispiele – Porträts von Berufsleuten

Marco Stettler, Detailhandelsmanager HFP

24

Ivonne Eng, Contact Center Supervisor BP

25

Aldo Waldvogel, Einkaufsfachmann BP

26

Seraina Hug, Spezialistin öffentliche Beschaffung BP

27

Nicole Durrer, Verkaufsfachfrau (Aussendienst) BP

28

Adrian Kempf, Einkaufsleiter HFP

29

Weiterbildungen und Berufsfunktionen

30

27

Seraina Hug, Strategische Einkäuferin, Stadtwerk Winterthur: «Die neue Ausbildung zur Spezialistin öffentliche Beschaffung BP kam zur rechten Zeit und hat mir ein gutes Grundwissen in der öffentlichen Beschaffung vermittelt.»



DETAILHANDEL

33

Laufbahnbeispiele – Porträts von Berufsleuten

Remunda Tairi, Nachholbildung Detailhandelsfachfrau Art. 32	34
Vera Wanner, Visual Merchandiser mit Zertifikat und Pharma-Assistentin EFZ	35
Elmeset Farizi, Abteilungsleiter SIU, Detailhandelsfachmann EFZ	36
Laura Ramay Schläpfer, Branchenspezialistin Bäckerei-Konditorei-Confiserie BP	37
Tatjana Milicevic, Detailhandelsspezialistin BP	38
Sandra Jager, Pharma-Betriebsassistentin BP	39
Eveline Rhyner, Detailhandelsmanagerin HFP	40
Franziska Habegger, Drogistin HF	41

Weiterbildungen und Berufsfunktionen

42

SERVICE

44

Adressen, Tipps und weitere Informationen	44
Impressum	45
Bestellinformationen	45
Editionsprogramm	46
Index	47

36

Elmeset Farizi, Teamleiter Baumarkt Do-it-yourself, Genossenschaft Migros Basel (OBI Dreispitz): «Der Verkauf ist wie Mannschaftssport, man erledigt gemeinsam eine Aufgabe mit dem Ziel, die Kundschaft zufriedenzustellen.»



41

Franziska Habegger, Geschäftsinhaberin, Dropa Drogerie Habegger, Wabern: «Es ist mir ein Anliegen, unsere Drogerie mit Weitsichtigkeit immer den neusten Trends und Gegebenheiten anzupassen.»



Dieses Heft wurde in enger Zusammenarbeit mit der Redaktion von berufsberatung.ch erarbeitet. Auf dem offiziellen Portal der schweizerischen Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung www.berufsberatung.ch stehen **ergänzende und aktuelle Informationen** bereit:



Berufe

Informationen über alle Berufe der Grundbildung, Berufe der höheren Berufsbildung und Berufsmöglichkeiten nach einem Hochschulstudium. Bilder und Filme geben Einblick in die Arbeitswelt eines Berufs. Die wichtigsten beruflichen Funktionen im Schweizer Arbeitsmarkt werden kurz beschrieben.

Aus- und Weiterbildungen

Freie Lehrstellen der Schweiz und rund 25 000 Aus- und Weiterbildungen sowie weitere wichtige Informationen für alle Bildungsstufen und Altersklassen (inkl. Tipps zur Finanzierung von Aus- und Weiterbildungen).

Das interaktive Bildungsschema zeigt die Bildungslandschaft und übliche Aus- und Weiterbildungswege.

Arbeit und Beschäftigung

Einstiegsmöglichkeiten in den Arbeitsmarkt, Tipps zu Laufbahnplanung, Stellensuche, Bewerbung und Vorstellungsgespräch. Informationen zu Arbeit und Ausbildung im Ausland.

Adressen und Informationsstellen

Links zu Berufs-, Studien- und Laufbahnberatungsstellen, Stipendienstellen, Ausbildungsstätten, Weiterbildungsinstitutionen, Schulen und Hochschulen.

Karriereweg mit Zwischenstufe.



Sachbearbeiter:in edupool.ch



Das Programm «Sachbearbeiter:in edupool.ch» umfasst acht verschiedene Fachrichtungen und stellt für viele Weiterbildungsinteressierte eine attraktive Alternative dar – auch als Zwischenstufe vor dem Fachausweis. Arbeitgebende ihrerseits profitieren dank hohem Praxisbezug von einer gezielten Förderung ihrer Mitarbeitenden. Die schweizweit anerkannten edupool.ch Diplome werden vom Kaufmännischen Verband und, je nach Ausrichtung, von namhaften Branchen- und Berufsverbänden mitunterzeichnet.

Rund 50 kaufmännische Weiterbildungszentren bieten die schweizweit anerkannten edupool.ch Bildungsgänge an.



edupool.ch/sb

BRANCHENPULS AUS- UND WEITERBILDUNG



«Immer mehr Händler setzen auf Omni-Channel»

Adrian Sutter, beschreiben Sie bitte, was Swiss Retail ist und wofür Sie sich einsetzen?

Die Swiss Retail Federation ist der Verband der Detailhandelsunternehmen (stationär und online) in der Schweiz und wurde 1937 als Verband der schweizerischen Waren- und Kaufhäuser gegründet. Unter unseren Mitgliedern sind Warenhäuser, Fachmärkte und Fachgeschäfte, Verbraucher- und Abholmärkte, selbstständige Detaillisten, Food-Fachhändler und Kioske. Diese bieten insgesamt rund 58 000 Arbeitsplätze an und weisen einen jährlichen Umsatz von 23 Milliarden Franken aus. Wir vertreten auf nationaler Ebene gegenüber Politik und Öffentlichkeit die politischen Interessen des Schweizer Detailhandels. Der Verband setzt sich für freiheitliche Rahmenbedingungen und hohe Standards in der Branche ein, was letztlich der Kundschaft zugutekommt. Zudem bieten wir unseren Mitgliedern weitere attraktive Dienstleistungen an.

Welches waren die Auswirkungen der Pandemie auf das Berufsfeld? Gab es Unterschiede zwischen den Branchen – zum Beispiel Food versus Non-Food?

In der Pandemie hat sich gezeigt, was der Detailhandel tagtäglich leistet. Das war

sicherlich positiv. Die Lebensmitteldetailhändler gehörten während der Pandemie zu den wenigen Segmenten, die dauerhaft geöffnet waren und so ihren Beitrag zur Grundversorgung der Schweizer Bevölkerung geleistet haben. Die Pandemie und ihre Auswirkungen haben gezeigt, wie unersetzlich der Detailhandel für die Bevölkerung ist. Die Mitarbeitenden im Food-Verkauf, aber auch in der Logistik, haben während dieser Zeit Ausserordentliches geleistet. Im Non-Food zeigte sich ein anderes Bild. Aufgrund der Lockdowns und der teils sehr strikten Massnahmen zur Bekämpfung von Covid-19 mussten viele Mitarbeitende in die Kurzarbeit geschickt werden. Nichtsdestotrotz haben die Detailhändler gezeigt, wie agil sie reagieren und sich an neue Bedingungen anpassen können, indem sie beispielsweise click & collect Möglichkeiten einrichteten.

Welches sind die Stärken des Schweizer Handels, und welche zukünftige Entwicklungen sehen Sie?

In Zukunft werden die Verkaufskanäle weiter verschmelzen und die meisten Detailhändler eine Omni-Channel-Strategie fahren. Im Detailhandel gibt es mehrere Ansätze, für

ein aussergewöhnliches Kundenerlebnis zu sorgen. Immer mehr Händler setzen dabei auf Omni-Channel, bei welcher der potenzielle Kunde über verschiedene Kanäle mehrmals mit dem Produkt in Kontakt gebracht wird, bevor der Kaufentscheid fällt. Das Einkaufserlebnis mit allen Sinnen wird weiterhin wichtig bleiben, sowohl stationär wie auch online durch neue technologische

«Das Einkaufserlebnis mit allen Sinnen wird weiterhin wichtig bleiben.»

Möglichkeiten. Der stationäre Schweizer Detailhandel zeichnet sich durch sein dichtes Filialnetz mit kurzen Wegen und hochwertiger Service-Qualität aus, was von der Kundschaft geschätzt wird. Auch qualitativ hochwertige Ware, die im Schweizer Detailhandel verkauft wird, ist ein Pluspunkt der Schweizer Händler.

Wie wirkt sich die Digitalisierung im Handel aus?

Durch die Digitalisierung haben sich die Einkaufsgewohnheiten der Kundschaft noch mehr verschoben und die Verkaufskanäle



verschmelzen immer mehr. Heute kann man entweder in den stationären Laden gehen oder das Produkt über den Online-Shop nach Hause liefern lassen. Die Digitalisierung führt auch dazu, dass die Kundschaft heute immer besser beispielsweise über die Produktspezifikationen oder die Herkunft informiert ist und dadurch anspruchsvoller ist. Während der Pandemie ist der Online-Handel unverhältnismässig stark gewachsen. Wir gehen davon aus, dass sich das Wachstum wieder den Quoten von vor der Pandemie angleichen wird. Es zeigt sich, dass die Kundschaft in der Schweiz es noch immer schätzt, vor Ort einzukaufen, um sich inspirieren und beraten zu lassen. In Zukunft wird wohl der Einkaufsprozess zwischen den Kanälen – digital und stationär – weiter verschmelzen.

Was muss Ihrer Meinung nach in den nächsten Jahren im Handel geschehen, damit auf Veränderungen im Markt und in der Gesellschaft adäquat reagiert werden kann?

Der Detailhandel muss das tun, was er schon immer getan hat: sich den Bedürfnissen und Wünschen der Kundschaft anpassen. Dieses Bedürfnis hat sich wie bereits angesprochen «digitalisiert», und die Kundschaft möchte in jeder Situation und je nach Kaufwunsch die für sie bequemste Einkaufsmöglichkeit nutzen können, sei dies online, per Mobile oder im lokalen Laden vor Ort. Weiter nimmt das Thema Nachhaltigkeit an Bedeutung zu. Die Kundschaft sowie die gesamte Gesellschaft werden immer aufmerksamer, wie Produkte produziert und vertrieben werden. Diese Anforderungen gilt es in Zukunft noch besser zu berücksichtigen.

Welche wesentlichen Veränderungen prägten in den letzten Jahren die Berufsbildung und höhere Berufsbildung des Handels? Welche Chancen eröffnen sich den Absolventen und Absolventinnen?

Die im Sommer 2022 gestartete Reform verkauf 2022+ deckt die veränderten Bedürfnisse sowohl der Kundschaft wie auch der Detailhändler ab. Sie hilft den Unterneh-

men, die Lernenden anhand der gewünschten und vom Markt geforderten Anforderungen auszubilden und später im Arbeitsmarkt aufzunehmen. Bei Swiss Retail Federation erachten wir die Reform als zielführend und zukunftsorientiert. Die Anforderungen an die Berufsleute im Detailhandel haben

«Die Reform 2022+ deckt die veränderten Marktbedürfnisse ab.»

sich seit der letzten Reform verändert. Die neue Grundbildung ist deshalb noch praxisbezogener und bereitet die Lernenden gut auf die zukünftigen Anforderungen der Arbeitswelt vor. Der didaktische Ansatz der neuen beruflichen Grundbildungen im Detailhandel ist handlungskompetenzorientiert ausgestaltet und setzt auf zwei Schwerpunkte, die je nach Ausrichtung des Lehrbetriebs gewählt werden können. Es kann der Schwerpunkt entweder auf «Gestalten von Einkaufserlebnissen» gelegt werden, wobei der Fokus auf das Schaffen von produkt- und dienstleistungsorientierten Erlebnisswelten liegt. Der andere Schwerpunkt ist «Betreuen von Online-Shops», wo es um die online-Präsentation von Produkten geht. Durch die Struktur der Detailhandelsbetriebe und die gute Grundbildung im Detailhandel haben Absolventen und Absolventinnen im Detailhandel sehr gute Aufstiegschancen. Es ist nicht ungewöhnlich, dass Personen, die mit einer Detailhandelslehre begonnen haben, nach einigen Jahren Positionen im Management eines Detailhandelsunternehmens erreichen.

Welche Eigenschaften und Stärken müssen junge Menschen mitbringen, um heute im Handel erfolgreich zu sein?

Eine wichtige Eigenschaft ist sicherlich die Freude an der Arbeit mit der Kundschaft und die Begeisterung für die verkauften Produkte. Auch zu erwähnen ist Flexibilität, da sich der Detailhandel stets dynamisch verändert. (meb)



Adrian Sutter ist wissenschaftlicher Mitarbeiter bei Swiss Retail. Mit seiner Arbeit im Fachbereich Wirtschaftspolitik hilft Adrian Sutter mit, die Interessen des Schweizer Detailhandels auf nationaler Ebene gegenüber Politik und Öffentlichkeit zu vertreten. Als Projekt-Mitglied der Future Retail Switzerland Plattform begleitet er den Schweizer Detailhandel bei Themen wie Digitalisierung oder Nachhaltigkeit in die Zukunft und hilft Mitgliedern, Trends im Handel einzuordnen. Adrian Sutter verfügt über einen interdisziplinären Master in den Disziplinen Wirtschaftswissenschaften, Rechtswissenschaften und Sozialwissenschaften der Universität Basel.

FAKTEN

Der Handel umfasst den Detailhandel und den Grosshandel. Der Verkauf von Waren wie etwa Kleider oder Nahrungsmittel im Laden wird dem Detailhandel bzw. dem Einzelhandel zugeordnet, während der Grosshandel die Verbindung zwischen Hersteller, Gewerbe, Lieferanten und dem Detailhandel herstellt. Die Grenze zwischen Grosshandel und Detailhandel verschwimmt zunehmend und fördert eine Überschneidung verschiedener Berufsfunktionen.

Der Handel und Corona

Die Corona-Pandemie hat den Schweizer Handel empfindlich getroffen. So brachen die Konsumausgaben der Haushalte 2020 und 2021 ein. Die Swiss Retail Federation beziffert diesen Lockdown-bedingten Umsatzverlust für 2020 auf 4,8 Milliarden Franken. Gerade aber der Privatkonsum ist für die Schweiz von grosser wirtschaftlicher Bedeutung, da er mehr als die Hälfte zum Bruttoinlandprodukt des Landes beiträgt. Viele Unternehmen mussten staatliche Überbrückungshilfen in Form von Covid-19-Krediten in Anspruch nehmen, Kurzarbeit einführen, Mitarbeitende entlassen, und viele Geschäfte gaben ganz auf und schlossen für immer. Die erneuten Lockdowns zu Beginn des Jahres 2021 im Non-Food-Segment führten zu Umsatzeinbrüchen. Doch aufgrund des Nachholkonsums, sobald die Geschäfte wieder öffnen konnten, wurde das Vorkrisenniveau 2022 trotz allem übertroffen. Derweil profitierte der Food-Handel mehrere Monate lang von der eingeschränkten Konkurrenzsituation durch den Einkaufstourismus im Ausland sowie durch die Gastronomie und konnte seine Vorjahresum-

sätze ebenfalls wieder erreichen. Der Lockdown hatte wegen der geschlossenen Restaurants die Lebensmittelverkäufe in die Höhe schiessen lassen. Rückblickend hat sich das Jahr 2021 im Hinblick auf Umsatz und Ertrag für viele Detailhändler positiver entwickelt als angenommen. Gemäss der jährlich erscheinenden Studie «Retail Outlook» der Credit Suisse konnte der Schweizer Detailhandel 2021 gesamthaft einen Umsatz von rund 99 Milliarden Franken ausweisen. Dies ist ein Plus von rund 2,6 Prozent gegenüber 2020.

Voraussichtliche Auswirkungen der Pandemie im 2022

Einige der pandemiebedingten Treiber fallen 2022 etwas milder aus, sodass die Umsätze 2022 abnehmen dürften. Diese werden aber über dem Niveau von 2019 bleiben. Insbesondere im Bereich Food werden Konsumgewohnheiten aus der Zeit vor Corona für einen Rückgang sorgen. Die Umsätze des Bekleidungseinzelhandels werden wachsen, doch das Vorkrisenniveau wird aufgrund des strukturellen Wandels der Branche wohl nicht mehr erreicht. Die Credit Suisse geht davon aus, dass es für den Food-Detailhandel schwierig sein wird, die hohen Umsatzzahlen zu halten. Dies obwohl das eigenständige Kochen zu Hause weiterhin beliebt bleibt und nach wie vor viele Beschäftigte mindestens ein bis zwei Tage pro Woche im Homeoffice arbeiten.

Freizeit, Haushalt und Wohnen, Do-it-yourself-, Garten- und Autozubehör sowie Heimelektronik haben stark von der Krise profitiert, was nicht zuletzt dem Verkauf von langlebigen Gütern wie Fahrrädern, Langlaufskis, Möbel, Computern oder Werkzeugen für den Haushalt

und den Garten zu verdanken war. Bei diesen Gütern ist jedoch im Jahr 2022 ein gewisser Sättigungseffekt zu beobachten.

Entwicklungen im Handel

Online shoppen oder Einkauf im Laden?

Eine Umfrage der internationalen Strategieberatung Oliver Wyman, die im Auftrag der Swiss Retail Federation mit einer repräsentativen Stichprobe von 2094 Personen aus der Deutsch- und französischen Schweiz im November 2021 durchgeführt wurde, zeigt auf, dass etwas mehr als die Hälfte der Kundinnen und Kunden noch hauptsächlich im Laden einkauft. Allerdings legt der Online-Handel kontinuierlich zu. 2019 betrug der Anteil der Läden noch 61 Prozent, heute nur noch 54 Prozent. Vorbehalte gegen den Online-Einkauf bestehen wegen der fehlenden Möglichkeit, Produkte auszuwählen bzw. zu testen und wegen der teilweise hohen Liefergebühren. Weniger ins Gewicht fallen schlechte Produktbeschreibungen, der aufwendige Bestellprozess, die Verzögerung durch die Lieferfrist oder Sicherheitsbedenken. Beim Einkauf im Laden wird unter anderem die Beratung durch das Verkaufspersonal sehr geschätzt. Corona hat dem Onlinehandel in der Schweiz, der schon davor stetig zunahm, kräftigen Schub verliehen. Das Wachstum des Onlineshoppings wird die Corona-Krise überdauern, wie die Studienautoren vermuten. Gut positioniert sind Unternehmen, die sowohl physisch als auch virtuell präsent sind. Neben den Onlinehändlern zählen auch viele Omni-Channel-Anbieter zu den Gewinnern der Pandemie. Diese Händler, die stationär und online präsent sind, konnten im Lockdown überproportionale Online-Umsatzzuwächse verzeichnen und vermochten so ihre stationären Verluste etwas



VERTEILUNG VON VERKAUF IM LADEN VERSUS ONLINE/E-COMMERCE

	Laden	E-Commerce	Laden und E-Commerce
Food	84 %	4 %	14 %
Non-Food		18 %	
Mode		30 %	
Home/Living		17 %	
Bücher/Musik	22 %	33 %	
Elektronik	25 %	20 %	

zu lindern. Die Webpräsenz zahlte sich auch nach dem Lockdown aus: Anbieter, die zusätzlich über einen Onlineshop verfügen, profitierten besonders von stationären Nachholeffekten. Sparten wie Do-it-yourself, Garten, Möbel und Sportgeräte, die online bisher ein stiefmütterliches Dasein gefristet hatten, erlebten wahre Höhenflüge während der Lockdowns.

Umsatz-Unterschiede nach Branchen

Beim stationären Handel gab es grosse Unterschiede der Umsätze zwischen den einzelnen Branchen und Waren. Stark zulegen konnte der Bereich Food, während in der Nichtlebensmittelsparte Do-it-yourself-Produkte, Inneneinrichtung, Heimelektronik und Sportausrüstungen besonders gefragt waren. Der E-Commerce-Handel konnte unter anderem auch infolge des Corona-bedingten Teil-Shutdowns im Januar und Februar 2021 nochmals überdurchschnittlich wachsen. Die Mehrheit der Kundschaft nutzt beide Möglichkeiten – stationär und online. Hart getroffen hat die Krise Anbieter von Textilien und Luxusgütern wie Schmuck und Uhren. Neue Bewegungsmuster, eingeschränkte Festivitäten und eine ausgefallene Saison hatten im

Modehandel – auch online – Konsequenzen. Mehr Homeoffice heisst weniger Businesskleidung, und der Lockdown bedeutete weniger Hochzeiten, Theater und Ausgang, was wiederum bedeutet, dass weniger Anzüge, Festkleider, Schmuck usw. nötig waren. Im Bekleidungssegment erwartet man aufgrund von Umfragen für 2022 eine positive Entwicklung im Vergleich zum ausgeprägten Rückgang der vergangenen Jahre.

Der Handelsverband.swiss hat gemeinsam mit dem Marktforschungsinstitut GfK und in Zusammenarbeit mit der Schweizerischen Post eine Gesamtmarkterhebung für den Online-Handel in der Schweiz im Jahr 2021 durchgeführt. Die wichtigsten Erkenntnisse dazu sind:

- Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten kauften im Internet für 14,4 Milliarden Franken Waren und Güter ein. Das entspricht einer Zunahme um 1,3 Milliarden Franken oder 9,9 Prozent gegenüber dem Vorjahr. 12,3 Milliarden Franken landeten bei Unternehmen in der Schweiz, während die restlichen 2,1 Milliarden Franken ins Ausland flossen.

- Die Online-Einkäufe haben sich innert sechs Jahren verdoppelt.
- Der Online-Inlandkonsum wuchs 2021 um 11,6 Prozent, während die Online-Auslandseinkäufe stagnierten. So gingen insbesondere die Direkteinkäufe von Schweizer Kunden bei asiatischen Online-Anbietern zurück.
- Im Segment Heimelektronik/Haushaltsgeräte wurde jeder zweite Franken online ausgegeben.

Einkaufstourismus

Der Lockdown hat den Einkaufstourismus, der zuvor stetig anstieg, etwas aufgehalten. Davon haben am stärksten Schweizer Anbieter auf dem Land profitiert. Demgegenüber fiel das Wachstum in städtischen Gebieten deutlich geringer aus. Einerseits konkurrieren, in Städten mehr Lieferdienste und Takeaways mit traditionellen Lebensmittelgeschäften und andererseits blieb ein Grossteil des Pendlerverkehrs aus. Letzterer ist aber im Hinblick auf Gelegenheits- und Convenience-Einkäufen an Bahnhöfen und wichtigen Verkehrsachsen von Bedeutung. Das vermehrte Homeoffice hat hingegen das lokale Einkaufen in der Nachbarschaft gestärkt. Diese pandemiebedingten Effekte, die die Umsätze im Jahr 2021 gestützt haben, fallen 2022 schwächer aus, denn es sind nicht mehr ganz so viele Leute und vor allem nicht mehr so oft im Homeoffice, wie die zwei Jahre davor. Im Vergleich zum Vor-Corona-Jahr 2019 fahren jedoch aktuell 20 bis 30 Prozent weniger Schweizer Einkaufstouristen über die Grenze, wie der «Südkurier» berichtet. Gründe dafür könnten folgende sein: Die Preise zum Beispiel für Lebensmittel steigen in Deutschland seit Monaten deutlich stärker an als in der Schweiz. Während der Pandemie haben sich



zudem viele Kunden daran gewöhnt, im Internet einzukaufen, statt einen ganzen Tag in einem Shopping-Center zu verbringen. Ausserdem sind viele Schweizer und Schweizerinnen der Meinung, dass, wenn sie in der Schweiz ihr Geld verdienen, es auch in der Schweiz ausgeben sollten.

Megatrend Nachhaltigkeit

Die Corona-Krise hat das Einkaufsverhalten der Konsumenten und Konsumentinnen verändert. Neben dem Trend zum Online-shopping derjenige zur Nachhaltigkeit und die verstärkte Nachfrage nach regionalen Produkten auf. 87 Prozent der Einkaufenden sagen, dass die Nachhaltigkeit für sie eine durchschnittliche oder wichtige Rolle spielt. Kleinere Mängel oder kürzere Haltbarkeiten werden akzeptiert, wenn man dadurch nichts wegwerfen muss. Auch Nachhaltigkeitslabels werden bei der Auswahl der Waren berücksichtigt, und tendenziell ist eine Mehrheit bereit, höhere Preise für nachhaltige Produkte zu bezahlen. Die Nachhaltigkeit ist für alle Kunden relevant, dennoch ist für 37 Prozent der Kundinnen und Kunden der Preis der wichtigste Aspekt. Ergebnisse der Studie «Covid-19 Consumer Trends» des Marktforschungsinstituts GfK in der Deutsch- und der Westschweiz von April und Juni 2020 bestätigen, dass beim Einkaufsverhalten ein klarer Trend zum Kauf von regionalen Produkten zu beobachten war. Drei Viertel der Befragten befürchteten, dass kleinere Unternehmen und Geschäfte schliessen müssen, und wollten diese bewusst unterstützen. Auch ethische Gesichtspunkte spielen eine stärkere Rolle. Die Schweizer Konsumenten hinterfragen öfter, woher ein Produkt kommt und wie es hergestellt wurde.

Herausforderungen für den Handel

Mike Zöller und Dorothee Fritsch, Retail-Experten der Unternehmensberatung FTI-Andersch, beschreiben sieben Herausforderungen für den Einzelhandel.

1. Virtuelle Erfahrung vor Ort

Beispiele für digitale In-Store-Erfahrungen sind «Smart Mirrors» im Modehandel. Diese Spiegel messen Kundinnen und Kunden aus oder setzen sie bei der Anprobe entsprechend in Szene. Andere Beispiele sind individualisierte Handy-Navigation, Interaktion mit Remote-Beratern, automatische Bezahlung durch Sensoren. Die Pandemie hat digitales und reales Leben noch weiter miteinander verwoben, deshalb sollte der Handel dies aufgreifen und einen fließenden Übergang zwischen den Welten entwickeln. Viele Leute informieren sich im Internet, bevor sie im Geschäft einkaufen oder umgekehrt.

2. Trend-Spotting und -Setting (Social Media) -Trends vor Ort erlebbar machen

Da sich Trends online abzeichnen, könnten Social-Media-Scouts eine Lösung für Detailhändler sein. Diese durchforsten soziale Netzwerke und Plattformen nach neuen Trends. Von den Scouts ermittelte Trend-Produkte kann der Handel im eigenen Store der eigenen Kundschaft zum Betrachten und Probieren zur Verfügung stellen. So wird ein Shop-Besuch wieder relevant.

3. Individualisierung ist einer der grössten Trends

Ein gutes Beispiel in der Produkt-Individualisierung ist die Automobilindustrie. Details des neuen Fahrzeuges können heute individuell

zusammengestellt werden. Auch Anbieter von Elektronikprodukten machen heute das Betonen der eigenen Persönlichkeit mit ihren Produkten möglich, indem sie Gravuren, unterschiedliche Farben etc. ermöglichen. Besonders profitieren kann der Handel, wenn die Individualisierung eines Produkts noch vor Ort und live erlebt werden kann. Eine denkbare Option: Das Produkt wird online individuell vorbestellt und dann stationär im Beisein der Kundinnen und Kunden fertig gestellt.

4. Lieferketten transparent machen und soziale Verantwortung verdeutlichen

Fast alle Händler führen heute auch nachhaltige Produkte, weil Kundinnen und Kunden sie stärker nachfragen. Zur Nachhaltigkeit gehört, Lieferketten transparent und die Herkunft der Ware besser nachvollziehbar zu machen sowie auch die soziale Verantwortung gegenüber Mitarbeitenden, Lieferanten und Partnern wahrzunehmen.

5. Customer Journey über alle Vertriebskanäle

Es spielt keine Rolle, ob Kundinnen und Kunden auf der eigenen Website, im Store, in einer App, auf einer Plattform oder in einem Social-Media-Kanal den Erstkontakt aufnehmen. Dieser Kontakt muss in jedem anderen Kanal fortgeführt werden können. Konsumentinnen und Konsumenten springen zwischen diesen Kanälen und wickeln im Zweifel ihren Kauf genau in dem Kanal ab, in dem sie gerade unterwegs sind.

6. Grundlagen für Digitalisierung

Die IT-Landschaft auf neue Herausforderungen vorbereiten.



7. Ort der Freizeitgestaltung: die Marke erlebbar machen

Das stationäre Erlebnis kann dabei helfen, auch Online-Marken aufzubauen. Der Handel sollte der Ort sein, in dem man seine Marke anfassen, an dem ich etwas erleben kann, wie zum Beispiel eine Lesung, eine Modenschau. Zukünftig werden nur noch dort stationär Waren abgeholt, wo es schneller geht als im Versand oder wo die Kundschaft etwas erleben kann.

Der Handel ist in der Schweiz ein zentraler Wirtschaftssektor.

Wertschöpfung

- Beitrag an Wertschöpfung: Grosshandel 2/3, Detailhandel 1/3
- Gesamtumsatz Detailhandelsunternehmen 2020: 99 Milliarden Schweizer Franken, plus 2,6 Prozent gegenüber 2019
- Gesamtumsatz Detailhandel 2021: 102,3 Milliarden, plus 2,9 Prozent gegenüber 2020
- 3,5 Prozent des Bruttoinlandsprodukts wird im Detailhandel erwirtschaftet
- Stabile Entwicklung des Schweizer Detailhandels im Mai 2022 gegenüber Mai 2021
- Detailhandelsumsätze im Mai 2022 (inklusive Teuerung): minus 1,6 Prozent im Vorjahresvergleich
- positive Entwicklung bei Grosshandel
- Höchstwerte des Schweizer Aussenhandels: Import plus 6,7 Prozent auf knapp 57 Milliarden und Export plus 1,2 Prozent auf über 65 Milliarden

Handel Schweiz – ein bedeutender Arbeitgeber

Auch für den Arbeitsmarkt spielt der Handel eine wichtige Rolle. Gerade im Detailhandel finden sich speziell viele Frauen, Teilzeitbeschäftigte, niedrig qualifizierte und Arbeitnehmende mit Migrationshintergrund (rund 21 Prozent). Hier zeigt sich sowohl die volkswirtschaftliche Bedeutung wie auch die soziale Funktion des Handels. Zu erwähnen ist ausserdem die Pufferfunktion: Der Handel ist Anlauf- und Vertrauensstelle. Er übernimmt Beratungsfunktion und liefert Informationen. Das bedeutet, dass freundliches und kompetentes Personal weiterhin die Basis für erfolgreiches Handeln sein wird. Die Chancen liegen voraussichtlich auch in Zukunft bei kompetenter Beratung, ausgezeichneter Produktequalität und gerechtfertigten Verkaufspreisen.

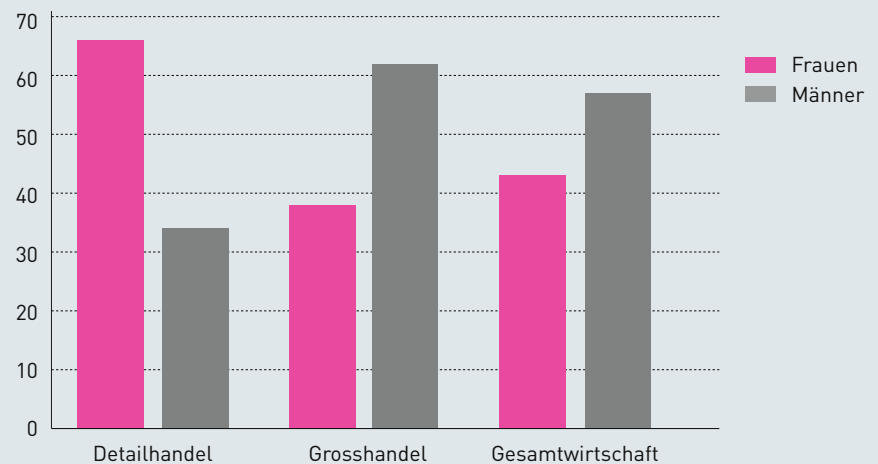
Beschäftigte: 2021 arbeiteten in der Schweiz rund 623 000 Frauen und Männer, etwa 12 Prozent aller Beschäftigten, im Handel. Er ist somit der wichtigste private Arbeitgeber. Der Detailhandel beschäftigt knapp die Hälfte – also 304 000 –, der Grosshandel 37 Prozent

– 230 000 – der Arbeitnehmer/innen, während der Rest im Autohandel tätig ist. In den letzten 30 Jahren hat der Anteil Beschäftigte im Grosshandel um fünf Prozent zugenommen, im Detailhandel hingegen kam es zu einem Abbau an Arbeitsplätzen von etwa 20 Prozent.

Frauenanteil: Der Grosshandel beschäftigte Anfang 2022 rund 81'000 Frauen (ca. 35 Prozent), während im Detailhandel über 204 000 Frauen arbeiten (ungefähr 67 Prozent). Der Frauenanteil insgesamt im Handel beträgt 46 Prozent und in der Gesamtwirtschaft ebenfalls 46 Prozent. Weibliche Angestellte arbeiten vor allem in Drogerien, Apotheken, Parfümerien sowie in Warenhäusern an der Verkaufsfond.

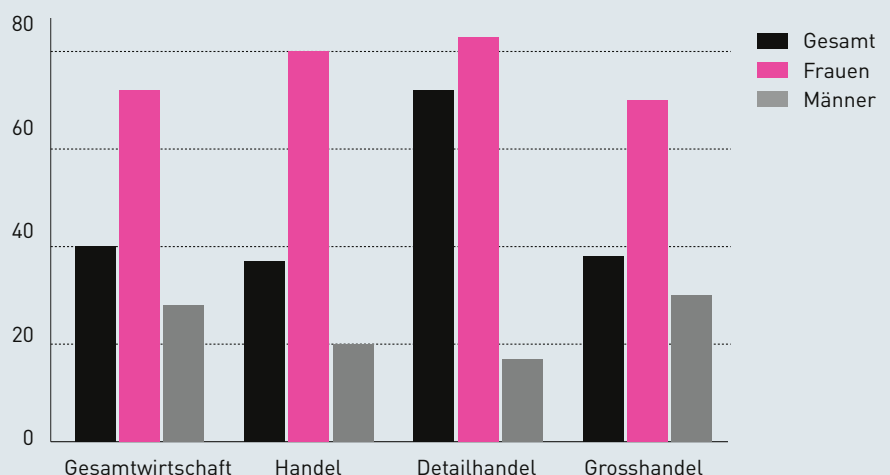
Teilzeitarbeit: Anfang 2022 arbeiteten rund 38 Prozent der Beschäftigten im Gross- und Einzelhandel Teilzeit, davon 74 Prozent im Detailhandel und 26 Prozent im Grosshandel. In der gesamten Wirtschaft sind es 40 Prozent Teilzeitbeschäftigte. Es wird hauptsächlich von Frauen Teilzeit gearbeitet. Besonders gross ist der Anteil an teilzeitbeschäftigten Frauen im Detailhandel mit rund 81 Prozent gegenüber nur 19 Prozent der Männer. Ähnlich sieht es im Grosshandel aus mit etwa 69 Prozent weiblichen und 31 Prozent männlichen Teilzeit-Arbeitenden.

ANTEIL FRAUEN, MÄNNER IN PROZENT IM DETAILHANDEL, GROSSHANDEL, GESAMTWIRTSCHAFT



Quelle: BFS: 2022; Beschäftigte nach Wirtschaftsabteilungen (Vollzeit / Teilzeit)

TEILZEIT-ARBEIT



Quelle: BFS: 2022; Beschäftigte nach Wirtschaftsabteilungen (Teilzeit)

Lohnstruktur: Der Lohn im Detailhandel ist im Durchschnitt nach wie vor tiefer als in der Gesamtwirtschaft und zwar um rund 1300 Franken, während die Beschäftigten im Grosshandel etwas über dem Lohn-Durchschnitt der Gesamtwirtschaft liegen.

Ausbildung in Zahlen: Der Handel ist gemeinsam mit dem Bausektor der grösste Anbieter von Ausbildungsplätzen des privaten Sektors. Speziell der Detailhandel ist ein beliebtes Berufsfeld. Die berufliche Grundbildung Detailhandelsfachleute EFZ sowie Detailhandelsassistentin/-assistent EBA belegen auf der Liste der meistgewählten Lehrberufe seit Jahren obere Plätze. Der Detailhandel bietet jungen Menschen attraktive Perspektiven für ihre berufliche Entwicklung. Rund 7600 Jugendliche haben 2021 eine berufliche Grundbildung im Detailhandel gestartet. Das entspricht etwas über zehn Prozent der Lehrstellen. 2022 wurden die beruflichen Grundbildungen Detailhandelsfachleute EFZ und Detailhandelsassistenten/-assistentinnen EBA einer Reform unter dem Namen «Verkauf 2022+» unterzogen, da sich das Berufsfeld in den letzten Jahren stark gewandelt hat. Eine konsequente Ausrichtung an den zukünftig vom Arbeitsmarkt geforderten Handlungskompetenzen hat die Revision geprägt. Die neuen Schwerpunkte in der dreijährigen Lehre heissen «Gestalten von Kundenerlebnissen» sowie «Betreuen von Online-Shops». Kleine Branchen verschwinden, neue Branchen kommen dazu, und zwar Automobil After-Sales (bisher Autoteile-Logistik) und Automobil Sales.

Weiterbildung im Handel

Der Handel ist nicht nur einer der grössten privaten Ausbilder, sondern auch Arbeitgeber der Schweiz. Den Herausforderungen im Handel kann mit kontinuierlicher Weiterbildung begegnet werden. Im Gross- sowie auch im Detailhandel haben Berufsleute zahlreiche Weiterbildungsmöglichkeiten. Eine Auswahl auf Stufe höhere Berufsbildung findet sich in der Tabelle untenstehend.

Bei den Branchenspezialistinnen und -spezialisten Bäckerei-Konditorei-Confiserie BP und den Buchhändler/innen konnten schon seit einiger Zeit keine Prüfungen durchgeführt werden. Dafür wurden neue Ausbildungen bei den Berufsprüfungen eingeführt, und zwar die Spezialisten/Spezialistinnen öffentliche Beschaffung BP sowie 2022 die E-Commerce-Spezialisten/-Spezialistinnen BP. Bei Letzterer werden sämtliche Kompetenzen, welche es für den Aufbau, den Betrieb und die Weiterentwicklung eines Online-Shops braucht, vermittelt. Damit wird auf Bedürfnisse im

ABSCHLÜSSE BERUFLICHE GRUNDBILDUNG 2021	ANZAHL
Detailhandelsfachleute EFZ (alle Branchen)	3631
Schwerpunkt Beratung	2551
davon Branche Consumer-Electronics	421
Branche Textil	411
Branche Sportartikel	303
Schwerpunkt Bewirtschaftung	1080
davon Branche Lebensmittel	850
Branche Autoteile-Logistik	106
Detailhandelsassistenten /-assistentinnen EBA	1288
davon Branche Nahrungs- und Genussmittel	733
Branche Textil	122
und Schuhe	58
Buchhändler/in EFZ	56
Drogist/Drogistin EFZ	188
Fachmann/frau Kundendialog EFZ	74
Pharmaassistent/in EFZ	741
Kaufleute EFZ Branche Handel	261

BILDUNGSSTATISTIK 2021 DER HÖHEREN BERUFSBILDUNG (TERTIÄRSTUFE) IM HANDEL:

	Total Abschlüsse	Männer	Frauen
Aussenhandelsfachmann/-frau BP	100	30	70
Aussenhandelsleiter/in HFP	6	4	2
Automobil-Verkaufsberater/in BP	29	27	2
Contact Center Supervisor BP	6	4	2
Detailhandelsspezialist/in BP	250	123	127
Detailhandelsmanager/in HFP	5	4	1
Drogist/in HF	20	3	17
Einkaufsfachmann/-frau BP	143	72	71
Einkaufsleiter/in HFP	36	27	9
Kundenberater/in Uhrenverkauf BP	11	7	4
Pharma-Betriebsassistent/in BP	28	1	27
Pharma-Spezialist/in BP	25	11	14
Verkaufsfachmann/-frau BP	247	210	131
Verkaufsleiter/in HFP	134	119	15

Quelle: Bundesamt für Statistik

Markt eingegangen. Leistungsstarke Lernende EFZ im Handel haben auch die Möglichkeit, lehrbegleitend oder nach der Lehre die Berufsmaturität zu absolvieren und danach an einer Fachhochschule zu studieren.

Quellen:

- Verschiedene Artikel Handelszeitung, www.handelszeitung.ch
- Bundesamt für Statistik BfS
- Die Volkswirtschaft: Plattform für Wirtschaftspolitik

- Mike Zöller und Dorothee Fritsch, Retail-Experten der Unternehmensberatung FTI-Andersch: Sieben Herausforderungen, die Einzelhändler jetzt angehen müssen – und was sie konkret tun können, um langfristig nicht zu verschwinden. 2021 – www.seco.admin.ch
- «Retail Outlook» der Credit Suisse in Zusammenarbeit mit dem Beratungsunternehmen Fuhrer & Hotz
- handelsverband.swiss
- «Covid-19 Consumer Trends» des Marktforschungsinstituts GfK

Einstieg in die Branche

Welches sind wichtige berufliche

Grundbildungen im Handel und Verkauf?

Der klassische Weg in den Handel führt über eine berufliche Grundbildung mit Fähigkeitszeugnis EFZ oder einen Berufsattest EBA. Die häufigste Grundbildung im Berufsfeld ist Detailhandelsfachmann/-frau EFZ in verschiedenen Branchen (Schwerpunkt Beratung ca. 2770 und Bewirtschaftung rund 1370 Neueintritte 2021) und die zweijährige Grundbildung Detailhandelsassistent/-in EBA (ca. 1430 Neueintritte im 2021).

Kann man den Berufsabschluss als Erwachsene/r nachholen?

Der Abschluss einer beruflichen Grundbildung ist für Erwachsene über eine Nachholbildung möglich. Der am häufigsten gewählte Weg ist die direkte Zulassung zum Qualifikationsverfahren (Abschlussprüfung), im Berufsbildungsgesetz in Artikel 32 geregelt. Personen mit mindestens fünf Jahren Berufspraxis und den Fachkompetenzen auf Niveau Lehrabschluss können das eidgenössische Fähigkeitszeugnis EFZ auf diesem Weg erreichen.

Das theoretische Wissen – Allgemeinbildung und Fachkenntnisse – erwerben die Erwachsenen entweder im Selbststudium, durch den Besuch des regulären Berufsfachschulunterrichtes oder in speziellen Vorbereitungskursen für Erwachsene. Diese werden in verschiedenen Kantonen für Detailhandelsfachmann/-frau EFZ und Detailhandelsassistent/-in EBA angeboten. Weitere Informationen finden Sie auf www.berufsberatung.ch > Berufsabschluss für Erwachsene.

Ist ein Einstieg in den Handel auch «on the job» für Quereinsteiger/innen möglich?

Ein Einstieg in verschiedene Bereiche des Handels ist zum Teil auch ohne spezifische berufliche Grundbildung möglich. Der Umstieg kann durch praktische Einarbeitung im Job und allenfalls begleitende Kurse geschehen. Wer bereits ein anderes EFZ besitzt, kann sich auch mit einer verkürzten Zweitlehre im Detailhandel qualifizieren. Umsteiger/innen aus anderen Berufen haben die Möglichkeit – statt einer weiteren beruflichen Grundbildung –, direkt eine



Remonda Tairi absolviert nach über 20 Jahren Berufspraxis den Berufsabschluss für Erwachsene (Nachholbildung nach Art. 32). Porträt S. 34

Berufsprüfung oder den Abschluss einer höheren Fachschule anzustreben. Dies setzt jedoch praktische Berufserfahrung im neuen Gebiet voraus. Beispielsweise ist es möglich, den Abschluss Detailhandelspezialist/-in BP auch ohne EFZ im Detailhandel zu machen.

Lehrabschluss – und dann?

Ein eidgenössisches Fähigkeitszeugnis EFZ ist eine wichtige Voraussetzung für den Zugang zur Höheren Berufsbildung (Berufsprüfung, höhere Fachprüfung oder höhere Fachschule HF). In diesen Ausbildungen erwirbt man Kompetenzen für anspruchsvolle Aufgaben, für Führungsfunktionen oder die berufliche Selbstständigkeit. Für Berufsleute mit einem eidgenössischen Berufsattest EBA ist der Zugang zur höheren Berufsbildung in der Regel nur mit zusätzlichem Abschluss EFZ möglich. Zu Kursen und Fachausbildungen ist jedoch auch mit einem Berufsattest ein direkter Zugang möglich (z.B. Lehrgang Abteilungsleiter/-in).

DETAILHANDEL

EIDG. FÄHIGKEITSEUGNIS EFZ

Buchhändler/in

Dauer: 3 Jahre
www.sbv.ch

Detailhandelsfachmann/-frau EFZ, Schwerpunkt Gestalten von Einkaufserlebnissen oder Betreuen von Online-Shops

22 Ausbildungsbranchen: Automobil After-Sales, Automobil Sales, Bäckerei-Confiserie, Consumer-Electronics, Do-it-yourself, Eisenwaren, Elektrofach, Farben, Haushalt, Landi, Lebensmittel, Möbel, Öffentlicher Verkehr, Papeterie, Parfumerie, Post, Schmuck-Edelsteine-Uhren, Schuhe, Spielwaren, Sportartikel, Textil, Zoofachhandel
Dauer: 3 Jahre
www.bds-fcs.ch

Drogist/in EFZ

Dauer: 4 Jahre
www.drogistenverband.ch

Fachmann/-frau Apotheke EFZ

Dauer: 3 Jahre
www.pharmasuisse.org

Fachmann/-frau Kundendialog EFZ

Dauer: 3 Jahre
www.auris-verband.ch

Fotomedienfachmann/-frau EFZ

Dauer: 3 Jahre
www.imagingswiss.ch

EIDG. BERUFSATTEST EBA

Detailhandelsassistent/-in

22 Ausbildungsbranchen: Automobil After-Sales, Automobil Sales, Bäckerei-Confiserie, Consumer-Electronics, Do-it-yourself, Eisenwaren, Elektrofach, Farben, Haushalt, Landi, Lebensmittel, Möbel, Öffentlicher Verkehr, Papeterie, Parfumerie, Post, Schmuck-Edelsteine-Uhren, Schuhe, Spielwaren, Sportartikel, Textil, Zoofachhandel
Dauer: 2 Jahre
www.bds-fcs.ch

GROSSHANDEL

Kaufmann/-frau Handel EFZ

Dauer: 3 Jahre
www.vsig.ch



Detaillierte Informationen zu den einzelnen Berufen unter www.berufsberatung.ch/berufe

Bildungswege nach der beruflichen Grundbildung

NACHDIPLOMAUSBILDUNGEN: NDS HF, CAS, DAS, MAS → www.berufsberatung.ch/weiterbildungsberufe

FACHAUSBILDUNGEN UND KURSE	HÖHERE FACHPRÜFUNGEN HFP	HÖHERE FACHSCHULEN HF	FACHHOCHSCHULEN FH, UNI, ETH
DETAILHANDEL – Antiquitäten-/Kunsthändler/in – Buchhandel, Quereinstieg – Detailhandelskoordinator/in – Filialeiter/in Detailhandel – Kundendienstberater/in – Online Shop Manager/in – Product-Manager/in – Techn. Beschäftigungsspezialist/in – Visual Merchandiser – Weinhändler/in – Wohnberater/in GROSSHANDEL – Aussenhandelsassistent/in – Call Center Agent/in – Einkaufsmanager – Marketing- und Verkaufsdiplom – Pharmaberater/in SHQA – Sachbearbeiter/in Einkauf – Sachbearbeiter/in Marketing und Verkauf – Verkaufsassistent/in – Verkaufsberater/in – Verkaufstrainer/in → siehe Seite 17	DETAILHANDEL – Fotofachmann/-frau – Detailhandelsmanager/in GROSSHANDEL – Aussenhandelsleiter/in – Einkaufsleiter/in – Verkaufsleiter/in → siehe Seite 19	DETAILHANDEL – Drogist/in GROSSHANDEL – Betriebswirtschaftler/in – Marketingmanager/in → siehe Seite 20	FH mit Abschluss Bachelor und Master (BSc und MSc): – Betriebsökonomie FH Uni mit Abschluss Bachelor (BSc) und Master (MSc): – Wirtschaftswissenschaften Uni → siehe Seite 21
BERUFSPRÜFUNGEN BP			
	DETAILHANDEL – Automobil-Verkaufsberater/in – Bodenbelagsberater/in – Branchenspezialist/in Bäckerei-Konditorei-Confiserie – Buchhändler/in – Detailhandelsspezialist/in – E-Commerce Spezialist/in – Einrichtungsplaner/in – Fotofachmann/frau – Kundenberater/in Uhrenverkauf – Pharma-Betriebsassistent/in	GROSSHANDEL – Aussenhandelsfachmann/-frau – Einkaufsfachmann/-frau – Contact Center Supervisor/in – Pharma-Spezialist/in – Spezialist/in öffentliche Beschaffung – Verkaufsfachmann/-frau → siehe Seite 18	
BERUFICHE GRUNDBILDUNG MIT EIDG. FÄHIGKEITSZEUGNIS EFZ BERUFICHE GRUNDBILDUNG MIT EIDG. BERUFSATTEST EBA → siehe Seite 17			
GYMNASIALE MATURITÄT, FACHMATURITÄT, BERUFSMATURITÄT			

➔ Aktuelle Tabelle mit detaillierten Infos über die Aus- und Weiterbildungen siehe www.berufsberatung.ch → Aus- und Weiterbildung

KURZ ERKLÄRT

Die **berufliche Grundbildung** gliedert sich in die zweijährigen beruflichen Grundbildungen mit eidgenössischem Berufsattest (EBA) und die drei- und vierjährigen beruflichen Grundbildungen mit eidgenössischem Fähigkeitszeugnis (EFZ). Sie zählen zusammen mit den allgemeinbildenden Schulen (Gymnasien, Fachmittelschulen) zur Sekundarstufe II.
→ Weitere Informationen siehe Seite 16

Die **Berufsmaturität** kann während oder nach einer drei- oder vierjährigen Grundbildung absolviert werden. Sie erlaubt in der Regel den prüfungsfreien Zugang zu einem Fachhochschulstudium im entsprechenden Berufsfeld.

Mit der **Passerelle** können Absolvierende einer Berufs- oder Fachmaturität nach einer Zusatzprüfung an einer Schweizer Universität oder an einer Eidgenössischen Technischen Hochschule studieren.

Die **höhere Berufsbildung** umfasst den praktisch ausgerichteten Teil der Tertiärstufe und gliedert sich in die eidgenössischen Berufsprüfungen, die eidgenössischen höheren Fachprüfungen und die höheren Fachschulen.

Eidgenössische Berufsprüfungen BP schliessen mit einem eidgenössischen Fachausweis ab. Sie führen zu einer fachlichen Vertiefung oder Spezialisierung und zu Führungspositionen. Zulassung: EFZ oder gleichwertiger Abschluss und Berufserfahrung.
→ Weitere Informationen siehe Seite 18

Wer die **Eidgenössische höhere Fachprüfung HFP** besteht, erhält ein eidgenössisches Diplom. Zulassung: EFZ oder gleichwertiger Abschluss, Berufserfahrung und je nach Prüfung eidgenössischer Fachausweis.
→ Weitere Informationen siehe Seite 19

Höhere Fachschulen HF werden mit einem eidgenössisch anerkannten Diplom mit Zusatz «HF» abgeschlossen. Eidgenössisch geregelt sind sowohl die Ausbildung wie auch die Prüfung. Zulassung: EFZ oder gleichwertiger Abschluss und Berufserfahrung.
→ Weitere Informationen siehe Seite 20

Fachhochschulen FH werden nach dem Bologna-System abgeschlossen (Bachelor, Master). Zulassung: EFZ mit Berufsmaturität, Fachmaturität oder gymnasiale Maturität mit Zusatzqualifikationen.
→ Weitere Informationen siehe Seite 21

Universitäten und Eidgenössisch Technische Hochschulen ETH werden ebenfalls nach dem Bologna-System abgeschlossen (Bachelor, Master). Zulassung: gymnasiale Maturität oder Berufsmaturität/Fachmaturität mit Passerelle.
→ Weitere Informationen siehe Seite 21

Fachausbildungen und Kurse

Weshalb eine Fachausbildung oder einen Kurs machen?

Dadurch können neue berufliche Qualifikationen erworben, bestehende erneuert, vertieft oder erweitert werden. Kurse und Fachausbildungen vermitteln theoretische und praktische Kenntnisse und können meist berufsbegleitend absolviert werden. Sie dienen der Vorbereitung auf einen Ein- oder Umstieg in einen neuen Arbeitsbereich, der fachlichen Vertiefung oder als Zwischenschritt auf dem Weg zu einer Berufsprüfung. Teilweise richten sich diese Kurse an Personen mit eidgenössischem Fähigkeitszeugnis, teilweise ist kein einschlägiger Abschluss verlangt.

Im Handel existiert eine Vielzahl an Anbietern für Fachausbildungen auf unterschiedlichen Bildungsniveaus. Da die Abschlüsse nicht einheitlich geregelt sind, ist jede Schule frei in der Namensgebung, in der

Bestimmung des Umfangs und der inhaltlichen Gestaltung. Oft findet man deshalb Kurse mit ähnlichem Inhalt unter unterschiedlichen Namen.

Welchen Stellenwert haben Zertifikate und Diplome von Kursen und Fachausbildungen?

Sie vermitteln als spezialisierte Ausbildungsgänge wichtige Kenntnisse, um bestimmte berufliche Funktionen wahrzunehmen. Die Abschlüsse von Fachausbildungen und Kursen sind nicht eidgenössisch, aber oftmals von den Berufsverbänden anerkannt. Ausgestellt wird ein schul- oder verbandseigenes Attest, Zertifikat oder Diplom.

Wie wähle ich einen passenden Kurs oder eine Weiterbildung aus?

Beim Erwerb von Zusatzqualifikationen lohnt es sich, vorgängig genau zu prüfen,

welche Ziele angestrebt werden und was auf dem Arbeitsmarkt gefragt ist. Dauer, Voraussetzungen, Kosten und Abschluss der verschiedenen Weiterbildungsangebote unterscheiden sich stark. Auf www.berufsberatung.ch/weiterbildung finden sich Tipps und Infos zur Wahl eines Kurses oder Lehrganges.

Wo sind die Angebote zu finden?

Viele Kurse und Fachausbildungen sind in der Datenbank www.berufsberatung.ch/weiterbildung abrufbar. Dort finden sich weitere Details zu den Inhalten, zur Dauer, zur Durchführung und zu den Kosten. Die Informationen zu den Angeboten werden laufend aktualisiert. Die Berufsverbände bieten auf ihren Webseiten ebenfalls eine breite Palette von Kursen für Berufsleute und teilweise für Quereinsteigende und fachfremde Interessierte.

LEHRGÄNGE UND SPEZIALISIERUNGEN

DETAILHANDEL

Antiquitätenhändler/in / Kunsthändler/in

www.cinoa.org, www.khvs.ch
www.sothebysinstitute.com
www.christies.com → Christie's Education
www.mevaleo.de (Fernkurs)

Bio-Reform Spezialist/in

www.veledes.ch

Buchhandel: Branchenwissen für Quereinstieg

www.sbv.ch

Detailhandelskoordinator/in

www.bzwu.ch

E-Commerce Professional («ECBM»)

<https://handelsverband.swiss/>

Fachmann/-frau technischer Kundendienst

www.swissmem-academy.ch/

Filialleiter/in Detailhandel

www.siu.ch, www.detailhandel.ch,
www.bsd-bern.ch, www.hkvaarau.ch

Kundendienstberater/in mit Zertifikat

www.marketing-schulung.ch

Online Shop Manager/in

www.hkvaarau.ch

Product Manager/in

Verschiedene Anbieter siehe
www.berufsberatung.ch/weiterbildung

Retail Spezialist/in STF

www.stf.ch

Technische/r Beschäftigungsspezialist/in

www.swissavant.ch

Visual Merchandiser/in Lifestyle STF

www.stf.ch

Wohnberater/in

www.interieursuisse.ch,

Detailhandel/Verkauf, Grundkurs

www.sulsergroup.ch, www.detailhandel.ch

Visual Marketing & Merchandising

www.wbz-zug.ch, www.kv-business-school.ch

Visual Merchandiser/in

www.kvtu.ch/berufsakademie, www.ibw.ch

GROSSHANDEL

Aussenhandelsassistent/in Export-Import

www.conceptum.ch

Call Center Agent/in

www.ebito.ch, www.callnet.ch

Einkaufsfachmann/-frau; www.bzwu.ch

Einkaufsmanager/in; www.hkvaarau.ch

Pharmaberater/in shqa (Swiss Health Quality Association); www.shqa.ch

Sachbearbeiter/in Einkauf

Verschiedene Anbieter siehe
www.berufsberatung.ch/weiterbildung

Sachbearbeiter/in Marketing und Verkauf (edupool.ch oder VSK)

Verschiedene Anbieter siehe
www.berufsberatung.ch/weiterbildung

Verkaufsassistent/in VSK / MarKom-Zertifikat

www.bvs-bildungszentrum.ch
www.bbs-business-school.ch

Verkaufsberater/in mit Zertifikat

www.detailhandel.ch, www.zentrum-eb.ch,
www.marketing-schulung.ch

Verkaufsfachmann/-frau VSK

www.feusi.ch, www.marketing-schulung.ch
www.simakom.ch

Verkaufsleiter/in

www.hhb-ch.ch, www.marketing-schulung.ch
www.simakom.ch

Verkaufstrainer/in

www.zentrum-eb.ch

➔ Weitere Lehrgänge und Kurse unter
www.berufsberatung.ch/weiterbildung

Berufsprüfungen BP

Was ist eine Berufsprüfung?

Berufsprüfungen gehören im schweizerischen Bildungssystem zur höheren Berufsbildung. Mit einer Berufsprüfung wird eine praxisorientierte Weiterbildung mit einem eidgenössischen Fachausweis abgeschlossen. Man qualifiziert sich damit für Stellen, in welchen vertiefte Fachkenntnisse und/oder Führungskompetenzen erforderlich sind. Die Abschlüsse sind staatlich anerkannt und stehen unter der Aufsicht des Staatssekretariats für Bildung, Forschung und Innovation SBFI. Zur besseren Anerkennung im Ausland kann der englische Titel «Federal Diploma of Higher Education» verwendet werden.

Welche Bedeutung haben Berufsprüfungen im Handel?

Im Handel gibt es ein grosses Angebot an Berufsprüfungen. Die häufigsten der Branche sind Detailhandelsspezialisten/-spezialistinnen BP mit 250 und Verkaufsfachleute BP mit 247 Abschlüssen im Jahre 2021. Neue Berufsprüfungen sind der/die E-Commerce Spezialist/in BP und Spezialist/in öffentliche Beschaffung BP.



Ivonne Eng erzählt im Porträt auf Seite 25, wie sie den Wechsel vom Bankschalter zum Contact Center vollzog.

Wer wird zu den Prüfungen zugelassen?

Für die Berufsprüfung sind Zulassungsbedingungen festgelegt: Meistens ist eine abgeschlossene, mindestens dreijährige berufliche Grundbildung mit eidgenössischem Fähigkeitszeugnis im entsprechenden Berufsfeld oder eine gleichwertige Ausbildung und einige Jahre Berufserfahrung im entsprechenden Tätigkeitsfeld vorausgesetzt. Teilweise werden auch Berufsleute mit branchenfremden Grundbildungen zugelassen. Vorausgesetzt, sie bringen mehrjährige Berufspraxis im entsprechenden Fachgebiet mit.

Die detaillierten Zulassungsbedingungen für die verschiedenen Berufsprüfungen sind unter www.berufsberatung.ch/weiterbildungsberufe unter dem jeweiligen Beruf zu finden.

Wie kann man sich auf die Prüfungen vorbereiten?

Der Besuch von Vorbereitungskursen ist für die Zulassung zu einer Berufsprüfung zwar nicht vorgeschrieben, in der Praxis jedoch unumgänglich. Die Kurse dauern normalerweise zwischen zwei und vier Semestern und werden berufsbegleitend absolviert. Die Vorbereitungskurse auf eine Berufsprüfung finden teilweise auch während der Arbeitszeit statt. Deshalb sollten die Rahmenbedingungen vorgängig mit dem Arbeitgeber besprochen und allenfalls in einem Weiterbildungsvertrag geregelt werden.

Finanzierung

Für Vorbereitungskurse auf Berufsprüfungen werden seit 2018 direkte Bundesbeiträge ausgerichtet. Wer eine Berufsprüfung absolviert, kann eine Rückvergütung von maximal 50 Prozent der bezahlten Kurskosten beim Bund beantragen (www.sbfi.admin.ch >Bildung>Höhere Berufsbildung).

Berufsprüfung – und dann?

Eine bestandene Berufsprüfung legitimiert die Absolventen und Absolventinnen für eine bestimmte berufliche Funktion und eröffnet damit ein neues und erweitertes Tätigkeitsfeld. In vielen Fällen ist die Berufsprüfung auch Voraussetzung für die Zulassung zu einer höheren Fachprüfung (HFP) im gleichen Berufsfeld. Weitere Weiterbildungsmöglichkeiten sind der Besuch einer Höheren Fachschule oder das Studium an einer Fachhochschule.

Wie sind die Chancen auf dem Arbeitsmarkt?

Berufsleute mit dem Abschluss einer Berufsprüfung im Bereich Handel und Verkauf sind als gut qualifizierte Fachkräfte auf dem Arbeitsmarkt sehr gefragt. Denn sie verfügen über fundierte, praktische und theoretische Kenntnisse. Es besteht die Möglichkeit, eine Anstellung im mittleren Kader zu erwerben.

DETAILHANDEL

Automobil-Verkaufsberater/in BP

www.stfw.ch, www.agvs-upsa.ch

Bodenbelagsberater/in BP

www.boden-parkettleger.ch

Branchenspezialist/in

Bäckerei-Konditorei-Confiserie BP

www.richemont.swiss

Buchhändler/in BP

www.sbv.ch

Detailhandelsspezialist/in BP

verschiedene Anbieter siehe www.berufsberatung.ch/weiterbildung

E-Commerce Spezialist/in BP

www.feusi.ch, www.detailhandel.ch, <https://handelsverband.swiss>

Einrichtungsplaner/in BP

www.odawohnen.ch

Fotofachmann/frau BP

www.sfgz.ch, www.seeland-academy.ch

Kundenberater/in im Uhrenverkauf BP

www.watchesalesacademy.ch

Pharma-Betriebsassistent/in BP

www.siu.ch

GROSSHANDEL

Aussenhandelsfachmann/-frau BP

verschiedene Anbieter siehe www.berufsberatung.ch/weiterbildung

Contact Center Supervisor/in BP

www.callnet.ch

Einkaufsfachmann/-frau BP

verschiedene Anbieter siehe www.berufsberatung.ch/weiterbildung

Pharma-Spezialist/in BP

www.shqa.ch

Spezialist/in öffentliche Beschaffung BP

www.procure.ch, www.kv-business-school.ch

Verkaufsfachmann/-frau BP

verschiedene Anbieter siehe www.berufsberatung.ch/weiterbildung

Vorbereitungskurse sind berufsbegleitend und dauern in der Regel 2 bis 4 Semester

➔ **Detaillierte Informationen** zu den aufgeführten Berufsprüfungen finden sich auf den vermerkten Internetseiten oder unter: www.berufsberatung.ch/weiterbildungsberufe
Allgemeine Informationen unter www.sbfi.admin.ch/berufsbildung → Bildung → Höhere Berufsbildung → Berufs- und höhere Fachprüfungen

Höhere Fachprüfungen HFP

Was ist eine höhere Fachprüfung?

Höhere Fachprüfungen gehören im schweizerischen Bildungssystem zur höheren Berufsbildung. Mit einer höheren Fachprüfung wird eine praxisorientierte Weiterbildung mit einem eidgenössischen Diplom abgeschlossen. Dieses bestätigt spezifische Kompetenzen im betreffenden Berufsfeld auf hohem Niveau und ist die Basis für eine Führungsposition oder für selbstständige Erwerbstätigkeit. Die Abschlüsse sind eidgenössisch anerkannt und stehen unter der Aufsicht des Staatssekretariats für Bildung, Forschung und Innovation SBFI. Zur besseren Anerkennung im Ausland kann der englische Titel «Advanced Federal Diploma of Higher Education» verwendet werden.

Wer wird zu den Prüfungen zugelassen?

Für die höhere Fachprüfung sind Zulassungsbedingungen festgelegt. Meistens baut die höhere Fachprüfung auf der entsprechenden Berufsprüfung oder einer anderen anerkannten Vorbildung sowie zusätzlicher Berufspraxis im entsprechenden Fachgebiet auf. In der Regel werden insgesamt fünf bis acht Jahre Fachpraxis bis zum Zeitpunkt der Prüfung vorausgesetzt.

Welche Bedeutung haben höherer Fachprüfungen im Handel?

Die höheren Fachprüfungen bieten wichtige Qualifizierungsmöglichkeiten für Kaderleute im Handel. Die meisten Abschlüsse finden sich bei Verkaufsleiter/innen mit 134 in 2021. Bei den Einkaufsleitern und Einkaufsleiterinnen HFP waren es 2021 deutlich weniger Abschlüsse, nämlich 36, während nur 5 Detailhandelsmanager/innen HFP abgeschlossen haben.

Wie kann man sich auf die Prüfungen vorbereiten?

Der Besuch von Vorbereitungskursen ist für die Zulassung zur höheren Fachprüfung in der Regel zwar nicht vorgeschrieben, in der Praxis jedoch meistens unumgänglich. Die Kurse dauern mehrere Semester und werden berufsbegleitend absolviert. Detaillierte Informationen zu den einzelnen Weiterbildungen und Prüfungsanforderungen sind bei den zuständigen Verbänden oder Kursanbietern erhältlich. Die Kursangebote



Eveline Rhyner ist Detailhandelsmanagerin HFP und berichtet im Porträt auf Seite 40 über ihre Führungsaufgaben.

sind ebenfalls auf www.berufsberatung.ch/weiterbildung zu finden.

Finanzierung

Für Vorbereitungskurse auf höhere Fachprüfungen werden seit 2018 direkte Bundesbeiträge ausgerichtet. Wer eine höhere Fachprüfung absolviert, kann eine Rückvergütung von maximal 50 Prozent der bezahlten Kurskosten beim Bund beantragen (www.sbfi.admin.ch >Bildung>Höhere Berufsbildung). Da die Vorbereitungskurse teilweise während der Arbeitszeit stattfinden, lohnt es sich, die Rahmenbedingungen vorgängig mit dem Arbeitgeber zu besprechen und allenfalls in einem Weiterbildungsvertrag zu regeln.

Höhere Fachprüfung – und dann?

Um sich nach der höheren Fachprüfung noch weiter zu qualifizieren, bieten sich verschiedene Möglichkeiten an: Beispielsweise Fachkurse, ein Studium oder eine Nachdiplomausbildung an einer höheren Fachschule HF oder Fachhochschule FH. Dabei kann es sich um eine fachliche oder eine betriebswirtschaftliche Vertiefung handeln.

DETAILHANDEL

Detailhandelsmanager/in HFP

www.feusi.ch, www.bds-fcs.ch

GROSSHANDEL

Aussenhandelsleiter/in HFP

verschiedene Anbieter siehe www.berufsberatung.ch/weiterbildung

Einkaufsleiter/in HFP

www.procure.ch, www.nbw.ch/, www.kv-business-school.ch

Verkaufsleiter/in HFP

verschiedene Anbieter siehe www.berufsberatung.ch/weiterbildung

Vorbereitungskurse auf Höhere Fachprüfungen sind berufsbegleitend und dauern in der Regel 2 bis 4 Semester

→ **Detaillierte Informationen** zu den aufgeführten Höheren Fachprüfungen finden sich auf den angegebenen Internetseiten oder unter www.berufsberatung.ch/weiterbildungsberufe
Allgemeine Informationen unter www.sbfi.admin.ch/berufsbildung → Bildung → Höhere Berufsbildung → Berufs- und höhere Fachprüfungen

Höhere Fachschulen HF

Was ist eine höhere Fachschule?

Höhere Fachschulen gehören im schweizerischen Bildungssystem zur höheren Berufsbildung. Ausbildungen an höheren Fachschulen werden mit einem eidgenössischen Diplom HF abgeschlossen. Die Lehrgänge sind vom Staatssekretariat für Bildung, Forschung und Innovation SBFI anerkannt. Zur besseren Anerkennung im Ausland kann der englische Titel «Advanced Federal Diploma of Higher Education» verwendet werden.

Was vermitteln die höheren Fachschulen?

Mit einer Ausbildung an einer höheren Fachschule HF erwerben Berufsleute Fach- und Führungskompetenzen, erweitern ihre Berufskenntnisse und vertiefen die Allgemeinbildung. Zentrale Elemente der Ausbildung sind die schulische Bildung und begleitende Berufspraxis (bei der Teilzeitvariante) oder integrierten Praktika (bei der Vollzeitvariante).



Franziska Habegger, Drogistin HF, erzählt in ihrem Porträt auf Seite 41 von Trends und den Herausforderungen ihrer Branche.

Zulassungsbedingungen

Die Lehrgänge der höheren Fachschulen HF bauen in der Regel auf einer abgeschlossenen beruflichen Grundbildung auf. Möglich ist die Zulassung auch mit einer anderen gleichwertigen Ausbildung wie beispielsweise die Fachmaturität oder gymnasiale Maturität. Oft wird zusätzlich eine Berufspraxis im Fachgebiet verlangt. Wer das Studium berufsbegleitend absolviert, muss eine ausbildungsbegleitende Berufstätigkeit in der passenden Branche vorweisen.

Wie sind die Ausbildungen organisiert?

HF-Studiengänge gibt es in der Regel sowohl in einer Vollzeit, als auch in einer berufsbegleitenden Variante. Die Studien-

gänge HF dauern mindestens drei Jahre, auch die Vollzeitausbildungen. Vollzeitlehrgänge beinhalten häufig integrierte Praktika. Die zweisprachige höhere Fachschule für Drogistinnen und Drogisten in Neuchâtel ist eine Ausnahme, da die Ausbildung nur Vollzeit möglich ist und zwei Jahre dauert.

Diplom HF – und dann?

Zusätzlich zu den Bildungsgängen bieten die höheren Fachschulen HF auch Nachdiplomstudien an. Diese erlauben eine weitere Vertiefung von Fach- und Führungskompetenzen oder eine Spezialisierung. Möglichkeiten sind nebenan aufgelistet. Vielfach sind Berufsleute mit einem Diplom einer höheren Fachschule und einigen Jahren Berufserfahrung direkt zu Weiterbildungsstudiengängen an Fachhochschulen (CAS, DAS, MAS) zugelassen. Wer noch eine längere Weiterbildung in Angriff nehmen will, kann ein Bachelor-Studium an einer Fachhochschule im gleichen oder verwandten Fachbereich absolvieren.

Welche Bedeutung haben HF Diplome im Handel?

Der weitaus häufigste Studiengang ist Betriebswirtschaftler/in HF mit 1128 Abschlüssen im Jahr 2021. Höhere Fachschulen für Wirtschaft finden sich in allen Regionen der Schweiz. Bei der Vollzeitausbildung Drogist/in HF haben 2021 20 Personen abgeschlossen.

Nachdiplome an höheren Fachschulen

Die berufsbegleitenden Nachdiplomstudiengänge NDS HF erfreuen sich wachsender Beliebtheit. Diese erlauben eine Vertiefung von Fach- und Führungskompetenzen oder eine Spezialisierung. Sie stehen häufig auch erfahrenen Berufsleuten ohne Abschluss einer höheren Fachschule offen.

Wie sind die Chancen auf dem Arbeitsmarkt?

Fachleute, die eine höhere Fachschule abgeschlossen haben, können Führungsverantwortung übernehmen oder sich selbstständig machen. Sie sind auf dem Arbeitsmarkt sehr gesucht.

DETAILHANDEL

Drogist/in HF

www.esd.ch

Vollzeit

GROSSHANDEL

Agro-Kaufmann/frau HF

www.feusi.ch

www.strickhof.ch

Vollzeit und berufsbegleitend

Betriebswirtschaftler/in HF

verschiedene Anbieter siehe

www.berufsberatung.ch/weiterbildung

Vollzeit und berufsbegleitend

Marketingmanager/in HF

verschiedene Anbieter siehe

www.berufsberatung.ch/weiterbildung

Berufsbegleitend

NACHDIPLOMAUSBILDUNGEN HF (AUSWAHL)

Digital Marketing Manager/in

www.zentrumbildung.ch

Key Account Manager/in

www.feusi.ch

Marketing und Verkaufsleiter/in

Verschiedene Angebote siehe

www.berufsberatung.ch/weiterbildung

Marketing und Verkaufsmanager/in

epkaderschule.ch

www.mbsz.ch

Online-Marketing Experte/Expertin

www.bvs.ch

Online-Marketingmanager/in Vertiefung E-Commerce

www.mbsz.ch

Supply Chain Manager/in

www.bzb-weiterbildung.ch

Dauer: in der Regel 2 Semester,

berufsbegleitend



Allgemeine Informationen Informationen zu den Höheren Fachschulen: www.bbt.admin.ch; www.konferenz-hf.ch; www.odec.ch

Fachhochschulen FH, Uni, ETH

In der Schweiz gibt es drei Hochschultypen: Fachhochschulen FH, Pädagogische Hochschulen PH und universitäre Hochschulen UH (Universität, Eidg. Techn. Hochschulen ETH).

Unterschiede zwischen Fachhochschulen und Universitäten

Die Studiengänge an Fachhochschulen sind praxisorientiert. Sie vermitteln wissenschaftliche Grundlagen und Methoden im Hinblick auf Umsetzung und Anwendung im Berufsalltag. An Fachhochschulen ist der Bachelorabschluss in der Regel eine gute Grundlage für den Berufseinstieg im betreffenden Bereich.

Das Studium an Universitäten ist primär wissenschaftlich ausgerichtet. Es wird Gewicht gelegt auf die Grundlagenforschung und deren Methodik, berufspraktische Kompetenzen werden weniger stark gewichtet. An universitären Hochschulen schliesst die Mehrheit der Studierenden mit dem Master ab. Absolventen und Absolventinnen beider Hochschultypen arbeiten als hochwertige Spezialistinnen und Spezialisten oder nehmen höhere Kaderfunktionen ein.

Wege an eine Fachhochschule

Voraussetzung, um an einer Fachhochschule zu studieren, ist in der Regel eine abgeschlossene berufliche Grundbildung EFZ

mit Berufsmaturität, eine Fachmaturität oder gymnasiale Maturität plus Berufspraxis.

Die Berufsmaturität (BM1) wird parallel zur beruflichen Grundbildung erworben oder kann nach Abschluss der beruflichen Grundbildung berufsbegleitend in zwei Jahren oder als Vollzeitausbildung in einem Jahr absolviert werden (BM2). Der Unterricht an den öffentlichen Schulen ist kostenlos.

Teilweise gibt es auch andere Wege, um an die FH zu gelangen: mit speziellen Zulassungsprogrammen der Fachhochschulen, «sur dossier» oder allenfalls mit dem Abschluss einer höheren Fachprüfung oder höheren Fachschule.

STUDIENGÄNGE FH/UNI/ETH

FACHHOCHSCHULE MIT ABSCHLUSS BACHELOR

Business Administration / Betriebsökonomie FH (BSc)

Vertiefungsrichtungen, z. B.:

- Banking an Finance
- (International) Business Administration
- Business Communication
- International Hospitality Business and Events Management
- Marketing
- Wirtschaftspsychologie

Dauer: 6 Semester Vollzeit, 8 bis 10 Semester berufsbegleitend

FACHHOCHSCHULE MIT ABSCHLUSS MASTER

Business Administration / Betriebsökonomie FH (MSc)

Vertiefungsrichtungen, z.B.

- Banking an Finance
- Business Administration
- Digital Business Administration
- Wirtschaftspsychologie

Dauer: 4 bis 6 Semester, berufsbegleitend
www.swissuniversities.ch, www.fhswiss.ch, www.shk.ch

UNI / ETH MIT ABSCHLUSS BACHELOR- UND MASTER

Wirtschaftswissenschaften (Betriebswirtschaft, Volkswirtschaft) Uni (BSc, MSc)

Studiengänge siehe www.swissuniversities.ch, www.studyprogrammes.ch

Nachdiplomstudiengänge FH, CAS, DAS und MAS (Auswahl):

Brand and Marketing Management MAS

www.hslu.ch

Business Administration, Vertiefung Smart and Digital Marketing (EMBA) MAS

www.fhgr.ch

Customer Behavior CAS; www.zfh.ch

Customer Communications DAS

www.zfh.ch

Customer Excellence MAS

www.zfh.ch

Customer Intelligence CAS

www.zfh.ch; www.kalaidos-fh.ch

Customer Psychology CAS

www.hslu.ch

Customer Relationship Management (CRM) MAS; www.zhaw.ch

Digital Business MAS

www.fh-hwz.ch

Digital Customer Experience CAS

www.hslu.ch

Digital Commerce CAS; www.zhaw.ch

Digital Marketing und E-Commerce Management CAS; www.supsi.ch

Digital Marketing and Communication MAS

www.hslu.ch

Digital Sales CAS; www.fh-hwz.ch

E-Commerce Management CAS

www.hslu.ch

E-Commerce and Online-Marketing Spezialist/in DAS; www.fhnw.ch

Food Product and Sales Management CAS

www.bfh.ch, www.zfh.ch

Key Account Management CAS

www.fhnw.ch

Konsumentenforschung und Neuromarketing CAS; www.bfh.ch

Management der Kundeninteraktionen CAS

www.hslu.ch

Product Management MAS; www.zhaw.ch

Product Management (and Marketing) CAS

www.hslu.ch

Sales & Distribution CAS; www.fh-hwz.ch

Sales Excellence MAS; www.fh-hwz.ch

Technischer Verkauf CAS

www.swissmem-academy.ch

➔ Weitere Informationen zu Studiengängen auf Bachelorstufe und Masterstufe an Fachhochschulen und Universitäten siehe Heft «Wirtschaftswissenschaften» aus der Heftreihe «Perspektiven».

Detaillierte Informationen zu den Ausbildungsgängen an den Hochschulen mit Details zu den Inhalten unter www.berufsberatung.ch/studium oder www.studyprogrammes.ch

Allgemeine Infos zu den Schweizer Hochschulen (Fachhochschulen und Universitäten): www.swissuniversities.ch

Es gibt kein spezifisches Studium für die Branche Handel und Verkauf. Der Bachelor in Betriebsökonomie passt jedoch gut. Das Studium ist generalistisch angelegt, wobei in den letzten Semestern verschiedene Vertiefungsmöglichkeiten angeboten werden. Ein Abschluss in Betriebsökonomie ist Grundlage für den Einstieg in unterschiedliche Kaderfunktionen.

Fachhochschulabschluss – und dann?

Eine Weiterqualifizierung ist durch die zahlreichen Nachdiplom-Studiengänge (CAS, DAS, MAS) möglich. Ebenfalls ist der Einstieg in ein Bachelor- oder Masterstudium an einer Universität oder Technischen Hochschule möglich. In welchem Semester eingestiegen werden kann, ist mit der jeweiligen Universität zu klären.

Ist ein Studium an einer Universität mit der Berufsmaturität möglich?

Ja, jedoch mit einem zusätzlichen Zwischenschritt. Die sogenannte Passerelle ermöglicht Absolvierenden einer Berufs- oder Fachmaturität den Zugang zu den Schweizer Universitäten. Dieser Bildungsgang bereitet in zwei bis drei Semestern auf die Ergänzungsprüfung vor, die von der Schweizerischen Maturitätskommission organisiert wird.

Welche Studienmöglichkeiten bietet die gymnasiale Maturität? Kann sie von Erwachsenen nachgeholt werden?

Die gymnasiale Maturität ermöglicht den prüfungsfreien Zugang zu den Studiengängen der Universitäten und der ETH. Erwachsene können die gymnasiale Maturität

auf dem zweiten Bildungsweg erwerben. Mit der Berufsmaturität ist eine verkürzte Ausbildungszeit an gymnasialen Maturitätsschulen für Erwachsene möglich. Für ein Studium an Fachhochschulen wird nach dem Gymnasium in der Regel ein zusätzliches Praxisjahr verlangt. Einige Fachhochschulen bieten auch spezielle Zugänge direkt nach dem Gymnasium an.

Wie sind die Chancen auf dem Arbeitsmarkt für Neuabsolventen und Neuabsolventinnen?

Betriebsökonominnen und -ökonominnen sind gefragte Fach- und Kaderleute, die nach dem Studium gute Arbeitsmöglichkeiten haben.

INSERAT



LEHRGÄNGE MIT EIDG. ABSCHLUSS

EINKAUFSFACHMANN / EINKAUFSFACHFRAU

mit eidg. Fachausweis

Im Frühling und im Herbst in Bern, Olten und Zürich

Gleich anmelden:

www.procure.ch/lehrgang



EINKAUFSLEITER / EINKAUFSLEITERIN

mit eidg. Diplom

Im Herbst in Olten und Zürich

Unterrichtskonzept «Blended Learning»

Damit passt die Weiterbildung auch in einen ausgefüllten Alltag.
Ihre Vorteile: Ortsunabhängigkeit – höhere Flexibilität – individuelles Lerntempo

procure.ch – Fachverband für Einkauf und Supply Management www.procure.ch



GROSSHANDEL



Der Grosshandel wirkt im Hintergrund und ist sozusagen ein Zwischenhändler. Er bezieht grosse Mengen an Waren von Herstellern oder Produzenten im In- oder Ausland (Import) und verkauft diese in der Regel unverändert und in kleineren Mengen an den Detailhandel und der verarbeitenden Industrie im Inland weiter.

Autos im Fokus



Marco Stettler, wie verlief Ihre Laufbahn?

Autos haben mich seit meiner Kindheit fasziniert. Leider habe ich «zwei linke Hände», somit kam ein handwerklicher Beruf nicht in Frage. Da es die Lehre zum Autoverkäufer, was schon damals mein Traumjob war, noch nicht gab, wurde ich Sportartikelverkäufer. Ich erlebte eine spannende Lehrzeit und wechselte bald als Auto-Verkaufsberater in meine Traumbranche. Der Abschluss Detailhandelsökonom HFP war der Start in einen neuen beruflichen Lebensabschnitt. In der Ausbildung war ich als «Autohändler» zwar ein Exot, dennoch war sie spannend. Durch das Diplom hatte ich die Chance, eine leitende Position in einem führenden Schweizer Unternehmen zu übernehmen. Es war eine Herausforderung, von einer kleinen zu einer der grössten Garage in der Schweiz zu wechseln. Ein Schritt, den ich nie bereut habe.

Sie sind in einer der grössten Garagen der Schweiz tätig. Hat Ihnen Ihre Ausbildung dafür den Weg geebnet?

1924 legte Emil Frey in Zürich den Grundstein zu einer weitverzweigten Firmengruppe der Autobranche, die heute in Europa eine führende Position einnimmt. Unsere Unternehmung ist eine von rund 60 Garagenbetrieben der Emil Frey Gruppe in der Schweiz. In Safenwil beschäftigen wir ca. 245 Mitarbeitende in verschiedenen Berufen. Trotz ihrer Internationalität ist die Emil Frey ein klas-

sisches Familienunternehmen geblieben. Die Weiterbildung zum Detailhandelsökonom hat mich persönlich und beruflich weitergebracht: eine neue Stelle, mehr Verantwortung und Kompetenzen. Dies brachte automatisch mehr Lohn und somit einen höheren Lebensstandard mit sich.

Wie sieht Ihr Alltag normalerweise aus?

Als Morgenmensch bin ich sehr früh im Büro und bereite den Tag vor. Oft stehen am Vormittag Meetings mit meiner Verkaufscrew, der Geschäftsführung sowie dem Verkaufsleitenden-Team an. Der Tag verläuft sehr vielseitig mit Kundengesprächen, Verkaufsplanung, Erstellen von Verkaufsförderungsmassnahmen, Planung von Marketingaktivitäten oder Events, Verhandlungen mit Importeuren/Herstellern etc. Meine Hauptaufgaben umfassen das Führen der Verkaufsabteilung meiner Marken von der Budgetierung bis zum Jahresabschluss. Kalkulationen von Verkaufspreisen und Nachbearbeitung der Verkaufsabschlüsse, Personalführung, Rekrutierung von Verkaufspersonal sind weitere meiner Tätigkeiten. Zusätzlich engagiere ich mich seit 2011 beim Auto-Gewerbeverband, in der Qualitätskommission für Automobilverkaufsberater/innen BP sowie als Prüfungsexperte für Rechnungswesen, Versicherung und Recht. Seit dreizehn Jahren bin ich ausserdem nebenberuflich im Gemeindewesen zurzeit als Gemeinderat tätig.

MARCO STETTLER, Verkaufsleiter und Autohändler, Emil Frey AG, Safenwil

- 18** Berufliche Grundbildung Sportartikelverkäufer: Albani Sport, Oftringen / und Tätigkeit als Sportartikelverkäufer
- 20** Automobilverkäufer: Garage Sollberger, Oberentfelden
- 25** Stellvertretender Geschäftsführer: Garage Sollberger, Oberentfelden
- 29** Abschluss Detailhandelsökonomie HFP heute Detailhandelsmanager HFP: SIU im Detailhandel, Zürich
- 30** Verkaufsleiter (verschiedene Marken) und Mitglied der Geschäftsleitung: Emil Frey AG, Autocenter Safenwil
- 36** Mitglied des Autogewerbeverbandes (AGVS), Qualitätssicherungs-Kommission
- 38** Mitglied der AGVS-Arbeitsgruppe «Automobil-Verkaufsberater/in BP»

Was fasziniert Sie an Ihrer Arbeit, und welche Entwicklungen sehen Sie in der Branche?

Ich bin ein «Autöler» durch und durch. Die Freude an Fahrzeugen, an der Mobilität und neuen Technologien dürfen in meinem Beruf nicht fehlen. Das Wichtigste ist jedoch: Im Handel muss man Menschen lieben! Der Kontakt mit Kunden, Mitarbeitenden, Geschäftspartnern gehört zum Alltag. Man muss ein Teamplayer sein und das Interesse an Zahlen ist ebenso relevant wie Kreativität, Flexibilität, Entscheidungsfähigkeit und Offenheit für Veränderung und Neues, denn unser Geschäft ist sehr schnelllebig.

Das Auto steht bei uns im Fokus. Es ist zwar «Schweizers liebstes Kind», aber das Business ist durch neue Abgaben, Steuern, usw. schwieriger geworden. Der Autohandel in der heutigen Form verschwindet vermutlich. Die Zukunft sind Agentursysteme, was heisst, dass die Kunden sich zukünftig wohl im Autohaus beraten lassen, um dann ihr Auto mit Hilfe von speziellen Programmen am PC zu gestalten. Anschliessend wird das Fahrzeug durch den Hersteller direkt in Rechnung gestellt und das Autohaus erhält eine Vermittlungsprovision. Die neue berufliche Grundbildung der Detailhandelsfachleute EFZ Automobil Sales nimmt diesen Trend auf. Es ist wichtig, dass wir zukünftigen Nachwuchs selber ausbilden. Die Branche ist in einem grossen Wandel, daher wird es bestimmt nicht langweilig. (meb)



Mehr zum Beruf: www.berufsberatung.ch/weiterbildungsberufe

Menschen im Zentrum



In einer Organisation übernehmen Contact Center alle Kommunikationskanäle – eingehende (Inbound) und ausgehende (Outbound) – im direkten Kundenkontakt. Sie sind für die Unternehmen wichtig in der Bearbeitung der Kundenanliegen und der Entlastung der Kundenberatenden vor Ort.

Vom Bankschalter zum Contact Center

Ivonne Eng wollte schon immer mit Menschen und Zahlen arbeiten. So lag die Kaufrau nahe und sie absolvierte die Grundausbildung in einer Bank. «Mein erster Tag am Schalter war ein Schock, denn ich hatte von nichts eine Ahnung. Die Ausbildung verlief aber gut, hat Spass gemacht, und ich habe viel über mich persönlich gelernt. Seitdem bin ich offener und kommunikativer.» Nach der Lehre erkannten die Vorgesetzten rasch ihr Potential und Eng wechselte vom Schalter in die Kundenberatung. Gleichzeitig absolvierte sie nebenberuflich die Weiterbildung zur Betriebswirtin. Der nächste Karriereschritt führte sie in die Basler Kantonalbank, wo sie in den folgenden Jahren verschiedene Funktionen und Aufgaben übernahm. Für die Tätigkeit als Gruppenleiterin im Outboundcenter brachte Eng zwar sehr viel Bankwissen mit, jedoch fehlten ihr die Hintergründe der Contact-Center-Branche. Um sich fehlendes Wissen anzueignen, absolvierte sie die Ausbildung zur Contact Center Supervisorin. «Ich habe bereits in meiner aktu-

ellen Position gearbeitet und das Gelernte hat mir im Tagesgeschäft weitergeholfen. In der Führung der Mitarbeitenden bin ich sicherer und konsequenter geworden und traue mich, mehr Verantwortung zu übernehmen. Eine weitere Ausbildung zur Callcenter Managerin ist eine Option.»

Man muss Menschen mögen!

Eng gefällt besonders die Arbeit mit Menschen, Kunden sowie Mitarbeitenden und Vorgesetzten. Sie ist für die personelle Führung der Mitarbeitenden im Outboundcenter-Konzern verantwortlich und führt regelmässige Mitarbeitergespräche, -coachings und -schulungen durch. Neben der Einsatzplanung sichert sie die Erreichbarkeit im Outboundcenter und führt schwierige Kundengespräche bei Reklamationen. Die Mitarbeit in Projekten ist ebenso ein Teil ihrer Arbeit wie auch die Zielüberprüfung und Qualitätssicherung. Hinzu kommen administrative Führungsaufgaben sowie die Vorbereitung, Begleitung und Überwachung der Kampagnenbearbeitungen. Sie schätzt den Austausch mit der Vertriebssteuerung und dem Produktmanagement, denn hier kann sie ihre Erfahrungen und Ideen einbringen. Eng nimmt zusätzlich Spezialaufgaben wahr, so ist sie interne Expertin für mündliche Prüfungen und ab 2023 zusätzlich Prüfungsexpertin Callnet.ch.

IVONNE ENG, Gruppenleiterin Outboundcenter (Konzern), Basler Kantonalbank, Basel

- 18** Staatlich geprüfte kaufmännische Assistentin für Rechnungswesen: schulische Ausbildung in Suhl-Goldlauter (D)
- 20** Abschluss Berufsausbildung als Bankkauffrau: Deutsche Bank AG, Erfurt (D)
Berufspraxis: Deutsche Bank AG, Suhl und Lörrach (D)
- 25** Abschluss berufsbegleitendes Studium zur Betriebswirtin VWA: Verwaltungs- und Wirtschaftsakademie, Freiburg/Lörrach (D)
- 33** Kundenberaterin: Basler Kantonalbank, Basel
- 35** Stv. Filialleiterin und Kundenberaterin: Basler Kantonalbank, Basel
- 37** Kundenberaterin im Beratungszentrum: BKB, Basel
- 40** Gruppenleiterin: Outboundcenter BKB, Basel
- 42** Abschluss: Contact Center Supervisor BP (mit Auszeichnung Best Talent 2021): Callnet Zürich
- 42** Gruppenleiterin Outboundcenter Konzern: BKB, Basel

Eine Branche im Wandel

Die Kundenbedürfnisse sowie auch die Umwelt unterliegen einem ständigen Wandel und somit muss sich auch die Branche anpassen. Speziell in der Corona-Zeit wurde der Kontakt gemäss Eng via Telefon oder Videocall wichtiger. «Durch Homeoffice haben sich die Kundenkontakte verändert. Der Trend geht zu mehr Self-Service. Die Kundschaft möchte am liebsten ihre Geschäfte und Anliegen rund um die Uhr erledigen. Diese Entwicklung fördert auch die Arbeit im Homeoffice und führt zu Kosten- und Zeitersparnis. Der Nachteil dieser Entwicklung ist, dass der Austausch und die Mitarbeitendenführung schwieriger werden. Deshalb sind Organisationstalent, Durchsetzungsvermögen, Dienstleistungsmentalität, Blick für das Wesentliche, Kommunikationsstärke und das Flair für verschiedene Sprachen nur einige der Eigenschaften, die Mitarbeitende im Contact Center mitbringen sollten. Leider empfinden immer noch viele potentielle Mitarbeitende die Arbeit in einem Contact Center als minderwertig und schlecht bezahlt. Deshalb ist es schwierig, gutes Personal zu finden. Die Entwicklungsmöglichkeiten, die eine Tätigkeit im Contact Center bietet, sind vielfältig, aber leider noch zu wenig bekannt.» (meb)

➔ **Mehr zum Beruf:** www.berufsberatung.ch/weiterbildungsberufe

Berufsweg im Lebensmittelsektor



Der Arbeitgeber von Aldo Waldvogel ist das Inselspital Bern. Aldo Waldvogel ist im Lebensmitteleinkauf im Bereich Hotellerie tätig. Die indirekten Kunden des Lebensmitteleinkaufs sind zum einen Patienten und Patientinnen, Begleitpersonen und Besucher/innen und zum anderen die knapp 10 000 Mitarbeitenden und Studierenden. Bis zu 5500 Mahlzeiten werden pro Tag frisch produziert und serviert. Dafür beschafft das Einkaufs-Team sämtliche Lebensmittel und Getränke und versorgt die Küchen und Restaurants auf dem Inselareal.

Breite Aufgabenpalette

Das Team des Lebensmitteleinkaufes besteht aus sechs Personen, die sich die Verantwortung für Frischprodukte wie Brot, Gemüse, Fleisch und Kolonialwaren (Gewürze, Milchprodukte, Tiefkühlprodukte) teilen. Die Warenannahmen der Lieferungen – ca. 22 pro Tag mit einem Volumen von 4.5 Tonnen Lebensmittel/Getränke – starten bereits ab 6.30 Uhr und sind die Fixpunkte des Tages. Zu den Hauptaufgaben von Aldo Waldvogel gehören unter anderem die Warengruppenanalyse und -optimierung, das Lieferantenmanagement und die Mitarbeit in Projekten. Des Weiteren kommen auch die Stammdatenpflege, das Reklamationsmanagement, die Jahresinventur und vieles mehr dazu. Um einen reibungslosen Ablauf zu garantieren, ist ein ständiger Austausch mit den Restaurantleitenden der internen

Restaurants, den verschiedenen Küchenchefs und extern mit unterschiedlichen Lieferanten oder Produzenten erforderlich. «Mit meiner offenen und proaktiven Persönlichkeit bereitet mir diese Aufgabe besonders grosse Freude. Es braucht auch sicheres Auftreten, Verhandlungsgeschick und unternehmerisches Denken.»

Der Weg in den Einkauf

«Schon als Kind habe ich sehr gerne beim Backen geholfen. Nach einer Schnupperlehre in einer Konditorei stand für mich fest, dass ich nichts anderes machen wollte. Nach Abschluss der Lehre zum Bäcker-Konditor und der Zusatzlehre zum Confiseur, arbeitete ich in verschiedenen Pâtisseries in unterschiedlichen Schweizer Hotels. So bekam ich Einblick in andere Bereiche des Hotelwesens, was mich dazu bewog, die Hotelfachschule zu besuchen. Nach bestandenen Prüfungen konnte ich mein Fachwissen als Food & Beverage Manager anwenden und war zuständig für die Organisation von Veranstaltungen sowie den Einkauf. Mein nächster Schritt führte mich in den Lebensmitteleinkauf des Inselspitals. Anstelle von Hotelgästen sind nun Patientinnen und Patienten sowie Mitarbeitende meine Kundschaft. Meine Aufgaben sind jedoch – auch wenn es eine andere Branche ist – sehr ähnlich und das Geschehen der Küche ist immer noch in unmittelbarer Nähe.» Um das Thema Einkauf zu vertiefen und besser zu

ALDO WALDVOGEL, Einkäufer Lebensmitteleinkauf, Inselspital Bern

16–19	Berufliche Grundbildung Bäcker-Konditor EFZ: De Giovanetti SA, Sementina
19	Zusatzlehre als Konditor-Confiseur EFZ: Al Porto SA, Lostalio Tenero
20	Berufspraxis als Bäcker-Konditor-Confiseur: Al Porto SA Tenero
22	Saisonstellen als Konditor-Confiseur und Demi Chef Pâtissier
27	Dipl. Hotelier Restaurateur HF: Hotelfachschule Belvoirpark Zürich
28	Food & Beverage Assistant Manager: Wellness & SPA Hotel Beatus, Merligen
29	Leiter Einkauf & Controlling: Wellness & SPA Hotel Beatus, Merligen
Ab 31	Einkäufer Lebensmitteleinkauf, Inselspital Bern
34	Einkaufsfachmann BP: Procure.ch

verstehen, absolvierte Aldo Waldvogel kürzlich die Ausbildung zum Einkaufsfachmann BP. Bereits während den Kursen brachte ihm diese grossen Nutzen. So versteht er Zusammenhänge besser und hat Methoden kennengelernt, die seine Arbeit erleichtern. «Eine Weiterbildung prägt die Lebenserfahrung und erweitert die Allgemeinbildung. Dabei kommt natürlich das eine oder andere Hobby zu kurz, so vermisste ich mein Motorrad und die Ausflüge ins Tessin zu meinen Eltern. Den Abschluss zu machen, hatte jedoch Priorität. Nun fasse ich allenfalls die nächste Stufe, den Einkaufsleiter HFP, ins Auge.»

Trends der Branche

«Ein Megatrend der Branche ist die Nachhaltigkeit. Ausserdem ist der Veganismus im Aufschwung und es gilt, Alternativen für tierische Produkte aufzutreiben. Gerade im Spitalwesen hat man es vermehrt mit verschiedenen Kostformen (salz-, zuckerarm, etc.) sowie Intoleranzen und Allergien zu tun (z.B. Laktoseintoleranz). Die Marktsituation im Handel ist allgemein schwierig, denn die Ressourcen werden knapp. Für viele Produkte gibt es Lieferengpässe teilweise auch wegen Ernteausfällen verursacht durch Wetterverhältnisse. Meine Arbeit wird also weiterhin spannend bleiben.»

Traumjob öffentliche Beschaffung



Seraina Hug, was ist eine öffentliche Beschaffung?

Eine öffentliche Beschaffung liegt vor, wenn der Staat eine Leistung auf dem freien Markt einkauft und dafür ein Entgelt leistet. Bei diesem Vorgang kann die öffentliche Hand den Vertragspartner nicht immer direkt («freihändig») beauftragen, sind also in der Regel nicht frei in der Wahl des Beschaffungspartners. Bei Erreichen eines bestimmten Betrags («Schwellenwert») muss ein ordentliches Submissionsverfahren durchgeführt werden, bei welchem die eingereichten Angebote aufgrund von vordefinierten Kriterien bewertet werden. Dabei wird das vorteilhafteste Angebot berücksichtigt. Gesetzliche Grundlagen bestimmen die Verfahren und Abläufe. Fachbereiche (Elektrizität und Telekom / Technik Gas, und Wasser / Wärme und Entsorgung etc.), die beispielsweise Material oder eine Dienstleistung beschaffen möchten, werden von uns während des Submissionsverfahrens begleitet. Zusätzlich arbeiten wir mit der Fachstelle öffentliches Beschaffungswesen der Stadt Winterthur zusammen.

Beschreiben Sie einen normalen Arbeitstag?

In der öffentlichen Beschaffung bestimmen Projekte (Submissionen) den Takt. Submissionsverfahren laufen sehr strukturiert ab. Zuerst wird intern der Bedarf ermittelt, danach werden die Ausschreibungsunterlagen

erstellt und veröffentlicht, sodass interessierte Anbietende anschliessend ein Angebot einreichen können. Nach Auswertung der Angebote werden die Anbietenden mittels Zuschlagsverfügung inkl. Rechtsmittelbelehrung über das Ergebnis der Evaluation informiert. Wenn Anbietende den Eindruck haben, der Zuschlag sei mangelhaft, können sie vom Verwaltungsgericht verlangen, dass dieser auf Gesetzeskonformität geprüft wird. Das Erstellen von Ausschreibungsunterlagen gehört zu meinen regelmässigen Aufgaben. Auch bin ich fast täglich mit weiterführenden Fragestellungen rund ums Submissionsrecht konfrontiert. Diese können vor, während oder auch nach den Ausschreibungen auftreten und benötigen eine fundierte Abklärung, wie das Recht umzusetzen ist.

Wie verlief Ihr Weg in die öffentliche Beschaffung?

Ich wusste lange Zeit nicht, was ich lernen wollte, da mich vieles interessiert hat. Es kamen viele Möglichkeiten in Frage, aber ich entschied mich für den Detailhandel. Erst als ich in die öffentliche Beschaffung kam, wusste ich: mit diesem Job kann ich vielleicht alt werden. Meine Arbeit ist sehr vielseitig, und ich stehe immer wieder vor neuen, kniffligen rechtlichen Fragen. Als Einkaufsleiterin HFP hatte ich bereits ein grosses Wissen im Einkauf, jedoch lag dort der Fokus auf privatwirtschaftlichen und

SERAINA HUG, Strategische Einkäuferin, Stadtwerk Winterthur

- 20** Berufliche Grundbildung Detailhandelsangestellte EFZ, Lebensmittel
- 21** Berufspraxis als kaufmännische Angestellte
- 25** Ausbildung Marketingfachfrau mit eidg. Fachausweis: Kader- und Marketing-schule (neu HSO), Rapperswil
- 28** Berufspraxis: Einkäuferin (operativ und strategisch) Schaltschrankbau, Fertigung mechatronischer Baugruppen: Schaltag AG, Effretikon
- 31** Ausbildung zur Einkaufsfachfrau mit eidg. Fachausweis: procure.ch Winterthur
- 32** Berufspraxis als Einkäuferin (öffentlich-rechtlich): Universitätsspital Zürich
- 33** Ausbildung zur Einkaufsleiterin mit eidg. Diplom: procure.ch, Zürich / Berufspraxis als strategische Einkäuferin (öffentlich-rechtlich): Stadtwerk Winterthur
- 37** Ausbildung als Spezialistin öffentliche Beschaffung mit eidg. Fachausweis: procure.ch Zürich

nicht öffentlich-rechtlichen Themen. Die neue Ausbildung zur Spezialistin öffentliche Beschaffung BP kam zur rechten Zeit und hat mir ein gutes Grundwissen in der öffentlichen Beschaffung vermittelt sowie meine Kenntnisse erweitert. Meinen Beruf auszuüben, ist für mich eine wunderbare Aufgabe. Ich kann gar nicht sagen, was es genau ausmacht, wahrscheinlich ist es die Mischung aus allem.

Welche Eigenschaften sind in Ihrer Funktion von Vorteil?

In meinem Beruf ist ein einkäuferisches Flair von Vorteil. Darüber hinaus muss man sich in rechtlichen Themen wohlfühlen. Gewisse Tätigkeiten laufen strukturiert ab und Vorgaben müssen genau eingehalten werden. Gut ist es auch, wenn man gerne mit Menschen zusammenarbeitet, da die Projektgruppen aus unterschiedlichen Fachbereichen bestehen. Manchmal ist es schwierig, allen Forderungen gerecht zu werden. Die Bewohnerinnen und Bewohner der Stadt Winterthur haben Ansprüche an uns. Ausserdem gibt es Vorgaben seitens der Politik und auch die internen Fachbereiche haben genaue Vorstellungen über das zu beschaffende Gut. Dabei versuche ich im Rahmen der gesetzlichen Möglichkeiten das Beste für alle rauszuholen. (meb)

➔ **Mehr zum Beruf:** www.berufsberatung.ch/weiterbildungsberufe

«Im Handel muss man Menschen mögen»



Nicole Durrer hat bereits als Jugendliche viel zu Hause gekocht und gebacken, so lag es nahe, Köchin zu werden. Nach Schnupperlehren entschied sie sich für eine Lehrstelle in einem Hotel. «Mein Vater sagte damals: gegessen und getrunken wird immer, somit ist es ein sicherer Beruf.» Durrer ist nicht mehr in der Gastronomie, allerdings ist sie dem Lebensmittelbereich treu geblieben.

Selbstorganisiert unterwegs

Pistor ist ein unabhängiger Grosshandels-Partner und Anbieter von Gastro-, Bäckerei- oder Pflegebedarf. So sind deren Kunden Küchenchefs, Heim-, Gastronomie- und Hauswirtschaftsleitende, Aussendienstmitarbeitende von Produzenten und Food & Beverage Manager/innen.

«Ich gestalte und organisiere meinen Arbeitsalltag selber und habe Kontakt mit verschiedenen Menschengruppen. Dies gefällt mir besonders gut.» Die Pflege, Betreuung und der gezielte Aus- und Aufbau von bestehenden Kunden sowie die Akquisition von Neukunden gehören zu den Hauptaufgaben von Nicole Durrer. Sie ist ständig in Kontakt und viel mit dem Auto auf Kundenbesuche unterwegs. Dazwischen tätigt sie Rückrufe, nimmt Anfragen auf und klärt diese ab. Am Ende des Tages stehen noch die Bearbeitung der Mails an, das Rapportieren und die Bearbeitung der Kundenbesuche und Offer-

tenanfragen, Pflege der Kontaktdaten und natürlich die Vorbereitung des nächsten Tages. Weitere Aufgaben von Durrer sind die Auswertung von Rayon-Analysen und Ableitung entsprechender Massnahmen zur Erreichung des Umsatzzieles, die lösungsorientierte Reklamationsbehandlung, die Förderung der Zusammenarbeit im Team der eigenen Region wie auch im gesamten Verkauf-Innendienst, die Netzwerkpflege im eigenen Rayon, Teilnahme an Messen und Veranstaltungen und vieles mehr. Nicole Durrer ist ausserdem Präsidentin der Mitarbeiter/innen-Kommission bei Pistor. «Für meine Arbeit ist viel Eigenmotivation, Durchhaltewille, Verhandlungsgeschick und Organisationstalent nötig. Ausserdem sollte man eine emphatische, gewinnende und aufgestellte Person sein, die redegewandt ist, gerne Auto fährt und sich allein organisieren kann. Am wichtigsten ist aber: man muss Menschen mögen!»

Verkaufen ist ein Prozess, man hat nie ausgelernt

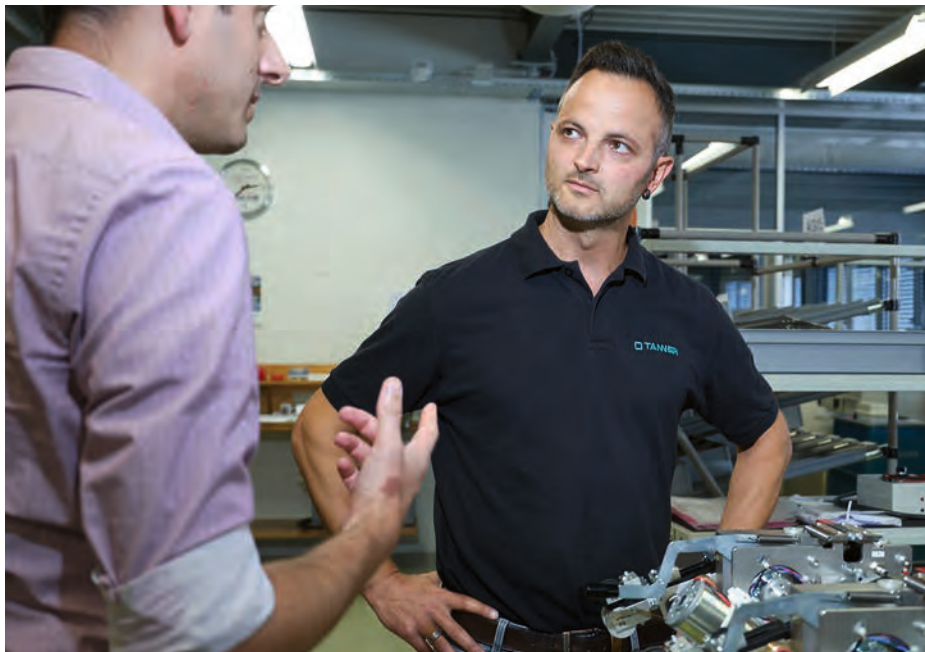
«Der Wechsel von der Küche in den Verkauf Innendienst bei Pistor war gewöhnungsbedürftig. Ich musste mich zuerst an das stundenlange Sitzen, die vielen Anrufe, den Lärmpegel, die Tätigkeit am PC und die kopflastige Arbeit gewöhnen. Nach den ersten Tagen dachte ich, dass ich das nicht

NICOLE DURRER, Verkaufsberaterin Gastronomie, Pistor AG, Rothenburg

- 19** Abschluss berufliche Grundbildung als Köchin EFZ: Hotel du Lac, Hergiswil
- 19** Anstellung als Köchin in verschiedenen Betrieben
- 28** Verkaufsfachfrau, Verkaufs-Innendienst: Pistor AG, Rothenburg
- 29** Abschluss Handelsschule: Kaufmännische Handelsschule der Berufsfachschule Nidwalden
- 32** Abschluss diplomierte Verkaufsspezialistin mit Zertifikat: KV Luzern Berufsakademie
- 33** Abschluss Markom Zulassungsprüfung: KV Luzern Berufsakademie
- 35** Abschluss Verkaufsfachfrau mit eidg. Fachausweis BP Vertiefungsrichtung Aussendienst: KV Luzern Berufsakademie
- 35** Verkaufsfachfrau Aussendienst, Verkaufsberatung Gastronomie: Pistor AG, Rothenburg

lange machen kann, daraus wurden allerdings sieben Jahre.» Durrer bildete sich zur diplomierten Verkaufsspezialistin aus, was sie motivierte, mehr erreichen zu wollen. Zu diesem Zeitpunkt absolvierten zwei Arbeitskollegen den Lehrgang Verkaufsfachmann BP. Das animierte Nicole Durrer, ebenfalls die Ausbildung zur Verkaufsfachfrau BP zu starten. Denn sie wollte weiterkommen. «Da meine Vorgängerin im Aussendienst gekündigt hat, ergriff ich die Chance, da ich mir den Job im Aussendienst nur bei Pistor vorstellen konnte.» Der Abschluss hat ihr zur Stelle im Aussendienst bei Pistor verholfen, ist Durrer überzeugt. Da sie die internen Prozesse, Dienstleistungen, Produkte, internen Ansprechpersonen sowie zum Teil sogar die Kunden bereits kannte, verlief der Wechsel in den Aussendienst problemlos. «Die Branche ist im Wandel und muss sich zunehmend den Themen Nachhaltigkeit, neue Ernährungsformen und Digitalisierung widmen. Auf Grund des Fachkräftemangels in der Gastronomiebranche wird sich in der nächsten Zeit noch sehr viel verändern müssen. Man muss im Handel also dranbleiben und anpassungsfähig sein.» (meb)

Der Einkauf hat Drehscheibenfunktion



Adrian Kempf, Sie sind für eine Firma tätig, die Bändermaschinen fertigt.

Was muss man sich darunter vorstellen?

Die BFT Produktions AG (Teil der weltweit tätigen ATS-Tanner-Group) entwickelt und fertigt unter der international bekannten Produktmarke ATS moderne Bändermaschinen und -anlagen für unterschiedliche Märkte weltweit. Bändermaschinen ist eine Verpackungstechnik, bei der Produkte mit einem Band aus Papier oder Kunststoff zu einer Einheit gebündelt werden. Wir bieten ein Paket aus Beratung, Maschine, Material und Service an. Das Bändermaschinen haben wir zwar nicht erfunden, aber durch Einsatz modernster Technologie wesentlich mitgestaltet und zu unserer Kernkompetenz entwickelt.

Wie sieht ein typischer Arbeitstag aus?

Üblicherweise starte ich meinen Tag mit der Planung der To Do's, bearbeite Mails, plane Meetings, arbeite an Projekten, betreibe Beschaffungs-Marktforschung und tausche mich mit meinem Team aus. Als Einkäufer hat man eine Drehscheiben-Funktion und somit Kontakt zu fast allen Abteilungen. Meine Hauptaufgaben sind: Erarbeiten sowie Implementieren eines Lieferanten-Management-Systems, eines Beschaffungs-Kennzahlen-Sets und eines Lieferanten-Bewertungssystems. Ausserdem betreue ich

Lieferanten, arbeite Verträge aus und unterstütze den operativen Einkauf. Als Qualitätsmanagement Beauftragter bin ich zudem verantwortlich für die kontinuierliche Verbesserung der Arbeitsabläufe, Optimierung des Wertebeitrags durch den Einkauf und Supply Chain Management.

Welches waren die wichtigsten Schritte Ihrer Laufbahn?

Schon in der Primarschule wollte ich eine Berufslehre in einem handwerklichen Bereich machen. Dies ist auch im Nachhinein die beste Entscheidung, weil mir das technische Verständnis noch heute bei meiner Tätigkeit als Einkäufer hilft. Nach Lehrabschluss eignete ich mir Berufserfahrung an, absolvierte die Ausbildung zum Technischen Kaufmann BP und wagte parallel dazu den Schritt von der Werkstatt ins Büro. Zur Professionalisierung des Einkaufs schuf mein Arbeitgeber die neue Stelle «Technischer / Strategischer Einkäufer» und so absolvierte ich die Ausbildung zum Einkaufsfachmann BP. Zurzeit bin ich im Lehrgang Einkaufsleiter HFP. Dadurch kann ich den Einkauf der Zukunft aktiv mitgestalten und meinen Beitrag zum Ausbau und Erhalt eines schlagkräftigen und agilen Einkaufs leisten. Denn dieser trägt einen wesentlichen Beitrag zum Unternehmenserfolg bei.

ADRIAN KEMPF, Technischer und strategischer Einkäufer, BFT Produktions AG, Meisterschwanden

19 Abschluss berufliche Grundbildung Bau-maschinenmechaniker EFZ: Emil Baumann AG (EBAG) und Batigroup AG, Schattdorf (heute Implenia Schweiz)

27 Abschluss höhere Berufsbildung: Technischer Kaufmann BP: TEKÖ, Luzern

33 Technischer Einkäufer: Firma Airvent AG, Rotkreuz (Aunde Group)

34 Abschluss dipl. Betriebswirtschaftler NDS HF: Wirtschafts- und Informatikschule HSO, Luzern

40 Technischer / Strategischer Einkäufer: Firma BFT Produktions AG (ATS-Tanner Group)

40 Abschluss Einkaufsfachmann BP: procure.ch, Zürich

42 Ausbildung zum Einkaufsleiter HFP Abschluss im Frühling 2023: procure.ch, Zürich (Blended Learning Konzept)

Nennen Sie bitte Sonnen- und Schatten-seiten sowie Trends Ihrer Branche.

Mich faszinieren die Vielfalt und das Kreative an meiner Tätigkeit. Wichtig ist der Team-Gedanke, Verlässlichkeit sowie der Austausch mit Lieferanten. Es bringt nichts, lange zu hadern, denn am Ende des Tages bringt uns nur ein lösungsorientierter Ansatz weiter. Eine proaktive Grundeinstellung, analytisches Denkvermögen, gesunde Hartnäckigkeit sowie ein gutes Gespür für auftretende Situationen, um bei Bedarf adäquate Massnahmen umzusetzen, sind ebenfalls unerlässliche Fähigkeiten in meinem Beruf. Schwierig ist aktuell, die Versorgung des Materials sicherzustellen. Bei Beschaffungszeiten gewisser Komponenten von bis zu 90 Wochen besteht die Gefahr, zum Zeitpunkt des Bedarfes Nichts oder das Falsche an Lager zu haben. Das zwingt uns, zwei Jahre im Voraus zu entscheiden, was wir bestellen. Glücklicherweise beziehen wir ca. 85 Prozent unseres Einkaufsportfolios von Schweizer Lieferanten. Durch diese kurzen Transportwege reduzieren wir nicht nur den CO₂-Ausstoss, sondern können auf neue Situationen rasch reagieren. Nebst den Megatrends wie Digitalisierung und Fachkräftemangel, mausert sich die Nachhaltigkeit zum Zukunftsthema. Neu können wir unserer Kundschaft eine ökologisch nachhaltige Bänderrolle aus recycelbarem Papier anbieten. (meb)

➔ **Mehr zum Beruf:** www.berufsberatung.ch/weiterbildungsberufe

Weiterbildungen

(in alphabetischer Reihenfolge)

➔ **Detaillierte Infos** zu den einzelnen Weiterbildungen und Vorbereitungskursen sind auf www.berufsberatung.ch und www.berufsberatung.ch/weiterbildung abrufbar.

Unter **Weiterbildungen** fallen Abschlüsse der höheren Berufsbildung wie eidg. Fachausweise, Diplome der höheren Fachprüfungen und höheren Fachschulen sowie Fachabschlüsse mit hoher Branchenakzeptanz.

AGRO-KAUFMANN/-FRAU HF

Verfügt über ein breites kaufmännisch-agrarwirtschaftliches Fachwissen. Arbeitet im Kader von landwirtschaftlichen Vertriebsorganisationen, in der Verwaltung oder als externe Beratungsperson für Fach-, Finanz- und Versicherungsfragen im landwirtschaftlichen Kontext. Ist zuständig für Marketingaktivitäten, Ein- und Verkauf oder für betriebswirtschaftliche Aufgaben.

AUSSENHANDELSFACHMANN/-FRAU BP

Steht im Kontakt mit internationaler Kundschaft sowie Lieferfirmen. Übernimmt spezialisierte Arbeiten im Import und/oder Export von Waren und Dienstleistungen.

AUSSENHANDELSLEITER/IN HFP

Ist in einem internationalen Unternehmen im Export-, Import- oder Crosstrade-Bereich, einer global ausgerichteten Bank oder einem weltweit agierenden Speditions- oder Transportunternehmen für die Auftragsabwicklung zuständig. Übernimmt Vorgesetztenfunktion auf oberer Kaderebene, erarbeitet strategische Richtlinien und trägt die Gesamtverantwortung der Leistungen im Bereich des Imports und/oder Exports sowie des Transithandels.

BETRIEBSWIRTSCHAFTER/IN HF

Arbeitet im mittleren beziehungsweise oberen Management von KMU und Grossbetrieben. Erfüllt in der Wirtschaft und Verwaltung anspruchsvolle Fach- sowie Führungsaufgaben und setzt die Ziele der Geschäftsleitung um.

CALL CENTER AGENT/IN

Tätigt eingehende und ausgehende Telefonanrufe. Gibt den Anrufern fachgerechte Auskünfte über die jeweiligen Dienstleistungen bzw. Produkte einer Firma und nimmt Aufträge sowie Reklamationen entgegen.

CATEGORY MANAGER/IN (ECR)

Ist für die Konzeption, Beschaffung und Bereitstellung einer oder mehrerer Produktfamilien (Categories) verantwortlich und trägt die Umsatzverantwortung für die Warengruppe.

DETAILHANDELSMANAGER/IN HFP

Hat eine Führungsposition in einem Unternehmen des Detailhandels. Ihr branchenspezifisches Wissen setzt er/sie in der Unternehmensführung, der Organisationsgestaltung, im Marketing, im Finanzwesen und im Kommunikationsmanagement ein.

➔ **Porträts von Eveline Rhyner und Marc Stellter auf Seiten 40 und 24**

EINKAUFSFACHMANN/-FRAU BP

Ist in Industrie-, Handels- und Dienstleistungsunternehmen sowie bei öffentlichen Verwaltungen tätig und verantwortlich für den Einkauf von Waren und Dienstleistungen. Verfügt über betriebswirtschaftliches und organisatorisches Fachwissen in den Bereichen Beschaffung, Einkauf, Materialwirtschaft und Logistik.

➔ **Porträt von Aldo Waldvogel auf Seite 26**

EINKAUFSLEITER/IN HFP

Ist für die Beschaffung von Sachgütern und Dienstleistungen verantwortlich. Arbeitet als Fach- und Führungsperson in Einkaufsabteilungen grosser Industrie- und Handelsunternehmen sowie bei Grossverteilern. Verfügt über vertiefte Fachkenntnisse im Beschaffungsmanagement und kauft Rohstoffe, Geräte, Maschinen, Güter und Produkte.

➔ **Porträt von Adrian Kempf auf Seite 29**

EINKAUFSMANAGER/IN

Verfügt über umfassendes Basiswissen in der Beschaffung. Koordiniert und bearbeitet die täglichen Einkaufsaktivitäten. Ist in der Lage, die benötigten Güter und Dienstleistungen zur richtigen Zeit in der richtigen Menge und Qualität, am richtigen Ort und zum richtigen Preis für das Unternehmen zu beschaffen.

ONLINE SHOP MANAGER/IN

Setzt E-Commerce-Projekte kompetent um und ist für Online-Marketing-Konzepte zuständig. Baut einen erfolgreichen und rechtskonformen Webshop auf, plant Kampagnen, pflegt Communities, gewinnt neue Kunden durch effizientes Kampagnenmanagement und versucht diese anzubinden.

MARKETINGMANAGER/IN HF

Übernimmt Fach- und Führungsaufgaben in Marketingabteilungen von Grossbetrieben oder von KMUs. Plant Marketingaktivitäten und realisiert Projekte zur Erreichung der Unternehmens- bzw. Marketingziele.

PHARMABERATER/IN SHQA

Ist im Aussendienst für die Pharmaindustrie tätig. Informiert im Auftrag eines pharmazeutischen Unternehmens Ärzte und Ärztinnen im Spital oder in eigener Praxis sowie Apothekerinnen und Apotheker über Arzneimittel und stellt die Produkte der eigenen Firma vor.

PHARMA-SPEZIALIST/IN BP

Ist das Bindeglied zwischen dem Pharmaunternehmen und den Fachpersonen des Gesundheitswesens. Informiert Ärztinnen und Apotheker über die Eigenschaften der Arzneimittel unter Berücksichtigung der Patientensicherheit, pharmakonomischer und rechtlicher Aspekte.

SACHBEARBEITER/IN EINKAUF

Ist in einem Produktions- oder Handelsbetrieb verantwortlich für einen wirtschaftlich optimalen Einkauf. Verhandelt mit Lieferanten und betreut das Reklamationswesen. Kennt den Beschaffungsprozess als Teil der Wertschöpfungskette.

SPEZIALIST UND SPEZIALISTIN ÖFFENTLICHE BESCHAFFUNG BP

Überblickt und plant den gesamten Beschaffungsprozess, führt und koordiniert diesen in allen Phasen, hält sich dabei an die rechtlichen und strategischen Vorgaben und führt ein lückenloses Controlling und Reporting.

➔ **Porträt von Seraina Hug auf Seite 27**

VERKAUFSFACHMANN/-FRAU BP

Übernimmt Managementaufgaben im Innen- oder Aussendienst des Verkaufs. Plant und realisiert die Verkaufsziele des Unternehmens, übernimmt Kontroll- und Koordinationsaufgaben und entlastet die Verkaufsleitung.

➔ **Porträt von Nicole Durrer auf Seite 28**

VERKAUFSLEITER/IN HFP

Führt den Innen- und Aussendienst der Verkaufsabteilung eines Unternehmens. Ist für die Planung und Führung der Verkaufs- und Vertriebsorganisation verantwortlich. Erarbeitet und realisiert auf der Grundlage der Unternehmensziele Verkaufskonzepte.

Berufsfunktionen und Spezialisierungen

Unter **Berufsfunktionen** und **Spezialisierungen** sind Tätigkeitsprofile und Berufsbezeichnungen aufgeführt, welche innerhalb der Branche allgemein gebräuchlich und geläufig sind.

DISPONENT/IN (VERKAUF, GROSS- UND DETAILHANDEL)

Ist zuständig für die Zuteilung und Überwachung von Diensten und Waren und die Entgegennahme sowie Disposition von Kundenbestellungen. Versorgt interne und externe Kunden eines Unternehmens erfolgreich mit Material und Enderzeugnissen. Trägt in erster Linie die Verantwortung dafür, dass die benötigten Waren zum vereinbarten Zeitpunkt in der richtigen Menge und Qualität eintreffen.

HANDELSMARKETING-SPEZIALIST/IN

Ist für das Marketing von Handelsunternehmen tätig. Überprüft permanent die Vertriebswege und -methoden und deren Rentabilität. Ist verantwortlich für die Synchronisation von Werbung und Verkauf.

KEY ACCOUNT MANAGER/IN

Bildet die Schnittstelle zwischen der Kundschaft und dem Unternehmen. Ziel ist es, für das Unternehmen wichtige Kundschaft zu binden, das Kundennetz auszubauen und neue potenzielle Kunden und Kundinnen zu gewinnen.

KUNDENBERATER/IN (GROSSHANDEL)

Ist zuständig für die Beratung, Betreuung, Schulung sowie die Akquisition von Kunden und Kundinnen. Arbeitet im Verkauf-Aussen- oder Innendienst, kümmert sich um Kundenanfragen, erstellt Offerten, berät am Telefon oder persönlich. Übernimmt in der Regel auch administrative Arbeiten.

LEITER/IN VERKAUFSINNENDIENST

Unterstützt die Verkaufsleitung in Führungsaufgaben und entlastet sie in administrativen Belangen. Gewährleistet zusammen mit den ihm/ihr unterstellten Sachbearbeitern/Sachbearbeiterinnen eine optimale Auftragsabwicklung (von der Bestellung bis zum Versand und Auslieferung der Ware). Unterstützt den Aussendienst und erstellt Angebote, Statistiken und Kalkulationen.

SACHBEARBEITER/IN MARKETING UND VERKAUF

Arbeitet im Umfeld von Marketing und Verkauf und unterstützt Marketing- und Verkaufsleiter/innen bei ihren Tätigkeiten.

SACHBEARBEITER/IN VERKAUFSINNENDIENST

Erledigt die im Verkauf anfallenden administrativen Arbeiten und unterstützt den Aussendienst. Ist verantwortlich für die Kundenbetreuung und -beratung und je nach Unternehmen für die gesamte Auftragsabwicklung (vom Bestellwesen über den Versand bis zur Fakturierung).

SALES MANAGER/IN

Vertriebt Waren und Dienstleistungen und ist verantwortlich für ein Verkaufsgebiet mit mehreren Produkten und für die Akquisition von Kunden. Vermarktet die Produktlinie, pflegt bestehende Kontakte und betreut den Kundenstamm.

SALES SUPPORTER/IN

Unterstützt das Sales Management oder den Key Account, also den Verkaufsaussendienst. Bearbeitet Anfragen und Offerten, erledigt administrative Aufgaben und analysiert Daten von Schlüsselkunden und -kundinnen.

VERKAUFSINGENIEUR/IN

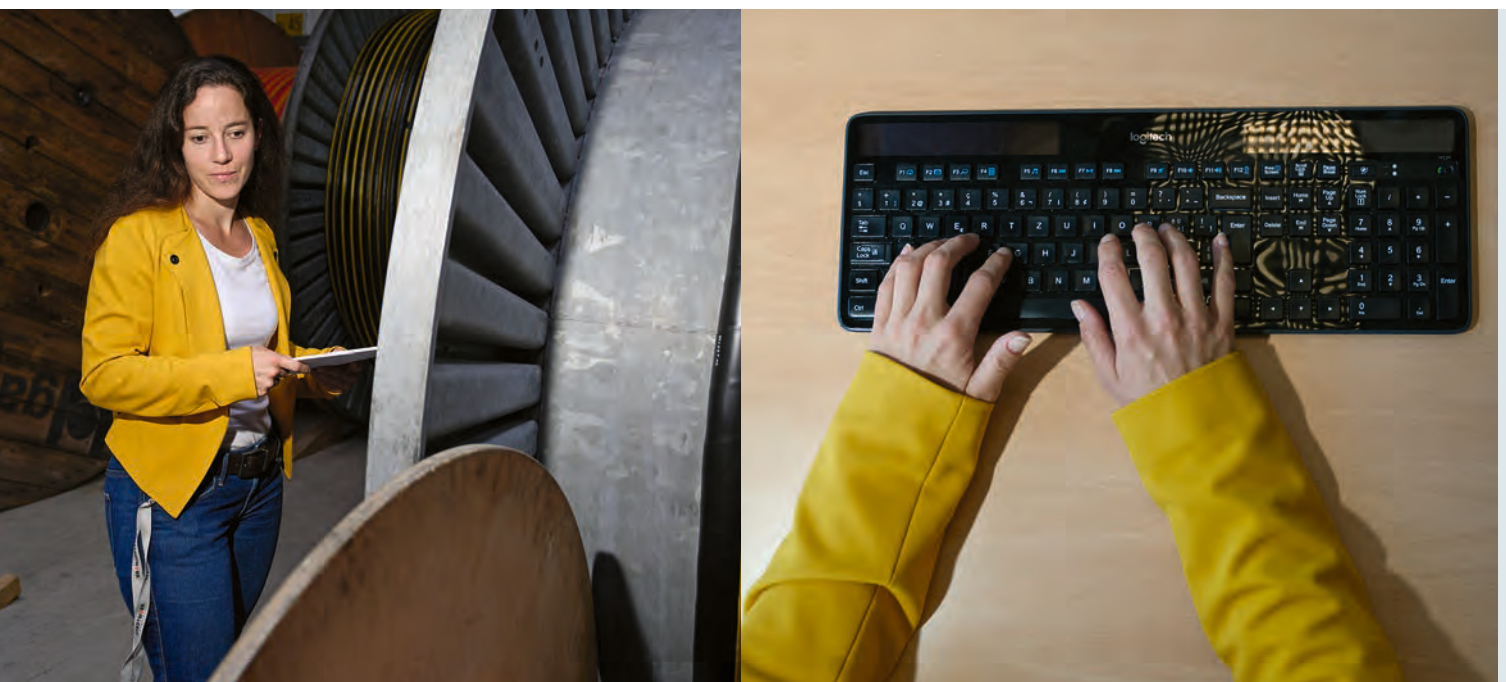
Setzt Verkaufsstrategien um und ist verantwortlich für den Verkauf im technischen Bereich. Pflegt und betreut bestehende Kunden und akquiriert neue. Ist Ansprechpartner/in für alle technischen und kommerziellen Fragen.

Hochschulberufe

Unter **Hochschulberufe** finden sich die der Branche zugehörigen Bachelor- und Masterabschlüsse sowie typische Branchenspezialisierungen aus dem Hochschulumfeld.

BETRIEBSÖKONOM/IN FH

Übernimmt Führungsaufgaben auf Managementstufe. Ist im Rechnungswesen und Controlling, im Banking, Marketing, Verkauf, im HR-Bereich sowie in der Unternehmenskommunikation und -entwicklung tätig.



Automobil-Verkaufsberaterin / Automobil-Verkaufsberater

mit eidgenössischem Fachausweis



Dauer der Weiterbildung

Drei Semester, berufsbegleitend,
als Total der acht Module.

Kompetenzbereiche Überblick / Module

1. Verkaufspsychologie und Persönlichkeits-
schulung
2. Verkaufsmethodik und Verkaufs-
kommunikation
3. Administration und Informatik
4. Arbeits- und Betriebsorganisation
5. Rechnungswesen
6. Recht und Versicherung
7. Verkaufsbezogene Produktkenntnisse
8. Marketing und Handel

Kenner der Kundenbedürfnisse

Automobil-Verkaufsberater/-innen sind umfassend informierte, flexible Ansprechpartner für eine immer anspruchsvoller werdende Kundschaft. Durch ihr freundliches und kompetentes Auftreten schafft diese Fachperson Vertrauen sowie zufriedene Kunden.

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Dann starten Sie Ihre Karriere im Automobilgewerbe!

autoberufe.ch >>>
powered by AGVS | UPSA



AGVS / UPSA

Wölflistrasse 5, 3006 Bern

Telefon 031 307 15 15, Fax 031 307 15 16

info@agvs-upsa.ch, www.agvs-upsa.ch

DETAILHANDEL



Der Detailhandel ist aus unserem Alltag nicht wegzudenken. Berufsleute im Detailhandel bedienen und beraten in der Schweiz täglich über zwei Millionen Kundinnen und Kunden und verkaufen Food- und Non-Food-Artikel. Dies war gerade in Pandemiezeiten wichtig, um die Versorgung der Bevölkerung sicherzustellen.

Gute Basis für die Zukunft schaffen



Remonda Tairi kam als Jugendliche mit 14 Jahren aus Nordmazedonien in die Schweiz, um die Sprache zu lernen. Sie blieb, beendete die Volksschule und startete mit nur 17 Jahren bei Coop als Mitarbeiterin im Verkauf und an der Kasse. «Ich stieg als Kassiererin in einem Teilzeitpensum ein. Überzeugt hat mich der Kontakt zu den Kunden, das Teamwork und die Arbeit an der Kasse.»

Kundenkontakt und Teamarbeit als Pluspunkte im Verkauf

Über 20 Jahre war Remonda Tairi bei Coop tätig, stieg von der Aushilfsmitarbeiterin über die Abteilungsleiterin bis zur Rayonleiterin auf. Obwohl Sie keinen Lehrabschluss besass, dafür aber viel Berufserfahrung, erhielt sie viel Verantwortung und hatte viele Aufgaben wie beispielsweise die Führung eines Rayons inklusive der Rayon-Mitarbeitenden sowie deren Förderung und Unterstützung. Remonda Tairi war auch für die Ausbildung der Lernenden, die Planung und Umsetzung von Verkaufsfördermassnahmen, die Sicherstellung und Ablauforganisation der Verkaufsbereitschaft, die Unterstützung der Vorgesetzten in der Betriebsführung, die Analyse der Kennzahlen und vieles mehr verantwortlich. Heute arbeitet sie seit über einem Jahr bei Lidl und zu ihren Hauptaufgaben gehören das Aktionsgeschäft – Tairi präsent

tiert Aktionen und bestimmt die Preise – nebenbei berät sie die Kundschaft, räumt im Laden auf, ist an der Kasse und hilft bei der Planung mit. An Ihrer Tätigkeit fasziniert Tairi der Kontakt zu Menschen wie die Beratung und der Umgang mit der Kundschaft sowie die Arbeit im Team. Sie schätzt auch das gute Arbeitsklima im Betrieb, die Arbeitszeiten, das Planen und Organisieren sowie das Präsentieren der Ware. «Es gibt mehrmals pro Woche neue Präsentationen, sodass der Laden schön aussieht und die Kundschaft zufrieden ist. Schwierig ist es, wenn Ware wegkommt oder das Team nicht stimmt. Manchmal sind die Arbeitstage auch sehr lang und vor Feiertagen zum Beispiel haben wir viel Arbeit, was auch Stress bedeutet.» Remonda Tairi ist dennoch im Verkauf am richtigen Ort und würde nicht wechseln wollen.

Mehr Verantwortung dank Ausbildung

«Ohne Ausbildung kommt man nicht weiter. Deshalb und weil ich schon viel Berufspraxis im Verkauf vorzuweisen hatte, entschied ich mich im Alter von 40 Jahren, noch einen Berufsabschluss für Erwachsene zu absolvieren. Ich will mir damit eine gute Basis für die Zukunft schaffen. Ich startete im 2021 die Nachholbildung nach Art. 32 – also die direkte Zulassung zum Qualifikationsverfahren – als Detailhandelsfachfrau

REMONDA TAIRI, Verkäuferin, Lidl, Zürich

- 14 Einreise in die Schweiz, Sprachaufenthalt in Zürich
- 17 Abschluss Volksschule in der Schweiz
- 17 Berufspraxis als Verkäuferin: Coop, Zürich
- 19 Stv. Geschäftsleiterin, danach Abteilungsleiterin Food: Coop Zürich
- 23 Rayonleiterin Food und Non Food: Coop Zürich
- 38 Weiterbildung mit Zertifikat in der Reinigung: Soziales Netz Horgen (SNH) / Tätigkeit in der Reinigung
- 39 Verkäuferin: Secondhandladen Caritas, Zürich
- 41 Verkäuferin: Lidl, Zürich / Nachholbildung Detailhandelsfachfrau, Art. 32: SIU, Zürich, Abschluss 2023

und schliesse die Ausbildung im 2023 mit dem EFZ ab. In der Schule interessieren mich alle Fächer, und ich finde vor allem auch die Kombination von Praxis und Unterricht sehr sinnvoll und spannend. Durch die Ausbildung kann ich mein Fachwissen ständig erweitern und vergrössern. Ausserdem konnte ich meine Beratungsfähigkeit steigern und lernte den Umgang mit verschiedenen Kundengruppen. Wenn ich den Lehrabschluss dann geschafft habe, bin ich ausgerüstet, um mehr Verantwortung zu übernehmen und in eine höhere Position aufsteigen. Mein nächstes Ziel ist es, die Ausbildung zur Detailhandelspezialistin BP anzuhängen und vielleicht später eine Abteilung zu leiten.» (meb)

Zwei Leidenschaften: Beratung und Warenpräsentation



Vera Wanner, weshalb wurden Sie Pharma-Assistentin und bildeten Sie sich zusätzlich zur Visual Merchandiser weiter?

Nach verschiedenen Schnupperlehren schlug mir meine Mutter die Pharma-Assistentin vor. Ich hatte meinen Beruf gefunden! Von Anfang an begeisterten mich die unterschiedlichen Aufgaben und die endlosen Medikamenten-Schubladen. Ich bekam die Lehrstelle in der Zentral-Apotheke, wo ich noch heute arbeite. Mein Beruf ist sehr vielseitig, man lernt immer Neues dazu. Ich schätze das selbstständige Arbeiten mit Eigenverantwortung. Im 2019 habe ich den Kurs zur Berufsbildnerin absolviert und kann seither mein Wissen an zwei Lernende weitergeben. Drei Jahre später schloss ich die Ausbildung zur Visual Merchandiser ab. Unsere Apotheke gehört zu Rotpunkt-Apotheken, einer Gruppierung von unabhängigen und inhaber/innengeführten Apotheken. Eine Arbeitskollegin und ich sind Rotpunktverantwortliche und somit für die Warenpräsentationen sowie Monatsaktionen zuständig. Rotpunkt unterstützt uns mit diversen Schulungen und Events. Zum Beispiel zum Thema «Präsentation der Verkaufsfläche», um sich von der Konkurrenz abzuheben und so die Kundenfrequenz und schliesslich auch den Umsatz zu steigern. Als bekannt wurde, dass eine Weiterbildung zur Visual Merchandiser angeboten wird, stand für

mich fest, dass ich diese besuche. Ich habe bereits vorher gerne umgestellt und Neues ausprobiert, doch die Ausbildung hat mir zu einem besseren Auge fürs Präsentieren und für das gesamte Erscheinungsbild der Apotheke verholfen. Damit kann ich erreichen, dass wir mehr Laufkundschaft in die Apotheke ziehen, somit das Tagesgeschäft verbessern und, dass unser Betrieb im Allgemeinen ansprechender aussieht.

Wie sieht ein typischer Arbeitstag aus?

Mein Tag startet manchmal mit Besuchen im Altersheim, wo ich die bestellte Ware abliefern und die mir zugewiesenen Bewohner/innen betreue. Zurück in der Apotheke bereite ich Kunden- und Altersheimbestellungen vor, mache Produktausstellungen, übermittle Bestellungen, kaufe Produkte ein, betreue die Lernenden, richte Wochendosette für Kunden, erledige administrative Aufgaben wie das Ablegen von Betäubungsmittelrezepten und das Führen von Inventurlisten und schaffe zwischendurch in den Gestellen Ordnung. Als Rotpunktverantwortliche bin ich zuständig für diverse Ausstellungen und Umstellungen in der Apotheke. Das wichtigste jedoch sind die Kunden und Kundinnen. Die Beratung und Bedienung der Kundschaft steht immer an erster Stelle. Nach der Arbeit finde ich den Ausgleich, indem ich ins Training oder in den Schützenverein gehe.

VERA WANNER, Fachfrau Apotheke und Visual Merchandiser, Zentral Apotheke, Neuhausen

- 19 Abschluss berufliche Grundbildung als Pharma-Assistentin EFZ (neu Fachfrau Apotheke EFZ): Zentral-Apotheke, Neuhausen am Rheinfall
- 19 Pharma-Assistentin: Zentral-Apotheke, Neuhausen am Rheinfall
- 21 Abschluss Berufsmaturität (BMS), Gesundheit und Soziales: BBZ Schaffhausen
- 24 Sprachaufenthalt in Australien
- 24 Abschluss Berufsbildnerin, Apprendo GmbH, Schaffhausen
- 26 Abschluss Visual Merchandiser mit Zertifikat: KV Luzern Berufsakademie
- 26 Fachfrau Apotheke und Visual Merchandiser: Zentral-Apotheke, Neuhausen

Das Schöne und Schwierige in Ihrem Beruf?

An der Arbeit als Visual Merchandiser fasziniert mich, dass ich meine Ideen zum Auftritt und zu den Ausstellungen in der Apotheke einbringen kann. Ausserdem sieht man das Ergebnis der eigenen Arbeit und erhält bei gelungener Ausstellung Lob und Zuspruch. Als Visual Merchandiser sollte man kreativ und fantasievoll sein, ein gutes Vorstellungsvermögen und Sinn für Harmonie und Gestaltung haben. Als Fachfrau Apotheke wiederum schätze ich den Kundenkontakt, die Beratung und die Teamarbeit. Es ist schön, wenn die Kundschaft gut beraten mit einem zufriedenen Gefühl die Apotheke verlässt. Mir gefallen auch Mathematik, Biologie und Chemie, was für diesen Beruf von Vorteil ist. Als offene, freundliche, hilfsbereite, geduldige und einfühlsame Person bin ich am richtigen Ort. Leider sind die Aufstiegsmöglichkeiten eher gering und – je nach Kundenfluss – kommen andere Aufgaben zu kurz wie z.B. die Umsetzung der Ideen bezüglich Ausstellungen, die Betreuung der Lernenden. In Zukunft werden wir die Ärzte und Ärztinnen durch mehr Serviceleistungen wie Impfen, Herzcheck, Blutdruck- und Blutzuckermessungen, usw. weiter entlasten, was den Beruf anspruchsvoller aber auch interessanter macht. Sich und dem eigenen Körper etwas Gutes tun, ist immer mehr im Trend, dadurch ist nebst der Nachfrage nach Medikamenten auch ein Bedürfnis nach Wohlfühlprodukten vorhanden. (meb)

➔ **Mehr zum Beruf:** www.berufsberatung.ch/weiterbildungsberufe

«Teamarbeit ist essenziell»



Elmeset Farizi war bereits in der Schulzeit klar, dass er im Detailhandel tätig sein wollte. So schnupperte er in verschiedenen Branchen im Verkauf und entschied sich für OBI. OBI ist eine europaweit tätige deutsche Baupark-Handelskette, die 1999 in die Schweiz expandierte und von der Migros betrieben wird.

Eine Laufbahn im Detailhandel

Elmeset Farizi startete seine berufliche Grundbildung als Detailhandelsassistent EBA in der Branche Do-it-yourself bei OBI Baupark in Basel. «Meine Ausbildungszeit war nicht immer leicht aber sehr lehrreich. Ich lernte schon früh, selbstständig zu arbeiten und durch Willenskraft weiterzukommen. Als ich mich in der Ausbildung zurechtgefunden hatte, fiel mir einiges leichter. So konnte ich die zweijährige Attest-Lehre erfolgreich abschliessen und im gleichen Betrieb die Zusatzlehre zum Detailhandelsfachmann EFZ absolvieren.» Der Einstieg nach der Grundausbildung verlief problemlos. Elmeset Farizi blieb im Lehrbetrieb, wo ihm alles und alle bestens bekannt waren. Schon bald nach Lehrabschluss stand seine berufliche Weiterentwicklung im Fokus. Seine Vorgesetzte motivierte ihn, sich für die Ausbildung zum Filialleiter bzw. Storemanager bei SIU anzumelden. Diese hat er vor kurzem mit Erfolg abgeschlossen und ist als Teamleiter tätig. Durch die Weiterbildung nimmt er seine Aufgaben mit anderen

Augen wahr. «In der Weiterbildung habe ich gelernt, wie sich beispielsweise äussere Einflüsse auf das Unternehmen, Personalwesen, Zeit- und Selbstmanagement auswirken.» Zurzeit leitet Elmeset Farizi ein Team mit dem Ziel, sich weiterzubilden und zwar beispielsweise zum Detailhandelspezialisten BP, um später allenfalls eine Filiale zu übernehmen.

Der Verkauf ist wie Mannschaftssport

«Man erledigt gemeinsam eine Aufgabe mit dem Ziel, die Kundschaft zufriedenzustellen. Es ist ein gutes Gefühl, als Team eine Kundin oder einen Kunden glücklich zu machen und im besten Fall wieder begrüßen zu dürfen. Das Team macht die halbe Freude an meiner Arbeit aus. Wenn dieses funktioniert, läuft alles viel besser. Im Verkauf ist kein Tag wie der andere und es gibt immer wieder Neues zu entdecken. Dies ist die andere Hälfte der Faszination für meinen Beruf.» Deshalb braucht es im Verkauf gemäss Farizi offene Persönlichkeiten, die freundlich, kritikfähig und spontan sind. Ausserdem muss man kontaktfreudig sein und einen respektvollen Umgang pflegen. Teamfähigkeit, Lernfreude und psychische sowie körperliche Belastbarkeit sind weitere wichtige Eigenschaften. Auch Pünktlichkeit ist ein grosses «Muss», da alle Aufgaben und Pläne zeitlich genau geplant werden müssen. Zu Beginn des Arbeitstages verschafft sich Farizi einen Überblick

**ELMESET FARIZI, Teamleiter
Baupark Do-it-yourself,
Genossenschaft Migros Basel
(OBI Dreispitz)**

- 17** Berufliche Grundbildung Detailhandelsassistent EBA, Do-it-yourself: Genossenschaft Migros Basel (OBI Dreispitz)
- 19** Zusatzlehre zum Detailhandelsfachmann EFZ, Do-it-yourself: Genossenschaft Migros Basel (OBI Dreispitz)
- 19** Fachverkäufer Do-it-yourself: Genossenschaft Migros Basel (OBI Dreispitz)
- 21** Abschluss der Weiterbildung als Filialleiter/Store-Manager mit SIU Zertifikat: SIU Zürich
- 21** Teamleiter Baupark Do-it-yourself: Genossenschaft Migros Basel (OBI Dreispitz)

über die anstehenden Aufgaben. Er plant den Tagesablauf, stellt sicher, dass genug Personal anwesend ist und verteilt die Arbeiten. Danach macht er einen Kontrollgang durch seine Abteilung, steht bei Fragen und Unklarheiten zur Seite und sichert die Verkaufsbereitschaft. Zu seinen Hauptaufgaben im Betrieb gehören zudem das Bedienen der Kundschaft, die Warenbewirtschaftung und Unterstützung anderer Abteilungen wie zum Beispiel der Logistik und des Kundendienstes. Elmeset Farizi unterstützt auch Lernende und sieht zu, dass bei diesen in der Praxis und Schule alles möglichst gut läuft.

Flexibilität, Digitalisierung und Beratung

Personalausfälle können die Arbeit erschweren, denn es müssen kurzfristige Änderungen vorgenommen werden. Andere Mitarbeitende müssen einspringen. Deshalb ist auch Flexibilität ein grosses Thema im Detailhandel. Die Digitalisierung betrifft alle Unternehmen und Branchen im Handel und Lösungen sind gefordert. «Der unschlagbare Trend, der im Verkauf jedoch immer bleiben wird, ist die persönliche Beratung. Das macht uns aus. Das Einkaufserlebnis, das man im stationären Handel erhält, wird man auf keiner digitalen Shoppingseite finden.» (meb)

«Mit Herzblut bei der Sache



Laura Ramaj, Sie sind Branchenspezialistin Bäckerei-Konditorei-Confiserie BP. Wie kam es dazu?

Der Detailhandel ist vielseitig und spannend, kein Tag ist wie der andere und gerade in meiner Branche kann man auch fantasievoll sein. Deshalb, und weil mir der intensive Kundenkontakt sowie das Beraten sehr gut gefallen, entschloss ich mich zur Detailhandelsausbildung in der Bäckerei. Ausserdem standen mir nach der Lehre alle Türen offen. Da ich mehr lernen, mein Wissen vertiefen und meine Fachkenntnisse vergrössern wollte, meldete ich mich zum Lehrgang Branchenspezialistin Bäckerei-Konditorei-Confiserie an. Gleich nach dem Abschluss übernahm ich die Filialleitung und konnte mein Ziel, Expertin an Lehrabschlussprüfungen zu werden, erfüllen. Es ist mir nach wie vor ein grosses Anliegen, jungen Berufsleuten in meiner Branche ein Vorbild zu sein und mein Wissen weiterzugeben. Durch den Lehrgang ging ich beim Arbeiten gezielter und überlegter vor und gestaltete die Arbeitsabläufe konkreter. Schön ist, dass man mehr Verantwortung übernehmen, Personal führen, Filialen leiten und Lernende ausbilden kann. Die Ausbildung war für mich eine Lebensschule und hat mich persönlich stärker, reifer und selbstbewusster gemacht. Ich stehe jetzt mit beiden Beinen im Berufsleben. Das Gelernte kann ich zudem in vielen Bereichen anwenden, auch wenn es mich einmal,

beruflich in eine neue Richtung zieht. Seit letztem Jahr bin ich Mutter und habe deshalb momentan die Filialleitung abgegeben. Ich bin aber weiterhin im gleichen Geschäft im Verkauf und der Beratung tätig.

Beschreiben Sie kurz Ihren Arbeitgeber und Ihre Tätigkeiten dort?

Die 1941 gegründete Confiserie Roggwiler AG ist eine der führenden St.Galler Confiseries mit drei Verkaufsstandorten mit rund 35–40 Mitarbeitenden. Die Kundschaft besteht, neben der Stammkundschaft, aus Touristen, Geschäftsleuten, die Kundengeschenke suchen, und Laufkundschaft. Die Warenpräsentation im Laden und in den Schaufenstern gehört zu meinen Aufgaben. Ich veranlasse und kontrolliere die termingerechte Ausführung aller Bestellungen und Aufträge. Damit wir am Morgen verkaufsbereit sind, beginne ich als Erstes mit dem Auffüllen der Produkte und verpacke Geschenkartikel. Nebenbei bediene und berate ich und Sorge dafür, dass die Verkaufsbereitschaft im Geschäft jederzeit vorhanden ist. Das Reinigen und Sauberhalten des Ladens läuft ständig nebenher. Am Ende des Tages erstelle ich den «Backzettel» für die Bestellung der Ware, rechne die Kasse ab und führe eine Schlusskontrolle durch, damit für den nächsten Tag alles bereitsteht. Des Weiteren bin ich zuständig das Behandeln von Reklamationen, die Mithilfe bei der Organisation von Events, die regel-

LAURA RAMAJ, Detailhandelsfachfrau, Confiserie Roggwiler, St. Gallen

- 19** Abschluss berufliche Grundbildung Detailhandelsfachfrau EFZ: Confiserie Roggwiler (Hauptgeschäft), St. Gallen / Teilnahme Swiss Skills
- 20** Berufspraxis Detailhandelsfachfrau: Confiserie Roggwiler (Filiale) und später im Hauptgeschäft, St. Gallen
- 21** Weiterbildung Berufsbildnerin: ZBW Zentrum für berufliche Weiterbildung, St. Gallen
- 22** Weiterbildung Branchenspezialistin Bäckerei, Konditorei und Confiserie BP: Richemont Fachschule, Luzern
- 22** Filialleiterin: Confiserie Roggwiler (Filiale am Bahnhof), St. Gallen
- 25** Expertin Qualifikationsverfahren berufliche Grundbildung Bäcker/in-Konditor/in-Confiseur/in
- 26** Detailhandelsfachfrau Bäckerei Confiserie Roggwiler

mässige Qualitätskontrolle der Rohstoffe und verkaufsfertigen Produkte sowie das Einhalten der Lebensmittelgrundsätze gemäss Hygienekonzept.

Was ist Ihnen als Berufsfrau besonders wichtig?

An erster Stelle steht für mich der Berufsstolz. Es bedeutet mir viel, über grosses Fachwissen zu verfügen und dieses anzuwenden, denn das schätzt unsere Kundschaft sehr. Ich bereite meinen Kunden auch gerne eine Freude, indem ich freundlich und hilfsbereit bin. Die Vielfalt in meinem Beruf, der intensive Kundenkontakt, die Kreativität, die schöne Warenpräsentation, das Ausstellen sowie Einpacken der Produkte gefallen mir. Mich fasziniert, dass ich am Abend sehe, was ich getan habe. Gerade in saisonal strengen Zeiten wie beispielsweise Weihnachten und Ostern läuft einem die Zeit davon. Eine gute Planung ist deshalb essentiell. Die Bedürfnisse der Kundschaft zu erfüllen und neue Produkte auf den Markt zu bringen, liegt uns genauso am Herzen wie auch unsere herkömmlichen Produkte zu erhalten, da wir ein traditionsreiches Unternehmen sind. Wir benötigen also innovative, zielstrebige und motivierte Berufsleute. Die Liebe zum Beruf darf natürlich auch nicht fehlen. Man muss in jedem Fall mit Herzblut dabei sein. (meb)

➔ **Mehr zum Beruf:** www.berufsberatung.ch/weiterbildungsberufe

Eine Karriere im Detailhandel



Tatjana Milicevic, beschreiben Sie einen typischen Arbeitstag und Ihre Hauptaufgaben.

Ich bin als Bereichsleiterin Frische mit der Zusatzfunktion stellvertretende Marktleiterin tätig. Mir sind die Abteilungen Brot/Backwaren, Milchprodukte/Eier und Früchte/Gemüse unterstellt. Diese Abteilungen haben wiederum Fachleiter/innen, die ich direkt führe. Ich bin also verantwortlich für die Personalführung und -entwicklung und die Förderung der fachlichen Ausbildung der Mitarbeitenden am Arbeitsplatz. Unsere Verkaufsstelle öffnet um 8:00 Uhr, spätestens dann muss die Verkaufsfläche einladend wirken: das Leergut ist aufgeräumt, die Gestelle sind aufgefüllt, usw. Deshalb mache ich vor Türöffnung einen Kontrollrundgang. Im Laufe des Tages arbeite ich meine To-Do-Liste ab, jedoch ist jeder Tag anders und voller Überraschungen. Bei Schwierigkeiten bin ich die erste Anlaufstelle. Zu meinen Haupttätigkeiten gehören: Unterstützung der Markt-/Filialleitung beim Führen und Bewirtschaften der Verkaufsstelle, Personaleinsatzplanung, Mitverantwortung für die Zielerreichung und Nachwuchsförderung, Bewirtschaftung der Verkaufsfläche, Sicherstellung einer kunden- und produktgerechten Warenpräsentation, Umsetzung von verkaufsfördernden Aktivitäten und Promotionen. Weitere meiner Aufgaben sind das Bestellwesen, der Einsatz von Dekomaterial, die Verkaufs-

förderung sowie das Planen und Umsetzen von Themenschwerpunkten wie z.B. eine Grillparty planen. Als Berufsbildnerin betreue ich zudem drei Lernende.

Schildern Sie die Stationen Ihrer Laufbahn?

Bei einer Berufserkundung in der Migros war ich gleich vom Beruf begeistert. Am meisten hat mich der Kundenkontakt, die Warenpräsentation und die Teamarbeit fasziniert. Da ich zudem Spass an körperlich aktiver Arbeit habe, entschied ich mich für die Lehre zur Detailhandelsfachfrau bei der Migros. Anfangs war es schwer, da ich sehr schüchtern war, mich nicht durchsetzen konnte. Ab dem zweiten Lehrjahr wurde es besser, denn ich hatte eine Bezugsperson, die sich für mich einsetzte und mich förderte. Durchsetzungsvermögen, Einfühlbarkeit und Ausdauer sind für mich denn auch relevante Stärken im Verkauf. Nach Abschluss der Lehre blieb ich bei der Migros und konnte gleich einen Verantwortungsbereich übernehmen. Ich wollte schon damals Filialleiterin werden, um etwas zu bewirken und ein Vorbild zu sein. Filialleiterin bei der Migros müssen die Ausbildung zur Detailhandelspezialistin BP absolvieren, sodass dies mein nächster Schritt war. Die Ausbildung hat mir viel gebracht, ich konnte mich beruflich und persönlich weiterentwickeln. Vor allem die Personalführung und das -management sowie das

TATJANA MILICEVIC, Bereichsleiterin Frische, Stellvertretende Marktleiterin, Migros Schlieren Rietbach, Zürich

- 19** Abschluss Detailhandelsfachfrau EFZ:
Migros Wädikermärt, Genossenschaft
Migros Zürich
- 19** Fachverkäuferin Brot/Backwaren:
Migros Zürich City Genossenschaft
Migros Zürich
- 21** Fachleiterausbildung Migros intern/
Fachverantwortlich Früchte & Gemüse:
Migros Rümlang
- 24** Bereichsleiterausbildung intern
Migros/Fachleiterin Früchte & Gemüse:
Migros Regensdorf
- 25** Führungsentwicklungsprogramm intern
Migros
- 26** Bereichsleiterin Frische /Stellvertre-
tende Marktleiterin: Migros Schlieren
Rietbach, Zürich
- 28** Detailhandelspezialistin BP: SIU, Zürich
- 30** Berufsbildnerkurs bei Berufsbildner.ch

Marketing waren sehr hilfreich. Ich lernte den Umgang mit unsicheren oder neuen Mitarbeitenden sowie das Motivieren und Führen eines Teams. Zudem konnte ich mein Netzwerk erweitern und habe meine Liebe für das Rechnungswesen entdeckt. Seither arbeite ich als Bereichsleiterin und stellvertretende Marktleiterin. Als ehrgeizige Person, habe ich immer alles gegeben.

Was fasziniert Sie an Ihrer Arbeit?

Ich liebe es, den ganzen Tag unter Menschen – Mitarbeitende oder Kundschaft – zu sein. Den Austausch mit anderen Bereichsleitenden, meinen Mitarbeitenden und Vorgesetzten schätze ich sehr. Es ist mir wichtig zu helfen und kann genau das tun: unterstützen, erklären, gemeinsam Lösungen finden. Bedeutsam für mich ist, meine Mitarbeitenden wertzuschätzen und das Beste aus ihnen herauszuholen. Die Hälfte meiner Arbeitszeit arbeite ich im Büro und in der anderen gehe ich auf die Verkaufsfläche, kann kreativ sein bei der Warenpräsentation oder fülle auch nur ein Gestell auf. Ich schätze die flexiblen Arbeitszeiten, allerdings sind die langen Tage auch ein Nachteil meines Berufs. Der Detailhandel ist stark im Wandel und Online-shopping, Lieferservice sowie das kontaktlose Einkaufen sind im Aufschwung. Diese Entwicklungen zu erleben, finde ich spannend. Es macht mir grossen Spass für die Migros zu arbeiten und ich habe mich stets mit ihr identifiziert. (meb)

➔ **Mehr zum Beruf:** www.berufsberatung.ch/weiterbildungsberufe

«Kompetente Beratung ist das grosse Plus»



Frau Jager, was hat Sie zu einer Ausbildung im Detailhandel und speziell in einer Apotheke motiviert?

Die Vielfältigkeit des Berufes hat mich überzeugt, Pharma-Assistentin zu werden. Wir sind Fachpersonen, die vieles über Krankheiten und Abläufe im Organismus wissen. Noch grösser sind unsere Kenntnisse über Medikamente und ihre Wirkmechanismen. Dadurch können wir unsere Kunden optimal beraten. Pharma-Assistentinnen entscheiden, welches Produkt für welche Person am nützlichsten ist. Zu lernen, wie man einen wirtschaftlichen Betrieb führt, hat mich schliesslich motiviert, einen Schritt weiterzugehen und mich zur Pharma-Betriebsassistentin BP weiterzubilden. Der Einstieg danach war nicht einfach, da ich im selben Geschäft blieb. Plötzlich «über den Kolleginnen zu stehen», war nicht, was ich anstrebte. Viel mehr möchte ich mein Wissen in das Team einbringen.

Was hat Ihnen die Ausbildung Pharma-Betriebsassistentin BP gebracht?

Die Pharma-Betriebsassistentin beschäftigt sich mehrheitlich mit betriebswirtschaftlichen Aufgaben. In der Ausbildung lernt man, wie man mit Mitarbeitenden umgeht, eine Buchhaltung richtig führt und welche Gesetze beachtet werden müssen. Der Austausch mit anderen Fachpersonen und den

kompetenten Referenten war bereichernd, ich konnte mein Wissen erweitern und tolle Erfahrungen für mein weiteres Berufsleben mitnehmen. Die erworbenen Kenntnisse sind zudem nicht nur auf die Apotheke zugeschnitten, sondern auch in anderen Branchen nützlich. Man lernt viel über Marketing, Verkauf, Teamführung, Finanzwesen, Buchhaltung, Kommunikation, Warenfluss und Logistik. Das eröffnet Entwicklungsmöglichkeiten und verschafft grosse Vorteile auf dem Arbeitsmarkt. Im Moment jedoch bin ich sehr zufrieden mit meiner aktuellen beruflichen Situation.

Wie sieht ein typischer Arbeitstag aus?

Da Apotheken die medizinische Grundversorgung der Bevölkerung sichern, sind wir oft die erste Anlaufstelle für medizinische Fragen. Um unsere Kundschaft rundum zu versorgen, bieten wir Dienstleistungen wie Blutdruck-, Blutzuckermessungen, diverse andere Checks sowie Impfungen an. Da sich unser Geschäft in einem Migros-Center befindet, haben wir lange Öffnungszeiten und arbeiten in Schichten. Bevor wir öffnen, bereiten wir die Kassen vor, kontrollieren und überprüfen die gelieferte Ware. Anschliessend versehen wir die Produkte mit Preisen, räumen sie ein, checken Mails, leeren den Briefkasten, stauben Regale ab, legen Bestellungen bereit usw. Dies geschieht

SANDRA JAGER, Pharma-Betriebsassistentin, TopPharm Apotheke Gmünder, Bubendorf

- 18** Abschluss Berufliche Grundbildung
Pharma-Assistentin EFZ (heute Fachfrau Apotheke EFZ): TopPharm Apotheke Gmünder, Bubendorf
- 18** Pharma-Assistentin: TopPharm Apotheke Gmünder, Bubendorf
- 21** Abschluss der Weiterbildung Pharma-Betriebsassistentin BP: SIU, Zürich
- 21** Pharma-Betriebsassistentin: TopPharm Apotheke Gmünder, Bubendorf
- 26** Prüfungsexpertin für den Beruf Pharma-Assistentin / Fachmann/-frau Apotheke

im Hintergrund und läuft parallel zur Kundenbedienungszeit ab. Während den Ladenöffnungszeiten sind wir hauptsächlich für unsere Kundschaft da; am Tresen, telefonisch oder per E-Mail. Meine Hauptaufgaben sind die Warenbestellung, der Einkauf, die Sortimentsstrategien, die Berufsbildung und administrative Arbeiten wie das Schreiben von Anleitungen zu Neuerungen und die Gestaltung von Plakaten oder Inseraten. Aussendienstmitarbeitende der Firmen, deren Produkte wir verkaufen, besuchen uns wöchentlich. Ich erfahre, welche Neuheiten auf den Markt kommen, überlege mir, ob ich sie ins Sortiment aufnehmen. Bei neuen Produkten bringe ich meinen Teamkolleginnen alle Details näher, damit wir kompetent beraten können.

Was fasziniert Sie an Ihrer Arbeit und welche Eigenschaften braucht es für Ihren Beruf?

Ich beobachte gerne das Verkaufsverhalten und plane anhand dieser Informationen das Sortiment und den Verkaufsraum mit den verschiedenen Ausstellungen. Obwohl viel Administration anfällt, ist der Austausch mit den Kunden sowie mit den Teamkolleginnen eine Haupttätigkeit. Ein positives und gewinnendes Auftreten sowie Kommunikationsfähigkeit sind deshalb ein MUSS. Berufsleute sollten zudem Freude an administrativer Arbeit haben und gute Menschenkenntnisse, Kreativität, Bereitschaft zur Initiative und für Neues mitbringen. Am wichtigsten sind nach wie vor die Beratung und der Kundenkontakt. Unsere Kundschaft hat stets Vorrang, schätzt die direkte Kommunikation mit einer Person und die kompetente Beratung sehr. Das ist unser grosses Plus. (meb)

➔ **Mehr zum Beruf:** www.berufsberatung.ch/weiterbildungsberufe

Der Kundschaft ein schönes Einkaufserlebnis bieten



Eveline Rhyner wollte schon immer Verkäuferin werden. Ihr Vorbild war ihre Gotte, die eine eigene Mode-Boutique hatte. «Ich durfte die Verkaufs-Lehre bei meinem Gotti absolvieren. Das war alles, was ich wollte und ich war glücklich.» Die Lehre schloss Eveline Rhyner mit sehr guten Noten ab und absolvierte zusätzlich die Detailhandelslehre. Dafür wechselte sie von der kleinen Boutique zu Manor in ein Warenhaus. «Meine erste Stelle in der Boutique Marina Rinaldi war ein toller Berufseinstieg. Ich wollte weiterkommen, Erfahrungen sammeln und suchte immer wieder neue Herausforderungen, darum habe ich in verschiedenen Geschäften gearbeitet.» Jahre nach der letzten Ausbildung zur Detailhandelspezialistin BP, musste ein Wechsel her. «Ich war privat in einer schwierigen Situation, wollte etwas nur für mich machen. Da ich mir nicht vorstellen kann, in einer anderen Branche als dem Verkauf zu arbeiten, kam nur die Ausbildung zur Detailhandelsmanagerin HFP in Frage. Dieser Abschluss gibt mir Sicherheit und Selbstvertrauen.»

Zukunftspläne

In meinem Beruf muss man Menschen mögen. Zudem darf man keine Angst vor Veränderung haben und Verantwortungsgefühl, Empathie, Durchsetzungskraft, Kreativität, Auffassungsgabe, lösungsorientiert

tes Handeln, vernetztes und analytisches Denken mitbringen. Mir gefällt es bei IKEA sehr gut, ich bin angekommen. Die Werte und Kultur, die gelebt werden, decken sich mit meinen eigenen. Unsere Vision ist es, für Menschen einen besseren Alltag mit formschönen und funktionsgerechten Einrichtungsgegenständen zu günstigen Preisen zu schaffen. Ich kann mir gut vorstellen, in Zukunft wieder mehr in der Betreuung von Lernenden tätig zu sein, eine andere Abteilung zu führen oder die Position meiner Vorgesetzten zu übernehmen und Salesmanager zu werden. Obwohl das Sozialleben wegen den Arbeitszeiten und langen Präsenzzeiten leidet, der Lohn eher tief ist und häufig auch die Anerkennung und Wertschätzung der Gesellschaft fehlt, kann ich mir keinen anderen Job vorstellen. Ich mache alles, um der Kundschaft ein schönes Einkaufserlebnis zu bieten, sodass sie zufrieden das Haus verlassen. Das macht mich glücklich und erfüllt mich.

Breite Aufgabenpalette

Mitarbeiterführung und -planung, Warenbewirtschaftung, Planen und Implementierung von Neuheiten, Optimierung der Abteilung, die richtige Umsetzung des IKEA-Konzeptes, Verkaufssteuerung sind nur einige der Aufgaben, die an einem normalen Arbeitstag anstehen. Vor Türöffnung

EVELINE RHYNER, Shopkeeperin und Teamleiterin Haushaltsabteilung, IKEA, Dietlikon

- 18** Abschluss berufliche Grundbildung
Textilverkäuferin: Vivace Modes, Luzern
- 20** Detailhandelsangestellte in der Modebranche
- 24** Verschiedene Stellen im Detailhandel als stv. Geschäftsführerin/Store Leaderin/ Rayonchef-Assistentin/Etagenverantwortliche in Modegeschäften
- 25** Abschluss Kauffrau mit Zertifikat: Kaufmännisches Lehrinstitut, Zürich
- 28** Berufsbildnerin
- 30** Abschluss Textildetailhandelsspezialistin BP: SIU, Zürich
- 29** Sachbearbeiterin Service-Administration: Closemo AG, Embrach
- 30** Prüfungsexpertin Textil und Referentin Textil überbetriebliche Kurse: Kanton Zürich, SIU Zürich
- 34** Filialleiterin: Depot CH AG, Zug und Steinhausen
- 39** Abschluss Detailhandelsmanagerin HFP: BDS und Feusi Bildungszentrum, Bern/ Shopkeeperin/Teamleiterin Haushaltsabteilung: IKEA, Dietlikon

geht sie durch die Abteilung und prüft, ob sie verkaufsbereit ist. Preisschilder werden ausgedruckt und angebracht, Retouren versorgt und wenn der Laden öffnet, kommt auch die Kundenberatung hinzu. Wenn Zeit bleibt, erledigt Rhyner Büroarbeiten, prüft das Warenwirtschaftssystem bereitet Meetings und Mitarbeitendengespräche vor und plant Umstellungen. «Ich bin zusätzlich zuständig für die Home-Furnishing-Trainings, bei denen wir lernen, wie wir nach IKEA einrichten, um unserer Kundschaft Einrichtungslösungen zu bieten. Ich organisiere diese für alle Mitarbeitenden von IKEA Dietlikon und bin eine der Trainerinnen. Auch mache ich Konkurrenzbesuche in anderen Geschäften und beschäftige mich mit Omnichannel. In Zukunft nimmt das Online Shopping weiter zu, sodass der stationäre Handel Umsatz verliert. Die Konkurrenz ist gross und die Weltlage bringt uns Rohstoffmangel und Transportprobleme, was zu Verfügbarkeitsproblemen und Preissteigerungen führt. Diese Themen prägen meinen Alltag, so wird meine Arbeit nie langweilig.»

➔ **Mehr zum Beruf:** www.berufsberatung.ch/weiterbildungsberufe

Drogistin aus Leidenschaft



Franziska Habegger betreibt die Dropa Drogerie Habegger mitten in Wabern bei Bern seit rund 25 Jahren.

Jeder Tag im Geschäft ist anders

Franziska Habegger beschäftigt drei ausgebildete Drogistinnen EFZ, eine Drogistin HF und bildet zudem zwei Lernende aus. Das Sortiment der Produkte und angebotenen Dienstleistungen ihrer Drogerie ist vielseitig. Es finden sich eine Vielzahl an Medikamenten und Medizinprodukten und zwar schulmedizinischer, pflanzenheilkundlicher oder alternativmedizinischer Art. Die Dropa Drogerie Habegger legt grossen Wert auf Naturheilmittel, die oft aus eigener Produktion stammen und im Partnergeschäft in Rubigen hergestellt werden. Neben einer Gesundheitsberatung, kann man einen Termin mit einer Visagistin vereinbaren, Milchpumpen und anderes mieten und sich die Bestellungen nach Hause liefern lassen. «Der Kundenservice bestimmt täglich das Geschehen. Das macht meinen Beruf sehr spannend. Jeder Tag ist anders und abwechslungsreich. Es tauchen täglich neue Fragen, Wünschen oder Themen auf.» Vor Arbeitsbeginn und Türöffnung erledigt Franziska Habegger administrative Arbeiten wie die Arbeitseinteilungen der Mitarbeitenden, die Rechnungskontrolle und Buchhaltung. Ausserdem betreut sie ihre Lernenden und bildet diese aus.

Klarer Berufswunsch

«Ich wusste schon immer, dass mir dieser Beruf gefällt. In der Schulzeit habe ich nur einmal als Drogistin geschnuppert und hatte gleich meine Lehrstelle. Die Lehrzeit erlebte ich sehr spannend und lehrreich, aber auch anstrengend.» Nach der Lehre fand Franziska Habegger gleich eine Stelle in einer Drogerie und sammelte einige Jahre Berufserfahrungen. Da sie schon seit jeher das Ziel hatte, selbstständig eine Drogerie zu führen, lag es nahe, dass sie die Ausbildung als Drogistin HF an der Höheren Fachschule in Neuchâtel absolvierte. Die dort vermittelten Inhalte halfen dabei, dass Franziska Habegger gleich nach der Ausbildung die Gelegenheit erhielt, als Geschäftsführerin einige Jahre die Drogerie Zewadro zu führen. Familiäre Kontakte haben ihr im Anschluss die Möglichkeit eröffnet, dieselbe Drogerie zu übernehmen. So erfüllte sie sich ihren Wunsch, sich selbstständig zu machen. Bald darauf folgte der Übertritt ihrer Drogerie in die Dropa-Gruppe. Dies alles ist nun über 20 Jahre her und Franziska Habegger ist immer noch mit viel Herzblut dabei. «Es ist mir ein Anliegen, unsere Drogerie mit Weitsichtigkeit immer den neusten Trends und Gegebenheiten anzupassen.»

Sonnen-, Schattenseiten und Trends

«Pluspunkte meines Berufs sind die Nähe zur Kundschaft, ein gut funktionierendes Team und täglich für glückliche, zufriedene

FRANZISKA HABEGGER,
Geschäftsinhaberin, Dropa Drogerie
Habegger, Wabern

- 20** Abschluss berufliche Grundbildung
Drogistin EFZ: Drogerie Good, Konolfingen
- 21** Drogistin: Aare Drogerie Balmer, Thun
- 24** Abschluss Drogistin HF: Ecole Supérieure de Droguerie (ESD), Neuenburg
- 24** Geschäftsführung Drogerie: Zewadro, Wabern
- 27** Betriebsübernahme und Selbstständigkeit: Drogerie Zewadro, Wabern
- 29** Übertritt der Drogerie in die Dropa Gruppe

Kunden zu sorgen.» Der Fachkräftemangel bereitet Franziska Habegger zunehmend Sorgen, weil dadurch auch die Personalrekrutierung weiter erschwert wird. Sie würde sich auch mehr Zeit für ihr Personal und deren Anliegen wünschen, da diese leider oft zu kurz kommen. Der Beruf hat natürlich auch Schattenseiten wie die zunehmende Administration und die langen Öffnungszeiten. Deshalb sind hohe Einsatzbereitschaft und Freude am Beruf sehr bedeutsam. Ausserdem braucht es für gute Fachleute eine schnelle Auffassungsgabe und Freude am Kundenkontakt. «In Zukunft werden Nachhaltigkeit, Natur- und Umweltthemen immer wichtiger werden, genau dort sehe ich auch unsere Chance. Wir müssen unser Augenmerk vermehrt auf die Produktwahl legen, um für unsere Kundschaft die richtigen Artikel anbieten zu können.» (meb)

➔ **Mehr zum Beruf:** www.berufsberatung.ch/weiterbildungsberufe

Weiterbildungen

(in alphabetischer Reihenfolge)

➔ **Detaillierte Infos** zu den einzelnen Weiterbildungen und Vorbereitungskursen sind auf www.berufsberatung.ch und www.berufsberatung.ch/weiterbildung abrufbar.

Unter **Weiterbildungen** fallen Abschlüsse der höheren Berufsbildung wie eidg. Fachausweise, Diplome der höheren Fachprüfungen und höheren Fachschulen sowie Fachabschlüsse mit hoher Branchenakzeptanz.

AUTOMOBIL-VERKAUFSBERATER/IN BP

Kümmert sich aktiv um seine/ihre Kundschaft und nimmt mit potenziellen Käufern und Käuferinnen telefonisch oder persönlich Kontakt auf, um sie nach ihrer Zufriedenheit mit ihren Fahrzeugen zu fragen und zu erfahren, ob sie einen Autowechsel beabsichtigen. Die Gelegenheit zu solchen Gesprächen ergreifen sie zum Beispiel anlässlich von Neuwagenausstellungen.

BETRIEBSWIRTSCHAFTER/IN HF

Arbeitet im mittleren beziehungsweise oberen Management von KMU und Grossbetrieben. Erfüllt in der Wirtschaft und Verwaltung anspruchsvolle Fach- sowie Führungsaufgaben und setzt die Ziele der Geschäftsleitung um.

BODENBELAGSBERATER/IN BP

Berät Kunden und Kundinnen im Falle von geplanten Neu- und Umbauten von Liegenschaften. Unterstützt dies bei der Wahl von geeigneten Teppichen, Bodenbelägen oder Parkettböden.

BRANCHENSPEZIALIST/IN BÄCKEREI-KONFITOREI-CONFISERIE BP

Führt eine Verkaufsstelle einer Bäckerei-Konfitorei-Confiserie und verfügt über eine hohe Fachkompetenz. Übernimmt als leitende/r Angestellte/r anspruchsvolle Aufgaben und Führungsfunktionen. Stellt ein aktuelles und bedarfsgerechtes Sortiment zusammen und präsentiert dieses verkaufsfördernd.

➔ **Porträt von Laura Ramaj auf Seite 37**

BUCHHÄNDLER/IN (QUEREINSTIEG)

Verkauft in einer Buchhandlung oder in einem Multimediageschäft Bücher, Zeitschriften, Landkarten, Bild- und Tonträger, CD-Roms und Computerprogramme. Berät die Kundschaft, befasst sich mit Einkauf, Lagerbewirtschaftung sowie kaufmännischen Arbeiten.

CONTACT CENTER SUPERVISOR/IN BP

Führt den operativen Betrieb in Contact/Call Centers oder Customer Care Centers. Leitet Mitarbeitende und erfüllt Aufgaben in den Bereichen Controlling, Marketing, Kommunikation, Rechts- und Datenschutz.

➔ **Porträt von Ivonne Eng auf Seite 25**

DETAILHANDELSMANAGER/IN HFP

Hat eine Führungsposition in einem Unternehmen des Detailhandels. Ihr branchenspezifisches Wissen setzt er/sie in der Unternehmensführung, der Organisationsgestaltung, im Marketing, im Finanzwesen und im Kommunikationsmanagement ein.

➔ **Porträts von Eveline Rhyner und Marc Stettler auf Seiten 40 und 24**

DETAILHANDELSSPEZIALIST/IN BP

Übernimmt anspruchsvolle Fach- und Führungsaufgaben im Detailhandel, beschafft beschaffene Waren, bewirtschaftet das Lager, betreibt Marktforschung und wertet Kundenbefragungen aus.

➔ **Porträt von Tatjana Milicevic auf Seite 38**

DROGIST/IN HF

Ist Fachperson für die Sparte Selbstmedikation und besitzt vertiefte Kenntnisse in den Bereichen Gesundheit, Schönheitspflege, Ernährung und Unternehmensführung. Bietet eine breite Palette von Dienstleistungen und Produkten für das persönliche Wohlbefinden an wie beispielsweise Medikamente, Naturheilmittel, Kosmetika, Parfüms, Diät- und Vollwertprodukte sowie ökologische Reinigungsmittel.

➔ **Porträt von Franziska Habegger auf Seite 41**

E-COMMERCE SPEZIALIST/IN BP

Erstellt, betreibt und entwickelt Onlineshops und digitale Plattformen für den Verkauf von Waren und Dienstleistungen.

EINRICHTUNGSPLANER/IN BP

Bietet Beratungen in den Bereichen Innendekoration und Raumgestaltung an. Seine/ihre Dienstleistung richtet sich an Privatpersonen und Unternehmen, die Wohnungen bzw. Geschäftsräume gestalten möchten. Arbeitet in Einrichtungsfachgeschäften und Möbelhandelsfirmen, im Möbelimport- und Grosshandel, in Innendekorationsbetrieben, in Innenausbau- und Schreinereibetrieben, in Planungs- und Architekturbüros sowie Immobilienunternehmen.

KUNDENBERATER/IN IM UHRENVERKAUF BP

Berät die Kundschaft bei anspruchsvollen Fragen im Zusammenhang mit elektronischen und mechanischen Zeitmessern und Veredelungen. Erklärt die Handhabung der Uhren und gibt Auskunft über Design, Edelmetalle sowie Schmuck und Steine.

PHARMA-BETRIEBSASSISTENT/IN BP

Übernimmt in Apotheken neben der Kundenberatung und dem Verkauf eine verantwortungsvolle Funktion in den Bereichen Marketing, Kommunikation, Betriebsorganisation, Geschäftsführung und Administration und entlastet damit ihren/seinen Vorgesetzten.

➔ **Porträt von Sandra Jager auf Seite 39**

TECHNISCHE/R BESCHLÄGESPEZIALIST/IN

Bedient und berät die Kundschaft kompetent in Bezug auf Auswahl und Montage von Beschlägen sowie auf den jeweiligen Verwendungszweck.

VISUAL MERCHANDISER/IN

Ist verantwortlich für die Warenpräsentation und deren optimalen Platzierung in den Verkaufsstellen sowie für die Verkaufsförderung, die Promotion der Produkte und die Kontaktpflege mit dem Einkaufs- und Verkaufspersonal.

➔ **Porträt von Vera Wanner auf Seite 35**

WOHNBERATER/IN

Befasst sich mit Fragen der Raumgestaltung. Verkauft Möbel, Teppiche sowie Heimtextilien und berät ihre Kundschaft in Bezug auf die Möblierung und Raumkomposition, Beleuchtung und Innenbeschattung. Im Vordergrund stehen dabei immer die Bedürfnisse der Kunden und Kundinnen.

Berufsfunktionen und Spezialisierungen

Unter **Berufsfunktionen** und **Spezialisierungen** sind Tätigkeitsprofile und Berufsbezeichnungen aufgeführt, welche innerhalb der Branche allgemein gebräuchlich und geläufig sind.

ABTEILUNGSLEITER/IN / BEREICHSLEITER/IN (DETAILHANDEL)

Hat die fachlich-organisatorische und personelle Führung einer Abteilung bzw. eines Bereichs in einem Verkaufsgeschäft, einer Detailhandelskette oder eines Grossverteilers. Ist Schnittstelle zum/r direkten Vorgesetzten oder zur Geschäftsführung.

➔ **Porträt von Elmeset Farizi auf Seite 36**

ANTIQUITÄTEN- UND KUNSTHÄNDLER/IN

Handelt mit Gegenständen, die künstlerischen, historischen Wert oder Sammlerwert besitzen. Stützt sich dabei auf Schätzungen und Auskünfte von Fachleuten. Spezialisiert sich oft auf ein bestimmtes Gebiet zum Beispiel auf Möbel, Bilder, Bücher, Münzen, Schmuck, Waffen, Porzellan, Ikonen, etc..

DISPONENT/IN (VERKAUF, GROSS- UND DETAILHANDEL)

Ist zuständig für die Zuteilung und Überwachung von Diensten und Waren und die Entgegennahme sowie Disposition von Kundenbestellungen. Trägt in erster Linie die Verantwortung dafür, dass die benötigten Waren zum vereinbarten Zeitpunkt in der richtigen Menge und Qualität eintreffen.

FACHBERATER/IN (DETAILHANDEL)

Unterstützt die Filiale in fachlicher Hinsicht und ist verantwortlich für die Fachausbildung der Mitarbeitenden. Pfllegt den Kontakt mit dem Einkaufs- und Verkaufspersonal. Stellt die Einhaltung der Präsentations-, Sortiments- und Qualitätsgrundsätze des Arbeitgebers sicher.

FACHMARKTLEITER/IN

Leitet einen Fachmarkt (beispielsweise Do-it-yourself, Möbel), der in der Regel einem Grossverteiler angegliedert ist. Führt das Personal und ist für die Einsatzplanung, die Verkaufsförderung sowie die Warenpräsentation und -disposition verantwortlich.

FILIALLEITER/IN (DETAILHANDEL)

Leitet die Filiale einer Detailhandelskette in personeller, fachlicher und ökonomischer Hinsicht. Führt die Leiter/innen der verschiedenen Abteilungen/Bereiche (beispielsweise Molkereiprodukte, Textilien).

GENERAL MERCHANDISING MANAGER/IN

Trägt die Verantwortung für mehrere Abteilungen und die zugeteilten Produkte (z. B. Spielwaren) einer Detailhandelskette. Ist zuständig für die Warenpräsentation und die optimale Platzierung in den Verkaufsstellen, für die Verkaufsförderung (Merchandising) der Produkte, den Einkauf und Verkauf.

GESCHÄFTSLEITER/IN (DETAILHANDEL)

Führt als Inhaber/in oder im Auftrag selbstständig einen Detailhandelsbetrieb in personeller und finanzieller Hinsicht. Berät die Kundschaft und ist verantwortlich für den Einkauf, die Auswahl und kundenfreundliche Präsentation des Warensortiments.

HANDELSMARKETING-SPEZIALIST/IN

Ist für das Marketing von Handelsunternehmen tätig. Überprüft permanent die Vertriebswege und -methoden und deren Rentabilität. Ist verantwortlich für die Synchronisation von Werbung und Verkauf.

KASSIERER/IN

Arbeitet in der Regel an der Kasse eines Detailhandelsbetriebes bzw. Verkaufsgeschäftes. Ist verantwortlich für die Bedienung der Kundschaft und den reibungslosen Zahlungsverkehr sowie Verkaufsabschluss an der Kasse.

KEY ACCOUNT MANAGER/IN

Bildet die Schnittstelle zwischen der Kundschaft und dem Unternehmen. Ziel ist es, für das Unternehmen wichtige Kundschaft zu binden, das Kundennetz auszubauen und neue potenzielle Kunden und Kundinnen zu gewinnen.

KIOSKLEITER/IN

Führt als Angestellte/r oder Inhaber/in einen Kiosk. Bedient die Kundschaft und stellt ein standortgerechtes und aktuelles, sehr vielfältiges Sortiment zusammen.

KUNDENDIENSTBERATER/IN

Ist verantwortlich für die Kundenbetreuung und -beratung am Schalter des Kundendienstes einer grösseren Filiale oder eines grossen Kaufhauses. Berät die Kundschaft, geht auf Fragen des Warensortiments ein und bearbeitet Beanstandungen.

MARKTFAHRER/IN

Verkauft verschiedenste Produkte wie zum Beispiel Gemüse und Obst auf Wochen- oder speziellen Warenmärkten einer Region oder in der ganzen Schweiz und ist dementsprechend viel unterwegs.

ONLINE SHOP MANAGER/IN

Setzt E-Commerce-Projekte kompetent um und ist für Online-Marketing-Konzepte zuständig. Baut einen erfolgreichen und rechtskonformen Webshop auf, plant Kampagnen, pflegt Communities, gewinnt neue Kunden durch effizientes Kampagnenmanagement.

PRODUCT-MANAGER/IN

Betreut eines oder mehrere Produkte eines Unternehmens und ist daran beteiligt, diese im Markt zum Erfolg zu führen. Steht bei der Planung und Vermarktung eines Produkts zwischen der Produktentwicklung und der Kundschaft, meldet beispielsweise Bedürfnisse der Kundenseite an die Entwicklungsabteilung zurück.

PROMOTER/IN, DEGUSTANT/IN IM DETAILHANDEL

Präsentiert und verkauft an einem Verkaufstand Produkte und hat eine repräsentative Funktion. Berät die Kundschaft und bringt ihr bestimmte Produkte (beispielsweise Lebensmittel) näher oder stellt neue vor. Ist Marken- und Produktbotschafter einer Detailhandelskette, Grossverteiler, Verkaufsgeschäft etc.

RAYONLEITER/IN, FACHLEITER/IN (DETAILHANDEL)

Ist verantwortlich für ein Rayon (beispielsweise Molkereiprodukte) eines Detailhandelsbetriebes. Hat v.a. die fachliche Führung über das Rayon. Stellt in Absprache mit Abteilungsleiter/in bzw. Bereichsleiter/in ein kundenorientiertes und bedarfsgerechtes Warensortiment zusammen.

VERKAUFSBERATER/IN

Ist für die Beratung der Kundschaft, die Warendisposition und -präsentation sowie für Verkaufsförderungsmassnahmen eines oder mehrerer Produkte zuständig. Erledigt das Bestellwesen sowie zum Teil allgemeine administrative Aufgaben.

VERKAUFSTRAINER/IN

Ist für die Verkaufsschulung des Verkaufspersonals zuständig. Eruiert die betrieblichen und persönlichen Ausbildungsbedürfnisse, plant und organisiert die Verkaufstrainings, erarbeitet und entwickelt Kursunterlagen.

WEINHÄNDLER/IN

Befasst sich mit dem Kaufen, Importieren und Verkaufen, der Behandlung und Lagerung von Weinen, Most und weinhaltigen Erzeugnissen. Kennt die Hintergründe, die Eigenart von Weinen sowie die Trends.

Hochschulberufe

Unter **Hochschulberufe** finden sich die der Branche zugehörigen Bachelor- und Masterabschlüsse sowie typische Branchenspezialisierungen aus dem Hochschul Umfeld.

BETRIEBSÖKONOM/IN FH

Übernimmt Führungsaufgaben auf Managementstufe. Ist im Rechnungswesen und Controlling, im Banking, Marketing, Verkauf, im HR-Bereich sowie in der Unternehmenskommunikation und -entwicklung tätig.

INFORMATIONSMEDIEN

Die folgenden Publikationen können in der Regel in den Berufsinformationszentren BIZ eingesehen und ausgeliehen werden. Sie können auch beim SDBB-Vertrieb bestellt werden: vertrieb@sdbb.ch, www.shop.sdbb.ch

Fachhefte aus der Reihe **«Chancen: Weiterbildung und Laufbahn»**, zum Beispiel: www.chancen.sdbb.ch

- Logistik
- Management, Immobilien, Rechnungs- und Personalwesen
- Marketing und Kommunikation
- Nahrung
- Textilien, Mode und Bekleidung

Fachhefte aus der Heftreihe **«Perspektiven: Studienrichtungen und Tätigkeitsfelder»**

www.perspektiven.sdbb.ch

- Wirtschaftswissenschaften

Weitere Publikationen, SDBB-Verlag:

- Berufsbildfaltblatt zu einzelnen Berufen wie z. B. Buchhändler/in EFZ, Detailhandelsfachmann/-frau EFZ, Detailhandelsassistent/in EBA, Drogist/in EFZ, Fachmann/-frau Apotheke, Fachmann/-frau Kundendialog EFZ, Fleischfachmann/frau

FACHMEDIEN UND -ZEITSCHRIFTEN

Drogistenstern

Fachmagazin des Schweizerischen Drogistenverbandes
www.drogistenverband.ch

Gold'Or

Die Fachzeitschrift der Schweizer Schmuck- und Uhrenbranche
www.goldor.ch

Handel heute

Die Schweizer Zeitschrift für den Handel
www.handel-heute.ch

haptik

Fachzeitschrift des Verbandes Schweizer Papeterien und Spielwarendetaillisten
www.papeterie.ch

Lebensmittelprofi

Fachzeitschrift VELEDES, Verband der Lebensmitteldetaillisten
www.veledes.ch

Panissimo-News

Publikation der Schweizer Bäcker-Confiseure
www.swissbaker.ch

Procure Swiss Magazin

Magazin für Einkauf und Supply Management
www.procure.ch

Schweizer Buchhandel

Fachmagazin des Schweizer Buchhandels- und Verlags-Verbandes SBVV
www.sbv.ch

Wir handeln

Magazin von Handel Schweiz
www.handel-schweiz.com

WICHTIGE LINKS AUF EINEN BLICK

Das Portal der Schweizerische Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung informiert über alles Wissenswerte rund um Berufswahl, Studium und Weiterbildungsangebote:
www.berufsberatung.ch

Arbeitsmarktinformationen für die erfolgreiche Berufswahl, Weiterbildung und Stellensuche
www.arbeitsmarktinformatio.ch

SBFI Staatssekretariat für Bildung, Forschung und Innovation
www.sbf.admin.ch

Konferenz der Höheren Fachschulen
www.k-hf.ch

Schweizerischer Verband der dipl. HF
www.odec.ch

Portal der Schweizer Hochschulen
www.swissuniversities.ch



VERBÄNDE UND ORGANISATIONEN

(eine Auswahl in alphabetischer Reihenfolge)

BDS Bildung Detailhandel Schweiz, nationale Organisation der Arbeitswelt OdA für die Berufe im Detailhandel:
www.bds-fcs.ch

Ausbildungs- und Prüfungsbranche DO IT YOURSELF
www.apdiy.ch

Ausbildungs- und Prüfungsbranche Parfümerie, inkl. Stellenbörse
www.apparfumerie.ch

Auto Gewerbe Verband Schweiz (AGVS)
www.agvs-upsa.ch

Bildung Zoofachhandel Schweiz
www.bzs-fzs.ch

Branche Handel in der kaufmännischen Grundbildung
www.branche-handel.ch

callnet.ch, Swiss Contact Center Association
www.callnet.ch

EIT.swiss, Elektrofach / Eisenwaren
www.swissavant.ch

Handel Schweiz, Dachverband des Schweizer Handels
www.handel-schweiz.com

Handelsverband
https://handelsverband.swiss

IG Detailhandel (Interessengemeinschaft Detailhandel), Zusammenschluss der führenden Detailhandelsunternehmen
www.ig-detailhandel.ch

LANDI Schweiz AG, inkl. Stellenbörse
www.landischweiz.ch

login Berufsbildung AG
www.login.org

MMTS - MultimediaTec Swiss, Multimediafachhandel
www.mmts-bbz.ch

möbelschweiz, Verband Schweizer Möbelhandel, inkl. Stellenbörse
www.möbelschweiz.ch

pharmaSuisse, Dachorganisation der Apothekerinnen und Apotheker, inkl. Stellenbörse
www.pharmasuisse.org

procure.ch Fachverband für Einkauf und Supply Management, inkl. Stellenbörse
www.procure.ch

schuhschweiz Bildungs-GmbH
www.schuhschweiz.ch

Schweizer Bäcker-Confiseurmeister-Verband, inkl. Stellenbörse
www.swissbaker.ch

Schweizer Buchhandel- und Verlags-Verband SBVV, inkl. Stellenbörse
www.sbv.ch

Schweiz. Drogistenverband, inkl. Stellenbörse
www.drogistenverband.ch

Schweizer Fleisch-Fachverband SFF, inkl. Stellenbörse
www.metzgerei.ch

Schweizer Papeterien und Spielwaren-detaillisten, inkl. Stellenbörse
www.papeterie.ch, www.vssd.ch

Die Schweizerische Post, inkl. Stellenbörse
www.post.ch

Swiss Fashion Stores, Netzwerk Fachgeschäfte Mode
www.swiss-fashion-stores.ch

Swissavant, Wirtschaftsverband Handwerk und Haushalt, inkl. Stellenbörse
www.swissavant.ch

Swiss Retail Federation, Verband der Detailhandelsunternehmen in der Schweiz
www.swiss-retail.ch/

Ausbildungs- und Prüfungsbranche Textil
www.aptextil.ch

VELEDES Verband der Lebensmittel-detaillisten, inkl. Stellenbörse
www.veledes.ch

Verband BodenSchweiz, inkl. Stellenbörse
www.bodenschweiz.ch

Verband Schweizerische Farbenfachhändler VSF
www.farbenschweiz.ch

Verband Schweizer Goldschmiede und Uhrenfachgeschäfte VSGU, inkl. Stellenbörse
www.vsgu-ashb.ch

Verband Schweizer Sportfachhandel ASMAS, inkl. Stellenbörse
www.sportbiz.ch

Verkauf Schweiz
www.verkaufschweiz.ch

STELLENPLATTFORM

www.detailhandels-jobs.ch

www.kundenberater-jobs.ch

Weitere Stellenangebote auf den Webseiten der Verbände und auf den branchenspezifischen Seiten diverser Stellenplattformen.

IMPRESSUM

6. aktualisierte Auflage 2022

© 2022, SDBB, Bern. Alle Rechte vorbehalten

Herausgeber

Schweizerisches Dienstleistungszentrum Berufsbildung | Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung SDBB, Bern, www.sdbb.ch
Das SDBB ist eine Institution des EDK

Projektleitung und Redaktion

René Tellenbach, SDBB

Fachredaktion

Bruna Medvescig, Berufs-, Studien- und Laufbahnberaterin, Luzern

Fachlektorat

Marina Zappatini, Berufs- und Laufbahnberaterin, BIZ Biel

Texte

Bruna Medvescig (meb)

Fotos

Dominic Büttner, Zürich
Dominique Meienberg, Zürich

Gestaltungskonzept

Viviane Wälchli, Zürich

Umsetzung

Manuela Boss, Münsingen

Inserate

Gutenberg AG
Feldkircher Strasse 13
9494 Schaan
Tel. +41 44 521 69 00
www.gutenberg.li

Lithos, Druck

Somedia Production, Chur

Artikel Nr.

CH1-2013

BESTELLINFORMATIONEN

Die Heftreihe «Chancen» ist erhältlich bei:

SDBB Vertrieb
Industriestrasse 1, 3052 Zollikofen
Telefon 0848 999 001
vertrieb@sdbb.ch, www.shop.sdbb.ch

Preise

Einzelheft	CHF 15.–
Ab 5 Hefte pro Ausgabe	CHF 12.–
Ab 10 Hefte pro Ausgabe	CHF 11.–
Ab 25 Hefte pro Ausgabe	CHF 10.–

Preise für höhere Auflagen auf Anfrage

Abonnemente

1er-Abo (12 Ausgaben pro Jahr, 1 Heft pro Ausgabe) CHF 12.–/Heft

Ab 5er-Abos (12 Ausgaben pro Jahr, 5 Hefte pro Ausgabe) CHF 10.–/Heft



2022 | Handel und Verkauf



2022 | Natur



2022 | Chemie, Kunststoff, Papier



2022 | Bewegung und Sport, Wellness und Schönheit



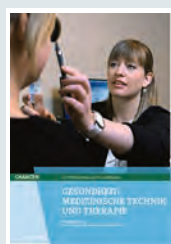
2022 | Bühne



2022 | Holz und Innenausbau



2021 | Marketing und Kommunikation



2021 | Gesundheit: Medizinische Technik und Therapie



2021 | Energieversorgung und Elektroinstallation



2021 | Verkehr



2021 | Kunst und Design



2021 | Bildung und Unterricht



2020 | Management, Immobilien, Rechnungs- und Personalwesen



2020 | Maschinen- und Elektrotechnik



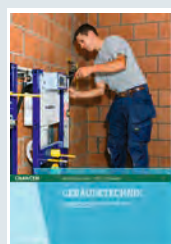
2020 | Informatik und Mediamatik (ICT)



2020 | Textilien, Mode und Bekleidung



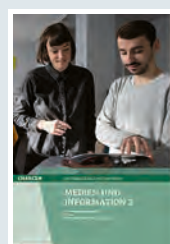
2020 | Gastgewerbe, Hauswirtschaft/ Facility Management



2020 | Gebäudetechnik



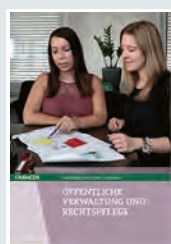
2020 | Banken und Versicherungen



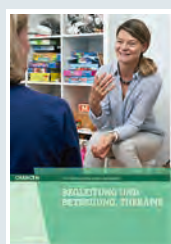
2019 | Medien und Information 2



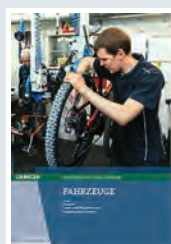
2019 | Sicherheit



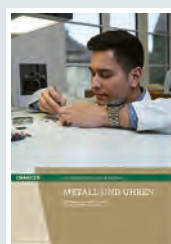
2019 | Öffentliche Verwaltung und Rechtspflege



2019 | Begleitung und Betreuung, Therapie



2019 | Fahrzeuge



2019 | Metall und Uhren



2019 | Nahrung



2019 | Bau



2019 | Logistik



2019 | Medien und Information 1



2018 | Beratung



2018 | Gesundheit: Pflege und Betreuung



2017 | Tourismus

➔ Weitere Informationen und Online-Bestellung:
www.chancen.sdbb.ch oder www.shop.sdbb.ch

	Laufbahn	Seite
Berufliche Grundbildungen		
Buchhändler/in EFZ		15
Detailhandelsassistent/in EBA		15
Detailhandelsfachmann/-frau EFZ (diverse Ausbildungsbranchen)		15
Drogist/in EFZ		15
Fachmann/-frau Apotheke EFZ		15
Fachmann/-frau Kundendialog EFZ		15
Fotomedienfachmann/-frau EFZ		15
Kaufmann/-frau Handel EFZ		15
Weiterbildungsberufe		
Agro-Kaufmann/-frau HF		30
Aussenhandelsfachmann/-frau BP		30
Aussenhandelsleiter/in HFP		30
Automobil-Verkaufsberater/in BP		42
Betriebswirtschaftler/in HF		30/42
Bodenbelagsberater/in BP		42
Branchenspezialist/in Bäckerei-Konditorei-Confiserie BP	37	42
Buchhändler/in (Quereinstieg)		42
Call Center Agent/in		30
Category Manager/in (ECR)		30
Contact Center Supervisor/in BP	25	42
Detailhandelsmanager/in HFP	40/24	30/42
Drogist/in HF	41	42
E-Commerce Spezialist/in BP		42
Einkaufsfachmann/-frau BP	26	30
Einkaufsleiter/in HFP	29	30
Einkaufsmanager/in		30
Einrichtungsplaner/in BP		42
Kundenberater/in im Uhrenverkauf BP		42
Marketingmanager/in HF		30
Online Shop Manager/in		30
Pharmaberater/in SHQA		30
Pharma-Betriebsassistent/in BP	39	42
Pharma-Spezialist/in BP		30
Sachbearbeiter/in Einkauf		30
Spezialist und Spezialistin öffentliche Beschaffung BP	27	30
Technische/r Beschäftigter/in		42
Verkaufsfachmann/-frau BP	28	30
Verkaufsleiter HFP		28
Visual Merchandiser/in	35	42
Wohnberater/in		42

	Laufbahn	Seite
Berufliche Funktionen und Spezialisierungen		
Abteilungsleiter/in Bereichsleiter/in (Detailhandel)		36/42
Disponent/in (Verkauf, Gross- und Detailhandel)		31/43
Handelsmarketing-Spezialist/in		31
Key Account Manager/in		31
Kundenberater/in (Grosshandel)		31
Leiter/in Verkaufsdienst		31
Sachbearbeiter/in Marketing und Verkauf		31
Sachbearbeiter/in Verkaufsdienst		31
Sales Manager/in		31
Sales Supporter/in		31
Verkaufsingenieur/in		31
Antiquitäten- und Kunsthändler/in		43
Fachberater/in (Detailhandel)		43
Fachmarktleiter/in		43
General Merchandising Manager/in		43
Geschäftsleiter/in (Detailhandel)		43
Kassier/in		43
Kioskleiter/in		43
Kundendienstberater/in		43
Marktfahrer/in		43
Online Shop Manager/in		43
Product-Manager/in		43
Promoter/in / Degustant/in Detailhandel		43
Rayonleiter/in / Fachleiter/in (Detailhandel)		43
Verkaufsberater/in		43
Verkaufstrainer/in		43
Weinhändler/in		43

	Laufbahn	Seite
Hochschulberufe		
Betriebsökonom/in FH (BSc/MSc)		31/43



Karriereleiter im Detailhandel hochklettern dank einer Weiterbildung **» Starten Sie jetzt und erreichen Sie schon bald Ihren Traumjob**

Die SIU Kaderschule bietet ein breites Spektrum an berufsbegleitenden Weiterbildungen, ganz speziell auf die Bedürfnisse des Schweizer Detailhandels ausgerichtet. In den Lehrgängen legen wir grossen Wert auf Beispiele aus der Praxis, um Mitarbeitende und Führungspersonen im Detailhandel auf Führungspositionen vorzubereiten.

Folgende Lehrgänge können unter anderem besucht werden:

- » Berufsbildner/-in Detailhandel mit kant. Ausweis**
- » Detailhandelsfachmann/Detailhandelsfachfrau nach BBV Art. 32**
- » Filialleiter/-in mit SIU Diplom**
- » Detailhandelsspezialist/-in mit eidg. Fachausweis**
- » Verkaufsleiter/-in mit eidg. Diplom**
- ... und viele mehr**

**Jetzt für einen Infoanlass oder ein
persönliches Beratungsgespräch anmelden!**



SIU
Kaderschule Detailhandel

www.siu.ch/dh oder 044 515 72 71