

LADENCHECKLISTE

Ziel: **Beurteilung der Präsentation**

Vertriebskanal: **Naturkostfachhandel**

Zielgruppe: **Inhaber und Marktleiter**

Ladencheckliste für Inhaber und Marktleiter

Mit dieser Ladencheckliste können Sie die Qualität der Präsentation in Ihrem Geschäft erheben und deren Stärken und Schwächen identifizieren. In der Broschüre „Bioprodukte im Naturkostfachhandel - Tipps für erfolgreiches Verkaufen“ finden Sie Anregungen, wie Sie mögliche Schwachstellen verbessern können.

Beschreibung der Checkliste

Die Checkliste ist modulartig aufgebaut. Für jede Produktgruppe sind die wichtigen Merkmale für eine gute Präsentation von Bioprodukten zusammengestellt. Sie können mit der Gesamtcheckliste sowohl Ihren ganzen Markt überprüfen als auch mit einem Ausschnitt der Checkliste nur einzelne Abteilungen kontrollieren. Je nach Situation im Geschäft können Sie die Checkliste umformulieren, Merkmale ergänzen oder auch weglassen. Passen Sie die Checkliste einfach an Ihre individuelle Ladensituation an.

Anhand eines Beispiels soll Ihnen die Handhabung der Checkliste verdeutlicht werden. Um z. B. Käse gut darzustellen, müssen mehrere Präsentationsmerkmale optimal erfüllt sein. Sie als Inhaber oder Marktleiter prüfen, inwieweit vorgegebene Idealzustände im Markt realisiert sind (Spalte 1). Sind diese Standards nicht oder nur teilweise erfüllt (Ankreuzen in Spalte „Erfüllt“), können Maßnahmen definiert werden, die zur Zielerreichung führen sollen (Spalte „Maßnahme/n“). Um die Umsetzung dieser Maßnahmen kontrollieren zu können, wird eine Frist festgesetzt (Spalte „Bis wann?“). Als Grundlage für die Verbesserungsvorschläge bzw. die durchzuführenden Maßnahmen können die Erfolgsfaktoren für eine attraktive Präsentation in der Broschüre bzw. Ihre eigenen Erfahrungen dienen.

Zustand	Erfüllt	Maßnahme(n)	Bis wann?
PRÄSENTATION KÄSETHEKE			
Der Käse ist qualitativ einwandfrei. Frisch und äußerlich ohne Mängel, z.B. kein Fremdschimmel, keine angetrockneten Schnittflächen, keine Risse, nicht nässend oder zu weich	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.	<i>Beispiel:</i> Ziegenbrie erneut zu weich. Lieferanten kontaktieren.	Mittwoch
Käsepreisschilder Sind vollständig vorhanden, in gutem Zustand, gut lesbar und haben klaren örtlichen Bezug zur Ware.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.	<i>Beispiele:</i> Schilder für Allgäuer Emmentaler und Roquefort mit Ölflecken. Auswechseln. Schilder für die beiden neuen Sorten Königsblume und Petit Brie sind noch handgeschrieben. Käseschilder drucken.	Dienstag

Im Folgenden finden Sie eine Gliederung der Checkliste. Mit einem Mouseclick auf die gewünschte Produktgruppe bzw. den Bereich gelangen Sie direkt zum entsprechenden Checklistenabschnitt.

Gliederung

1. Außenauftritt	4
2. Erster Eindruck im Innern des Ladens	5
3. Orientierung/Platzangebot	7
4. Beschilderung allgemein	8
5. Präsentation Obst/Gemüse.....	9
6. Präsentation Käsetheke	11
7. Präsentation Wurst- und Fleischtheke.....	13
8. Präsentation Brot und Backwaren	15
9. Präsentation Kühlregal.....	17
10. Präsentation Tiefkühlware	18
11. Präsentation Trockenware	19
12. Präsentation Aktionsware.....	21
13. Preisdeklaration allgemein	22
14. Präsentation Kassenbereich und Ausgangszone.....	23
15. Bioinformation	24

1. Außenauftritt

Geschäft/Filiale: _____ Datum: _____ Uhrzeit: _____

Check wurde durchgeführt von: _____

Zustand	Erfüllt	Maßnahme(n)	Bis wann?
AUSSENAUFTRITT			
Das Geschäft ist unmittelbar als Naturkostfachgeschäft erkennbar. Gute Wahrnehmung der Ladenfront durch speziellen Fassadenanstrich, auffällige Markise, Nasenschilder quer zur Geh-/Fahrtrichtung, Angebotsschilder an der Fassade, Angebotsaufsteller, durchgängige Verwendung des Ladenlogos oder der Ladenfarben an Fahrradständern, Aufstellern, Schildern etc., große Schaufensteraufschriften. Verwendung der Begriffe Naturkost, Bio oder eines selbsterklärenden Ladennamens.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Die Außengestaltung ist sauber und ansprechend. Markisen sind sauber, Fahrradständer gestrichen, Angebotsaufsteller und Plakate gepflegt und in einheitlicher Optik, Warenschütten voll und mit einheitlicher Beschilderung, eventuelles Obst-Gemüse-Angebot gepflegt, Pflanzen gepflegt, Leergutrollis sauber verstaut, Bürgersteig gekehrt etc.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Das Schaufenster ist gepflegt. Scheiben sind geputzt, keine Fliegen, kein Schmutz oder Staub, Beleuchtung ist ausreichend und funktioniert, Dekoration wirkt frisch.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Das Schaufenster wird als Kommunikationsmittel genutzt. Für aktuelle / saisonale / originelle Themen mit Bezug zum Naturkostsortiment.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Der Eingangsbereich ist einladend. Durch Angebotstafeln, attraktive Produktaufbauten, helle, großzügige Gestaltung, offene Tür, freien Einblick in den Laden. Die Tür ist nicht mit Plakaten zugeklebt, die ‚richtige‘ Eingangstür ist klar erkennbar etc.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		

2. Erster Eindruck im Innern des Ladens

Geschäft/Filiale: _____ Datum: _____ Uhrzeit: _____

Check wurde durchgeführt von: _____

Zustand	Erfüllt	Maßnahme(n)	Bis wann?
ERSTER EINDRUCK IM INNERN			
Der Verkaufsraum ist überschaubar und übersichtlich strukturiert. Die Höhe der Mittelgondeln inklusive Produktbestückung liegt nicht über 140-150 cm. Wichtige Abteilungen (Bedientheken, Obst/Gemüse, MoPro) sind unmittelbar beim Überblicken des Ladens wahrnehmbar (durch Farbgestaltung, Schilder etc.).	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Der Raum ist gut grundbeleuchtet. Alle Abteilungen sind gut ausgeleuchtet. Tageslicht, keine übermäßige Schattenbildung, keine diffusen Ecken.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Die Beleuchtung wirkt attraktiv. Der Raum ist durch Einsatz von Spots akzentuiert, unterschiedliche Lichtquellen und Farben werden verwendet.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Der Verkaufsraum riecht angenehm bzw. neutral. Keine aufdringlichen Fremdgerüche (muffig, scharf, schimmelig etc.) wahrnehmbar.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Musikeinsatz wirkt angenehm/neutral. Lautstärke ist angemessen, Musik unaufdringlich und im Hintergrund.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Die Raumtemperatur ist der Jahreszeit entsprechend angenehm.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Der Verkaufsraum ist gepflegt und ordentlich. Boden und Eingangsteppich sind sauber. Wände sind sauber. Keine halb abgebauten Rollis im Raum, keine Kisten oder Ware auf dem Boden, keine herumliegenden Arbeitsmittel, keine Spinnweben an den Wänden, keine verwelkten Pflanzen etc.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Einkaufswägen und -körbe sind funktionstüchtig und sauber. Keine Warenreste, keine alten Bons und Etiketten, kein Schmutz, keine Abnutzungen etc. feststellbar.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		

<p>Die Mitarbeiter sind sofort als solche erkennbar.</p> <p>z. B. durch betriebseigene, einheitliche Arbeitskleidung, Schürzen, Namensschilder</p>	<p><input type="radio"/> ja</p> <p><input type="radio"/> nein</p> <p><input type="radio"/> tlw.</p>		
<p>Die Mitarbeiter begrüßen aktiv, sind offen und servicebereit.</p>	<p><input type="radio"/> ja</p> <p><input type="radio"/> nein</p> <p><input type="radio"/> tlw.</p>		
<p>Die Verkäufer haben ein ordentliches Äußeres.</p> <p>Saubere Hände, kurze Fingernägel, saubere Kleidung und Schürze, gepflegte, zurückgebundene Haare. Handschuhe, und Namensschilder werden verwendet (je nach betrieblichem Standard).</p>	<p><input type="radio"/> ja</p> <p><input type="radio"/> nein</p> <p><input type="radio"/> tlw.</p>		
<p>Die Verkäufer sind kompetent in Beratung und Verkauf.</p> <p>Sie kennen z.B. die Käsearten und –sorten, können Fragen zu Herkunft, Herstellung und Verwendung beantworten, geben Empfehlungen und bieten Produkte aktiv zum Probieren an.</p>	<p><input type="radio"/> ja</p> <p><input type="radio"/> nein</p> <p><input type="radio"/> tlw.</p>		
<p>Die Verkäufer sind kompetent in der Bioberatung.</p> <p>und können Fragen wie</p> <p>„Wodurch unterscheiden sich biologische von konventionellen Produkten?“</p> <p>„Wie werden Bioprodukte kontrolliert? Und woran ist das zu erkennen?“</p> <p>„Was ist der Unterschied zwischen Produkten mit einem Anbauverbandszeichen und nach EU-VO produzierter Ware bzw. Produkten mit Bio-Siegel?“</p> <p>sicher beantworten.</p>	<p><input type="radio"/> ja</p> <p><input type="radio"/> nein</p> <p><input type="radio"/> tlw.</p>		

3. Orientierung/Platzangebot

Geschäft/Filiale: _____ Datum: _____ Uhrzeit: _____

Check wurde durchgeführt von: _____

Zustand	Erfüllt	Maßnahme(n)	Bis wann?
ORIENTIERUNG/PLATZANGEBOT			
<p>Die Abfolge der Abteilungen lädt dazu ein, das Geschäft vollständig zu begehen.</p> <p>Abteilungen wie Obst/Gemüse, Molkereiprodukte sowie Bedientheken sind so platziert, dass der Kunde den gesamten Raum nutzt.</p>	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
<p>Die Orientierung im Geschäft ist einfach.</p> <p>Das Wegesystem, Einteilung in Haupt- und Nebengänge, ist klar. Ein Leitsystem (Sortimentsüberschriften, Fotos, Licht, Farben) erleichtert zusätzlich die Übersichtlichkeit. Die Kasse befindet sich am Ende des Kundenlaufs.</p>	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
<p>Mindestens zwei Kunden kommen überall bequem aneinander vorbei.</p> <p>Dies gilt für den Eingangsbereich, die Hauptgänge, die Regalinseln, Aktionsaufbauten und Bedienabteilungen, die Obst-Gemüse-Abteilung, die Fachabteilungen wie Kosmetik oder Wein und den Ausgangsbereich (auch mit Einkaufswagen!).</p>	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		

4. Beschilderung allgemein

Geschäft/Filiale: _____ Datum: _____ Uhrzeit: _____

Check wurde durchgeführt von: _____

Zustand	Erfüllt	Maßnahme(n)	Bis wann?
BESCHILDERUNG ALLGEMEIN			
<p>Regalstopper, Plakate, Deckenhänger sind in gutem Zustand.</p> <p>z. B. weder ausgebleichen noch geknickt, nicht abgenutzt, nicht verschmutzt, nicht mehrfach mit Klebestreifen überklebt.</p>	<p><input type="radio"/> ja</p> <p><input type="radio"/> nein</p> <p><input type="radio"/> tlw.</p>		
<p>Die Beschilderung ist optisch einheitlich.</p> <p>Es werden gleiche Farben und Schriften (z .B. bei Angeboten) verwendet, das Ladenlogo wird durchgehend eingesetzt, es werden gleichfarbige Einsteckrahmen benutzt etc.</p>	<p><input type="radio"/> ja</p> <p><input type="radio"/> nein</p> <p><input type="radio"/> tlw.</p>		

5. Präsentation Obst/Gemüse

Geschäft/Filiale: _____ Datum: _____ Uhrzeit: _____

Check wurde durchgeführt von: _____

Zustand	Erfüllt	Maßnahme(n)	Bis wann?
PRÄSENTATION OBST/GEMÜSE			
Die Abteilung ist ordentlich und gepflegt. Kein Schmutz, keine Verpackungs- oder Warenreste auf dem Boden, keine Kompostreste, keine Kaffeetassen auf den Ablagen, keine leeren Kisten etc	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Die Ware ist optisch attraktiv präsentiert Regale und Kisten sind sauber, Aufbauten füllig, Probierware ist aufgefüllt und frisch, Dekorationselemente werden verwendet etc.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Obst und Gemüse sind klar voneinander getrennt. z. B. durch vertikale Produktpräsentation, Abstand oder Dekoration zwischen den Bereichen.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Das Obst ist qualitativ einwandfrei. Frisch und äußerlich ohne Mängel wie Schimmel, Druckstellen, faule, braune Stellen etc.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Das Gemüse ist qualitativ einwandfrei. Frisch und äußerlich ohne Mängel wie Schimmel, Druckstellen, faule, braune Stellen etc.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Obst/Gemüse-Preisschilder passend Vollständig vorhanden, in gutem Zustand, gut lesbar und haben klaren örtlichen Bezug zur Ware	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Biodeklaration auf Obst/Gemüse-Schildern. Grunddeklaration als Bioware (z. B. durch Bezeichnungen ‚kontrolliert biologisch‘, ‚Bioanbau‘, Bio-Siegel) ist durchgängig vorhanden. Anbauverbände sind je nach Ware zusätzlich deklariert. Regionale Bioprodukte sind speziell deklariert oder hervorgehoben.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Das Verpackungsmaterial ist vollständig und in gepflegtem Zustand. Es sind genügend Tüten (-größen und -arten: Plastik, Papier) vorhanden. Keine herumliegenden Tüten und Tütenreste.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		

<p>Werden die Produkte an der Kasse abgewogen, dann gibt es ein Hinweisschild und eine Kontrollwaage in der Abteilung.</p>	<p><input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.</p>		
<p>Die Selbstbedienungswaage ist in gutem Zustand.</p> <p>Die Waage (und deren Tisch) ist sauber, die Wiegeschale ist sauber, die Tasten sind sauber und übersichtlich belegt, die Nummern auf Preisschildern und an der Waage stimmen überein.</p>	<p><input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.</p>		

6. Präsentation Käsetheke

Geschäft/Filiale: _____ Datum: _____ Uhrzeit: _____

Check wurde durchgeführt von: _____

Zustand	Erfüllt	Maßnahme(n)	Bis wann?
PRÄSENTATION KÄSETHEKE			
Die Käsetheke ist ordentlich und gepflegt. Scheiben und Arbeitsflächen sind sauber, kein Käseabfall, keine Brotkrümel, Oliven oder Öl in der Theke. Arbeitsbesteck, Teller und Tablett sind sauber, ebenso Wasser in Besteckbehältern und Spüle. Verpackungsmaterial ist griffbereit. Es liegen keine Lieferscheine herum, keine Käseschilder, Käse oder Käsereste, keine Putzlappen, Kaffeetassen	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Die Ware ist optisch attraktiv präsentiert. Aufbau ist füllig, Käse ordentlich in Folie verpackt, Schnittflächen zum Kunden gerichtet. Keine schmutzigen Originalverpackungen, keine überstehende Rinde, keine trübe Lake. Dekorationsmaterialien werden verwendet, Kostproben stehen bereit etc.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Das Sortiment ist klar strukturiert. Hart-/Schnitt-/Weich- und Schimmelkäse, Ziegen- und Schafskäse etc. sind klar voneinander unterscheidbar.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Der Käse ist qualitativ einwandfrei. Frisch, äußerlich ohne Mängel: kein Fremdschimmel, keine angetrockneten Schnittflächen, keine Risse, kein nässender Käse, nicht übermäßig weich etc.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Probierware ist gepflegt und wirkt attraktiv. Es ist genügend Verkostungsware vorhanden. Ware ist frisch. Frische und benutzte Zahnstocher sind klar getrennt, Teller sauber etc.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Käse-Preisschilder ... sind vollständig vorhanden, in gutem Zustand, gut lesbar und haben klaren örtlichen Bezug zur Ware.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Biodeklaration auf Käseschildern Grunddeklaration als Bioware (z. B. durch Bezeichnungen ‚kontrolliert biologisch‘, ‚Bioanbau‘, Bio-Siegel) ist durchgängig vorhanden. Anbauverbände sind je nach Ware zusätzlich deklariert. Regionale Bioprodukte sind speziell deklariert und hervorgehoben.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		

<p>Es gibt eine ‚Servicedeclaration‘. Das heißt Hinweise über das gesetzlich Notwendige hinaus: z. B. Labart, Rohmilch.</p>	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
<p>Selbst hergestellte Produkte ... wie z. B. Frischkäse oder Salate sind deklariert mit Inhaltsstoffen, Herstellungsdatum etc.</p>	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
<p>Die Käseschneidemaschine ist sauber und wird nicht parallel für Wurst benutzt.</p>	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
<p>Das Verpackungsmaterial (Käsepapier, Becher) ist sauber. Keine Fettflecken, Staub, Schmutz feststellbar.</p>	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
<p>Die Verkäufer grüßen und verabschieden aktiv, sind offen und servicebereit.</p>	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
<p>Die Verkäufer verpacken die Ware gut. Die Ware ist durch die Verpackung geschützt, nichts löst sich. Die Verpackung ist ansprechend.</p>	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		

7. Präsentation Wurst- und Fleischtheke

Geschäft/Filiale: _____ Datum: _____ Uhrzeit: _____			
Check wurde durchgeführt von: _____			
Zustand	Erfüllt	Maßnahme(n)	Bis wann?
PRÄSENTATION WURST- UND FLEISCHTHEKE			
Die Wurst-/Fleischtheke ist ordentlich und gepflegt. Scheiben und Arbeitsflächen sind geputzt, kein Wurst-/Fleischabfall, keine Brot-, Käsekrümel etc. in der Theke feststellbar. Arbeitsbesteck, Teller und Tablett sind sauber, ebenso Wasser in Besteckbehältern. Verpackungsmaterial liegt griffbereit. Es liegen keine Lieferscheine herum, keine Schilder, Wurst- oder Fleischreste, keine Putzlappen, Kaffeetassen, Brotzeitreste. Die Spülen sind sauber.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Die Ware ist optisch attraktiv präsentiert. Der Aufbau ist füllig, Schnittflächen sind zum Kunden gerichtet. Es sind keine schmutzigen Originalverpackungen vorhanden, kein übermäßiges Sickerblut etc.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Wurst und Fleisch sind klar voneinander getrennt. Z.B. durch Trennscheiben, verschiedene Schalen oder Blockbildung.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Das Sortiment ist klar strukturiert. Die verschiedenen Wurst-/Fleischarten sind klar voneinander unterscheidbar.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Die Wurst ist qualitativ einwandfrei. Frische Farben, äußerlich ohne Mängel wie angetrocknete Schnittflächen, trockene, rissige Oberflächen, schmierige Stellen etc.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Das Fleisch ist qualitativ einwandfrei. Frische Farben, äußerlich ohne Mängel: nicht trocken oder schmierig etc.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Probierware wirkt attraktiv und gepflegt. Die Präsentation ist füllig und frisch. Frische und benutzte Zahnstocher sind klar getrennt, Teller sauber etc.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Wurst- und Fleisch-Schilder ... sind vollständig vorhanden, in gutem Zustand, gut lesbar und haben klaren örtlichen Bezug zur Ware.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		

<p>Biodeklaration auf Wurst- und Fleisch-Schildern.</p> <p>Grunddeklaration als Bioware (z. B. durch Bezeichnungen ‚kontrolliert biologisch‘, ‚Bioanbau‘, Bio-Siegel) ist durchgängig vorhanden. Anbauverbände sind je nach Ware zusätzlich deklariert. Regionale Bioprodukte sind speziell deklariert und hervorgehoben.</p>	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
<p>Es gibt eine ‚Servicedeklaration‘.</p> <p>Das heißt Hinweise über das gesetzlich Notwendige hinaus, z.B. Deklaration von Nitritpökelsalz.</p>	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
<p>Selbst hergestellte Produkte</p> <p>... wie z. B. Salate sind deklariert mit Inhaltsstoffen, Herstellungsdatum etc.</p>	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
<p>Die Wurstaufschneidemaschine ist sauber und wird nicht parallel für Käse benutzt.</p>	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
<p>Das Verpackungsmaterial ist in gutem Zustand.</p> <p>Keine Fettflecken, Staub oder Schmutz feststellbar.</p>	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
<p>Die Verkäufer grüßen und verabschieden aktiv, sind offen und servicebereit.</p>	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
<p>Die Verkäufer verpacken die Ware gut.</p> <p>Die Ware ist durch die Verpackung geschützt, nichts löst sich. Die Verpackung ist ansprechend.</p>	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		

8. Präsentation Brot und Backwaren

Geschäft/Filiale: _____ Datum: _____ Uhrzeit: _____

Check wurde durchgeführt von: _____

Zustand	Erfüllt	Maßnahme(n)	Bis wann?
PRÄSENTATION BROT UND BACKWAREN			
Die Abteilung ist ordentlich und gepflegt. Scheiben und Arbeitsflächen sind geputzt, keine Brotkrümel etc. in der Kuchentheke. Arbeitsbesteck, Teller und Tablett sind sauber, ebenso Wasser in Besteckbehältern. Verpackungsmaterial liegt griffbereit. Es liegen keine Lieferscheine herum, keine Schilder, Kuchenreste, keine Putzlappen, keine Kaffeetassen, Brotzeitreste etc.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Brot und Kleingebäck sind optisch attraktiv präsentiert Der Aufbau ist füllig, die Sorten klar voneinander unterscheidbar, Schütten sind gefüllt etc.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Kuchen und Pikantes (Pizza, Frühlingsrollen etc.) sind klar voneinander getrennt.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Kuchen ist qualitativ einwandfrei. Das heißt frisch und äußerlich ohne Mängel wie ‚Fremdbelag‘ (Brotkrümel usw.). Der Belag ist nicht ‚beschädigt‘, die Sahne nicht ‚gelb‘, die Stücke gleich groß etc.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Kuchen ist optisch attraktiv präsentiert. Der Aufbau ist füllig, Ware ordentlich angeordnet, Tablett und Unterlegpapiere sind sauber.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Pikantes ist qualitativ einwandfrei. Das heißt frisch und äußerlich ohne Mängel wie ‚Fremdbelag‘ (Brotkrümel usw.). Der Belag ist nicht ‚beschädigt‘, die Stücke gleich groß etc.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Pikantes ist optisch attraktiv präsentiert. Der Aufbau ist füllig, Ware ordentlich angeordnet, Tablett und Unterlegpapiere sind sauber.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Ware vom Vortag ist als solche deklariert und gesondert platziert.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		

<p>Probierware ist attraktiv und gepflegt</p> <p>Präsentation ist füllig, Ware frisch. Frische und benutzte Zahnstocher sind klar getrennt, Teller sauber etc.</p>	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
<p>Brot-, Kleingebäck-, Kuchenschilder</p> <p>... sind vollständig, in gutem Zustand, gut lesbar und haben klaren örtlichen Bezug zur Ware.</p>	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
<p>Biodeklaration auf Backwarenschildern</p> <p>Grunddeklaration als Bioware (z. B. durch Bezeichnungen ‚kontrolliert biologisch‘, ‚Bioanbau‘, Bio-Siegel) ist durchgängig vorhanden.</p> <p>Anbauverbände sind je nach Ware zusätzlich deklariert.</p> <p>Regionale Bioprodukte sind speziell deklariert und hervorgehoben.</p>	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
<p>Es gibt eine ‚Servicedeklaration‘.</p> <p>Das heißt Hinweise über das gesetzlich Notwendige hinaus, z.B. milch-, ei-, nussfrei etc. für Allergiker.</p>	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
<p>Es liegen Zutatenlisten für alle Produkte vor.</p>	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
<p>Die Brotschneidemaschine ist sauber und hygienisch einwandfrei.</p>	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
<p>Das Verpackungsmaterial ist in gutem Zustand.</p> <p>Keine Fettflecken, Staub oder Schmutz feststellbar.</p>	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
<p>Die Verkäufer grüßen und verabschieden aktiv, sind offen und servicebereit.</p>	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
<p>Die Verkäufer verpacken die Ware gut.</p> <p>Die Ware ist durch die Verpackung geschützt, nichts löst sich. Die Verpackung ist ansprechend.</p>	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		

9. Präsentation Kühlregal

Geschäft/Filiale: _____ Datum: _____ Uhrzeit: _____

Check wurde durchgeführt von: _____

Zustand	Erfüllt	Maßnahme(n)	Bis wann?
PRÄSENTATION KÜHLREGAL (MOLKEREIPRODUKTE, KÄSE, TOFU, CONVENIENCE, WURST/FLEISCH IN SB)			
Die Abteilung ist ordentlich und gepflegt. Die Regale und Regalböden sind sauber, die Ware ist ordentlich einsortiert, Preisschienen sind sauber, es liegt kein Verpackungsmaterial herum etc.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Die unterschiedlichen Warengruppen (MoPro, Tofu etc.) sind klar in Blöcke gegliedert.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Das Auffinden von Einzelprodukten im Regal ist einfach. Durch Markenblöcke, vertikale Blockplatzierung, Abstände etc.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Die Regale sind aufgefüllt, Ware nach vorne gezogen.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Schlecht stehende Ware (Teigwaren etc.) ist mit Displays, Schienen, Rutschbremsen, Aufstellhilfen präsentiert.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Preisschilder in Regalschienen ... sind vollständig, in gutem Zustand, gut lesbar und haben klaren örtlichen Bezug zur Ware.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Preisschilder auf Produkten ... sind an geeigneter Stelle angebracht (unten, hinten, auf dem Deckel). Sie verdecken keine Produktinformationen oder das Frontlabel.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Es gibt keine beschädigte Ware im Kühlregal.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Es ist kein MHD überschritten. Es sind keine Produkte kurz vor dem Ablauf ohne Hinweis bzw. Preisreduzierung (tolerierbare Zeit produktabhängig). Evtl. 10 Stichproben.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		

10. Präsentation Tiefkühlware

Geschäft/Filiale: _____ Datum: _____ Uhrzeit: _____

Check wurde durchgeführt von: _____

Zustand	Erfüllt	Maßnahme(n)	Bis wann?
PRÄSENTATION TIEFKÜHLWARE			
Die Abteilung ist ordentlich und gepflegt. Schränke und Truhen sind sauber, die Ware ordentlich eingerichtet, Scheiben geputzt, Preisschienen sind sauber, keine übermäßigen Eisränder an der Truhe etc.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Die Tiefkühlschränke sind aufgefüllt, die Ware nach vorne gezogen.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Die Truhen sind aufgefüllt, die Ware leicht erreichbar. Dabei ist die maximale Stapelhöhe (je nach Gerät) eingehalten.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Die unterschiedlichen Produktgruppen (Pizza, Gemüse, Eis etc.) sind klar in Blöcke gegliedert.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Preisschilder in Regalschienen ... sind vollständig, in gutem Zustand, gut lesbar und haben klaren örtlichen Bezug zur Ware.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Preisschilder auf Produkten ... sind an geeigneter Stelle angebracht (unten, hinten, Deckel). Sie verdecken keine Produktinformationen oder das Frontlabel.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Es gibt keine beschädigte Ware.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Es ist kein MHD überschritten. Es sind keine Produkte kurz vor dem Ablauf ohne Hinweis bzw. Preisreduzierung (tolerierbare Zeit produktabhängig). Evtl. 10 Stichproben.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		

11. Präsentation Trockenware

Geschäft/Filiale: _____ Datum: _____ Uhrzeit: _____

Check wurde durchgeführt von: _____

Zustand	Erfüllt	Maßnahme(n)	Bis wann?
PRÄSENTATION TROCKENWARE			
Das Trockensortiment ist ordentlich und gepflegt. Kein Schmutz oder Staub vor oder in den Regalen, Produkte sind ordentlich eingerichtet, die Preisschienen sind sauber, es gibt keine Reste von Plakaten, keine Reste von Klebestreifen, keine Nachfüllkartons auf den Regalen etc.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Die Regale sind aufgefüllt, die Ware nach vorne gezogen.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Die Produkte sind durchweg zu logischen Warengruppen zusammengefasst. Z.B. Kaffee und Zucker, Gewürze und Instantwürzmittel, Trockenfrüchte und Nüsse sowie Saaten	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Die Anordnung der Warengruppen ist sinnvoll, die Einkaufswege damit kurz. Mögliche Anordnung nach Tagesablauf: Frühstück, Mittagessen, Abendessen (hier nach Themen – Mediterrane Küche etc.), Getränke und Wein usw.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Die Warengruppen sind leicht voneinander unterscheidbar. ... durch Schilder, Abstände zwischen den Warengruppen, vertikale Blöcke.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Das Auffinden von Einzelprodukten im Regal ist einfach. ... durch Markenblöcke, vertikale Blockplatzierung, Abstände, Schilder.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Die Produkte sind problemlos aus dem Regal zu nehmen. Es sind keine schweren Produkte im oberen Regalteil präsentiert. Es gibt keine Präsentation oberhalb der Reckzone.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Schlecht stehende Ware ist mit Displays, Schienen, Rutschbremsen präsentiert.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		

<p>Das Sortiment ist aufgefüllt und lückenlos. Fehlstellen gibt es nur aus aktuellem Abverkauf.</p>	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
<p>Preisschilder in Regalschienen ... sind vollständig, in gutem Zustand, gut lesbar und haben klaren örtlichen Bezug zur Ware.</p>	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
<p>Preisschilder auf Produkten ... sind an geeigneter Stelle angebracht (unten, hinten, auf dem Deckel). Sie verdecken keine Produktinformationen oder das Frontlabel.</p>	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
<p>Es gibt keine erkennbar mangelhafte Ware. Nichts ist beschädigt, schimmelig, von Motten befallen . etc.</p>	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
<p>Es ist kein MHD überschritten. ... bzw. kurz vor dem Ablauf ohne Hinweis bzw. Preisreduzierung (tolerierbare Zeit produktabhängig). Evtl. 10 Stichproben.</p>	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
<p>Für Produkte, die dauerhaft nicht lieferbar sind, gibt es eine Information am Regalplatz.</p>	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		

12. Präsentation Aktionsware

Geschäft/Filiale: _____ Datum: _____ Uhrzeit: _____

Check wurde durchgeführt von: _____

Zustand	Erfüllt	Maßnahme(n)	Bis wann?
PRÄSENTATION AKTIONSWARE			
Die Aktion ist attraktiv. Plakative, ansprechende Hinweisschilder, fülliger Aufbau der Ware, dazu passende Dekoration.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Die Angebotspräsentation ist frisch und gepflegt. Ware ist nachgefüllt, keine Probierreste, keine kaputten oder mehrfach mit Klebestreifen überklebten Plakate.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Mehrfach platzierte Angebote (Schütte, Regal, vor dem Geschäft) sind durchgängig als Angebot gekennzeichnet.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Auch reduzierte Ware ist attraktiv und sauber präsentiert.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		

13. Preisdeklaration allgemein

Geschäft/Filiale: _____ Datum: _____ Uhrzeit: _____

Check wurde durchgeführt von: _____

Zustand	Erfüllt	Maßnahme(n)	Bis wann?
PREISDEKLARATION ALLGEMEIN			
Die Bedeutung von ermäßigten Preisen ist klar. Zeitlich begrenzte Aktionspreise, Dauerniedrigpreise, und reduzierte Preise (wegen knappem MHD, beschädigter Verpackung etc.) ... sind optisch und begrifflich klar voneinander unterscheidbar.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Reduzierte Ware ist gesondert platziert.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		

14. Präsentation Kassenbereich und Ausgangszone

Geschäft/Filiale: _____ Datum: _____ Uhrzeit: _____			
Check wurde durchgeführt von: _____			
Zustand	Erfüllt	Maßnahme(n)	Bis wann?
PRÄSENTATION KASSENBEREICH UND AUSGANGSZONE			
Die Kasse ist dem Kundenlauf entsprechend sinnvoll platziert. Nach der Kasse kommen keine Sortimente mehr. Abhängig von der ladenbaulichen Situation.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Der Kassenbereich und die Einpackzone bieten den Kunden genug Platz.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Der Kassenbereich ist ordentlich und gepflegt. Es gibt keine Produktreste, Bons, Schmutz auf dem Transportband und in Schütten. Der Kasseninnenraum ist sauber, Tastaturen und Displays sind sauber, Tüten sind ordentlich verstaut, Hinweisschilder in gutem Zustand etc.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Die Kassierer haben ein ordentliches Äußeres. Adrette Arbeits- oder gepflegte ‚Alltagskleidung‘, keine langen Fingernägel, saubere Hände und Haare; Namensschilder werden getragen etc. (je nach betrieblichem Standard).	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Die Kassierer grüßen und verabschieden aktiv, wirken offen und servicebereit.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Die Kassierer sind sicher beim Kassiervorgang.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
An der Kasse präsentierte Sortimente sind gepflegt und attraktiv präsentiert.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Einpackzonen sind ordentlich und gepflegt. Kartonagen, Müll, Papier werden sortiert, es liegen keine Produkt- oder Verpackungsreste herum, die Einkaufswägen und Körbe sind in Reihe bzw. gestapelt.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Flächen für Informationsmaterial sowie Pinwände sind in gepflegtem Zustand. Material ist sortiert, es liegen keine Prospekte oder Verpackungen herum etc.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		

15. Bioinformation

Geschäft/Filiale: _____ Datum: _____ Uhrzeit: _____

Check wurde durchgeführt von: _____

Zustand	Erfüllt	Maßnahme(n)	Bis wann?
BIOINFORMATION			
Informationsmaterial über Bioanbau ist vorhanden Schrot & Korn-Bücher, Flyer von Anbauverbänden und Herstellern, AID-Hefte etc.	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		
Auf Verpackungsmaterial, Tüten, Kassenbon gibt es einen Hinweis auf ‚Bio‘	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> tlw.		