Verordnung der Wirtschaftskammer Österreich über die Einführung und den Erwerb des Höheren Fachdiploms „Sales Manager in Retail“ (Sales Manager-Validierungs- und Prüfungsverordnung)

Aufgrund des § 3 des Bundesgesetzes über die höhere berufliche Bildung (HBB-Gesetz), BGBl. I Nr. 7/2024, wird mit Zustimmung des Bundesministers für Wirtschaft, Energie und Tourismus verordnet:

Ziel und Gegenstand

§ 1. (1) Diese Verordnung regelt das Prüfungsverfahren sowie dessen Abwicklung zum Erwerb des Höheren Fachdiploms (HFD) „Sales Manager in Retail“.

(2) Die Qualifikation erfüllt die Deskriptoren der Anlage des HBB-Gesetzes, BGBl. I Nr. 7/2024, die sich an den Beschreibungsmerkmalen von Niveau 7 des Nationalen Qualifikationsrahmens gemäß NQR-Gesetz, BGBl. I Nr.14/2016, orientieren.

(3) Inhaber bzw. Inhaberinnen der gegenständlichen Qualifikation sind in der Lage, die Verantwortung für die Steuerung und Weiterentwicklung einer Verkaufsregion im stationären Einzelhandel zu übernehmen. Sie koordinieren mehrere Filialen im Einklang mit den unternehmensweiten Vorgaben und stellen die Umsetzung strategischer und operativer Maßnahmen sicher. Unter Berücksichtigung fachlicher, wirtschaftlicher, rechtlicher sowie betriebsspezifischer Rahmenbedingungen steuern sie Leistung und Qualität, unterstützen die Filialleitungen und tragen maßgeblich zur Erreichung der wirtschaftlichen Ziele im Verantwortungsbereich bei.

(4) Das Validierungs- und Prüfungsverfahren stellt die mit dem Niveau gemäß Abs. 2 verbundenen Kenntnisse und Fertigkeiten sowie den Grad der Selbstständigkeit und Verantwortung gegenüber den in **Anlage 1** festgelegten Lernergebnissen (LE) fest. Der Prüfungswerber bzw. die Prüfungswerberin hat daher den Nachweis zu erbringen, dass er bzw. sie in der Lage ist, in seiner bzw. ihrer Verkaufsregion

1. die Einhaltung unternehmensweiter Standards (u.a. zu betrieblichen Abläufen, zu Sicherheits- und Hygienemaßnahmen) und gesetzlicher Vorgaben sicherzustellen (LE 1),
2. die Filialleitungen bei der Erreichung der vom Unternehmen festgelegten Zielvorgaben durch entsprechende Steuerung zu unterstützen (LE 2),
3. an der strategischen Weiterentwicklung bestehender Standorte sowie an Expansionsprojekten verantwortlich mitzuwirken (LE 3),
4. das Budget für den regionalen Wirkungsbereich zu planen und gegenüber der Führungsebene zu argumentieren (LE 4),
5. die Kennzahlen in seinem bzw. ihrem Gebiet zu analysieren, an die Rahmenbedingungen anzupassen sowie bei Abweichungen wirksame Gegensteuerungsmaßnahmen einzuleiten (LE 5),
6. regionale Markt- und Mitbewerberanalysen durchzuführen und daraus strategische Maßnahmen für die Positionierung, die Sichtbarkeit und die Nachwuchsgewinnung abzuleiten sowie gegebenenfalls nach Abstimmung mit der Führungsebene umzusetzen (LE 6),
7. strategische Beziehungen zu relevanten Akteuren bzw. Akteurinnen sowie Stakeholdern bzw. Stakeholderinnen aufzubauen und zu pflegen, um das Geschäftswachstum und die Kundenzufriedenheit zu maximieren (LE 7),
8. filialübergreifende Sicherheitskonzepte zu entwickeln, zu implementieren, deren Wirksamkeit zu analysieren und bei Bedarf anzupassen (LE 8),
9. im Rahmen seiner bzw. ihrer übergeordneten Verantwortung Problemlösungen (zB bei Auftreten von Qualitätsmängeln bei Produkten, bei Herausforderungen mit dem Personal) in Absprache mit den zuständigen Stellen zu erarbeiten, das Krisenmanagement zu übernehmen und präventive Maßnahmen für die Zukunft anzuregen (LE 9),
10. der übergeordneten Führungsebene regelmäßig Bericht über die Geschäftsentwicklung in seinem bzw. ihrem Gebiet sowie über etwaige Herausforderungen zu erstatten (LE 10),
11. den Personalbedarf an Führungskräften in seinem bzw. ihrem Gebiet zu planen sowie gegebenenfalls personelle Anpassungen vorzunehmen (LE 11),
12. Führungskräfte in ihrer fachlichen Entwicklung zu begleiten und zu unterstützen (LE 12),
13. auf Basis von Rückmeldungen der Filialleiter bzw. Filialleiterinnen Mitarbeiterpotenziale zu erkennen und gezielt zu fördern (LE 13),
14. filialübergreifend Personalressourcen strategisch zu steuern und bei Personalengpässen standortübergreifende Lösungen zu entwickeln (LE 14),

15. bei komplexen Personalthemen verantwortungsvoll und rechtssicher Entscheidungen zu treffen, gegebenenfalls in Abstimmung mit zuständigen Stellen (LE 15),
16. personalwirtschaftliche Kennzahlen (zB Fluktuationsraten, Nachfolgebedarfe und Führungskräfteverfügbarkeit) systematisch zu analysieren und daraus strategische Personalentscheidungen abzuleiten (LE 16).

Voraussetzungen zur Zulassung

§ 2. (1) Die Zulassung zum Validierungs- und Prüfungsverfahren gemäß § 3 erfolgt bei Nachweis des Vorliegens der Voraussetzungen von einer der in den Ziffern 1 bis 3 definierten Varianten.

1. Variante 1:
   a. Abschluss des Fachdiploms (FD) „Sales Professional in Retail“ und
   b. Absolvierung einer dem Abschluss gemäß lit. a nachfolgenden, handelsspezifisch ausgerichteten, mindestens vierjährigen Praxistätigkeit in Filialleitungsfunktion oder einer äquivalenten Funktion im Mindestausmaß von durchschnittlich vier wöchentlichen Arbeitstagen (gesetzliche Normalarbeitszeit gemäß § 3 Abs. 1 Arbeitszeitgesetz);

oder

2. Variante 2:
   a. Qualifikationsbezogener Abschluss, der mindestens dem NQR-Niveau 4 zugeordnet ist; insbesondere erfüllen diese Voraussetzung die in **Anlage 2** angeführten Lehrabschlüsse und die mit diesen gemäß § 34a BAG, BGBl. Nr. 142/1969, gleichgehaltenen schulischen Abschlüsse; und
   b. Absolvierung einer dem Abschluss gemäß lit. a nachfolgenden, handelsspezifisch ausgerichteten, mindestens fünfjährigen Praxistätigkeit in Filialleitungsfunktion oder einer äquivalenten Funktion gemäß Z 1 lit. b;

oder

3. Variante 3:
   a. Nicht-qualifikationsbezogener Abschluss, der mindestens dem NQR-Niveau 4 zugeordnet ist; und
   b. Absolvierung einer dem Abschluss gemäß lit. a nachfolgenden, handelsspezifisch ausgerichteten, mindestens sechsjährigen Praxistätigkeit in Filialleitungsfunktion oder einer äquivalenten Funktion gemäß Z 1 lit. b.

(2) Bei Vorliegen eines ausländischen Abschlusses oder ausländischer Qualifizierungsnachweise ist eine Bewertung gemäß § 6 AuBG, BGBl. I Nr. 55/2016 in der jeweils geltenden Fassung, erforderlich.

(3) Über die Anerkennung von nicht in Abs. 1 angeführte Qualifikationen, die mit jenen des Abs. 1 in Bezug auf Inhalt und Niveau vergleichbar sind, entscheidet die Validierungs- und Prüfungsstelle.

Validierungs- und Prüfungsverfahren

§ 3. (1) Das Validierungs- und Prüfungsverfahren, das der Feststellung der Lernergebnisse gemäß § 1 Abs. 4 dient, besteht aus einem schriftlichen und einem mündlichen Prüfungsteil.

(2) Jede Validierungs- und Prüfungsstelle hat unter Berücksichtigung der Anzahl der Prüfungswerber bzw. Prüfungswerberinnen Prüfungstermine festzusetzen, bei Bedarf jedoch mindestens einmal pro Kalenderhalbjahr.

(3) Die zum Validierungs- und Prüfungsverfahren angemeldeten Prüfungswerber bzw. Prüfungswerberinnen sind zeitgerecht einzuladen. Die Einladung erfolgt formlos und hat jene Angaben, die für Absolvierung des Verfahrens notwendig sind, zu enthalten.

Schriftlicher Prüfungsteil

§ 4. (1) Der schriftliche Prüfungsteil zielt darauf ab, Kenntnisse, die für die in § 1 Abs. 4 angeführten Lernergebnisse erforderlich sind, festzustellen. Er umfasst handelsspezifische Aufgabenstellungen aus den Themenbereichen

1. Leitung und Führung einer Verkaufsregion,
2. Personalmanagement einer Verkaufsregion.

(2) Der schriftliche Prüfungsteil ist von der Prüfungskommission so zu konzipieren, dass er in 150 Minuten absolviert werden kann. Nach spätestens 180 Minuten ist er zu beenden.

(3) Der schriftliche Prüfungsteil ist unter Aufsicht mindestens eines Mitglieds der Prüfungskommission durchzuführen. An dessen Stelle kann der Leiter bzw. die Leiterin der Validierungs- und Prüfungs-

stelle eine mit dem Prüfungssetting vertraute Aufsichtsperson bestellen, die funktional einem Mitglied der Prüfungskommission gleichgestellt ist.

(4) Der schriftliche Prüfungsteil kann computerunterstützt durchgeführt werden. Die Entscheidung über die Abwicklung auf digitalem Wege sowie über das zu verwendende Tool obliegt der Validierungs- und Prüfungsstelle.

Mündlicher Prüfungsteil

§ 5. (1) Der mündliche Prüfungsteil setzt sich aus der Präsentation und Argumentation der Projektarbeit gemäß Abs. 2 sowie einem daran anschließenden Fachgespräch zusammen.

(2) Die Aufgabenstellung der Projektarbeit hat sich aus der betrieblichen Praxis in der Gebietsleitung zu entwickeln und dient der Feststellung der Lernergebnisse gemäß § 1 Abs. 4. Sie ist auf Basis der inhaltlichen und strukturellen Leitlinien zu erstellen, die dem Prüfungswerber bzw. der Prüfungswerberin gemäß § 6 Abs. 3 übermittelt werden.

(3) Im Fachgespräch hat der Prüfungswerber bzw. die Prüfungswerberin die Projektarbeit zu präsentieren und zu argumentieren sowie weitere Fragen der Prüfungskommission zur Feststellung der Lernergebnisse gemäß § 1 Abs. 4 zu beantworten.

(4) Der mündliche Prüfungsteil hat 60 Minuten zu dauern. Er ist nach spätestens 80 Minuten zu beenden.

(5) Der mündliche Prüfungsteil ist öffentlich, sofern der Prüfungswerber bzw. die Prüfungswerberin dagegen keinen Einspruch erhebt und die räumlichen Verhältnisse dies zulassen. Im Zweifelsfall entscheidet der bzw. die Vorsitzende der Prüfungskommission.

(6) Der mündliche Prüfungsteil kann auch ortsunabhängig über ein Videokonferenztool durchgeführt werden, sofern Transparenz, Nachvollziehbarkeit, Öffentlichkeit und Authentizität gewährleistet sind. Die Entscheidung über die Abwicklung auf digitalem Wege sowie über das zu verwendende Tool obliegt der Validierungs- und Prüfungsstelle.

(7) Der mündliche Prüfungsteil ist vor der Prüfungskommission gemäß § 9 abzulegen. Diese entscheidet mit Stimmenmehrheit. Stimmenthaltungen sind unzulässig.

(8) Für die Bewertung des mündlichen Prüfungsteils sind folgende Kriterien maßgebend:

1. fachliche Richtigkeit,
2. Rechtskonformität,
3. Umsetzung,
4. Strategisches Denken,
5. Mitarbeiterführung,
6. betriebswirtschaftliches Verständnis.

Antrag und Ablauf

§ 6. (1) Der Antrag auf Erwerb der gegenständlichen Qualifikation kann bei jeder Validierungs- und Prüfungsstelle, die für die Durchführung des Validierungs- und Prüfungsverfahrens ermächtigt ist, gestellt werden. Jede Validierungs- und Prüfungsstelle hat organisatorische Modalitäten für das Validierungs- und Prüfungsverfahren (zB Fristen, Abmeldung, Konsequenzen bei Nicht-Antritt) festzulegen. Diese sind auf der Website der Validierungs- und Prüfungsstelle zu veröffentlichen. Ein Wechsel der Validierungs- und Prüfungsstelle innerhalb eines Antragsverfahrens ist nicht möglich.

(2) Dem Antrag sind Nachweise über die Identität des Prüfungswerbers bzw. der Prüfungswerberin sowie über das Vorliegen der Voraussetzungen gemäß § 2 anzuschließen.

(3) Stellt die Validierungs- und Prüfungsstelle aufgrund der eingebrachten Nachweise das Vorliegen der Voraussetzungen gemäß § 2 fest, sind dem Prüfungswerber bzw. der Prüfungswerberin die inhaltlichen und strukturellen Leitlinien für die Erstellung der Projektarbeit zu übermitteln.

(4) Innerhalb von vier Wochen nach Erhalt der Leitlinien hat der Prüfungswerber bzw. die Prüfungswerberin der Validierungs- und Prüfungsstelle das Thema der Projektarbeit sowie eine Kurzdarstellung der geplanten Inhalte zu übermitteln.

(5) Die Validierungs- und Prüfungsstelle leitet das Thema und die Kurzdarstellung an die Prüfungskommission weiter, die innerhalb von drei Wochen die Freigabe für die Erstellung der Projektarbeit gibt oder das Thema/die Kurzdarstellung begründet ablehnt. Im Falle einer Ablehnung kann ein neues Thema und eine neue Kurzdarstellung eingereicht werden.

(6) Der Prüfungswerber bzw. die Prüfungswerberin hat nach der Freigabe des Themas und der Kurzdarstellung die Projektarbeit innerhalb von sechs Monaten zu erstellen und in elektronischer Form an die Validierungs- und Prüfungsstelle zu übermitteln. Wird dieser Zeitrahmen aus Gründen, die nachweislich nicht im Einflussbereich des Prüfungswerbers bzw. der Prüfungswerberin liegen, überschritten, entscheidet der Leiter bzw. die Leiterin der Validierungs- und Prüfungsstelle über eine Fristverlängerung. Andernfalls ist ein neuer Antrag auf Erwerb der Qualifikation zu stellen.

(7) Nach Einlangen der Projektarbeit wird der Prüfungswerber bzw. die Prüfungswerberin zum Validierungs- und Prüfungsverfahren eingeladen. Gleichzeitig wird die Projektarbeit an die Mitglieder der Validierungs- und Prüfungskommission zur Vorbereitung auf den mündlichen Prüfungsteil weitergeleitet.

Bewertung und Wiederholung

§ 7. (1) Beide Prüfungsteile sind mit Punkten zu bewerten. Bei Erreichen von mindestens 60 Prozent der Gesamtpunkte beider Prüfungsteile zusammen gilt die Prüfung als „bestanden“.

(2) Das vom Qualifikationsanbieter für die Bewertung der Prüfung festgelegte und auf der elektronischen Verlautbarungs- und Informationsplattform des Bundes (EVI – evi.gv.at) veröffentlichte Bewertungsschema sowie alle weiteren auf dieser Plattform veröffentlichten Unterlagen für das Validierungs- und Prüfungsverfahren sind für alle Validierungs- und Prüfungsstellen und für alle Prüfungskommissionen verbindlich.

(3) Über den mündlichen Prüfungsteil ist ein Protokoll zu führen. Falls dieser nicht erfolgreich absolviert wird, sind die Gründe dafür im Protokoll festzuhalten. Das Protokoll ist von den Mitgliedern der Prüfungskommission zu unterzeichnen.

(4) Dem Absolventen bzw. der Absolventin ist innerhalb von zwei Monaten Einsicht in die Bewertungsblätter negativ beurteilter Prüfungen zu gewähren, wenn er bzw. sie dies innerhalb von sechs Wochen ab Ergebnismitteilung schriftlich bei der Validierungs- und Prüfungsstelle beantragt.

(5) Bei einer negativen Bewertung ist ein Antritt zur Wiederholung der Prüfung frühestens sechs Wochen nach dem letzten Prüfungstermin möglich.

Prüfungstaxe

§ 8. (1) Der Prüfungswerber bzw. die Prüfungswerberin hat die von der Validierungs- und Prüfungsstelle gemäß § 14 Abs. 1 HBB-Gesetz festgelegte Prüfungstaxe bis zu einem Höchstbetrag von EUR 2.700,00 pro Antritt zu entrichten. Diese umfasst die für die Durchführung des Validierungs- und Prüfungsverfahrens gemäß § 3 entstehenden Kosten und ist auf der Homepage der Validierungs- und Prüfungsstelle bekanntzugeben. Die Taxe ist spätestens bei Antragstellung fällig.

(2) Der in Abs. 1 angegebene Betrag wird zum Stichtag 1. Jänner jeden Jahres entsprechend dem von der Bundesanstalt Statistik Austria monatlich verlautbarten Verbraucherpreisindex angepasst, wobei als Basisjahr das Jahr vor der Kundmachung dieser Verordnung gilt und der jeweils für den Monat Oktober verlautbarte Wert heranzuziehen ist. Der errechnete Betrag ist auf einen vollen Eurobetrag aufzurunden.

Prüfungskommission

§ 9. (1) Die Validierungs- und Prüfungsstelle hat zur Durchführung der Prüfung eine Prüfungskommission zu bilden. Diese besteht aus einem vorsitzenden Kommissionsmitglied sowie aus zwei Beisitzerinnen bzw. Beisitzern.

(2) Vorsitzende und Beisitzende sind von der Validierungs- und Prüfungsstelle bis auf Widerruf zu bestellen. Eine Wiederbestellung ist unter Einhaltung der Bestimmungen in Abs. 3 möglich.

(3) Voraussetzung für die Bestellung als Mitglied der Prüfungskommission ist eine mindestens dreijährige Berufstätigkeit in leitender Funktion (ab Gebietsleitung oder in vergleichbarer Stellung) mit fachlichem Bezug zur gegenständlichen Qualifikation.

(4) Der Leiter bzw. die Leiterin der Validierungs- und Prüfungsstelle hat darüber hinaus vorzugsweise Kommissionsmitglieder zu bestellen, die prüfungsdidaktische Kompetenz nachweisen können, die sie durch den Besuch einer entsprechenden Schulung oder auf eine andere geeignete Weise erworben haben.

(5) Das vorsitzende Kommissionsmitglied hat neben seiner Prüfertätigkeit für den ordnungsgemäßen Ablauf des Validierungs- und Prüfungsverfahrens sowie für dessen Dokumentation, die auch in digitaler Form erfolgen kann, zu sorgen. Er bzw. sie kann seine bzw. ihre besonderen Aufgaben bei einzelnen Prüfungsteilen auch an ein anderes Mitglied der Prüfungskommission formlos übertragen.

(6) Die mit einem Validierungs- und Prüfungsverfahren betrauten Kommissionsmitglieder haben ihre Tätigkeit im öffentlichen Interesse unparteiisch auszuüben. Sie haben sich für befangen zu erklären,

wenn sie in einem Naheverhältnis zum Prüfungswerber bzw. zur Prüfungswerberin, beispielsweise aufgrund eines Verwandtschaftsverhältnisses, stehen oder im selben Unternehmen tätig sind bzw. in den vergangenen zwei Jahren tätig waren. Von einer Tätigkeit als Kommissionsmitglied ausgeschlossen sind Personen, die an vorbereitenden Bildungsmaßnahmen zur gegenständlichen Qualifikation mitwirken oder mitgewirkt haben.

(7) Die Mitglieder der Prüfungskommission sind zur Verschwiegenheit verpflichtet. Diese Verpflichtung bleibt auch nach dem Ausscheiden aus einer Kommission bestehen.

(8) Die Mitglieder der Prüfungskommission erhalten für ihre Tätigkeit eine Entschädigung. Die Festsetzung der Höhe der Entschädigung obliegt der Validierungs- und Prüfungsstelle.

(9) Für Aufsichtspersonen gelten die Regelungen gemäß Abs. 6 bis 8 sinngemäß.

Menschen mit Behinderungen

§ 10. (1) Bei der Durchführung des Validierungs- und Prüfungsverfahrens haben die Prüfungswerber bzw. Prüfungswerberinnen das Recht auf einen abweichenden Ablauf des Verfahrens gemäß § 3, wenn das aus Gründen, die in der Person des Prüfungswerbers bzw. der Prüfungswerberin liegen, notwendig ist, die Anforderungen gemäß § 1 Abs. 4 aber erfüllt werden können.

(2) Über die bedarfsgerechte Anpassung des Validierungs- und Prüfungsverfahrens entscheidet der Leiter bzw. die Leiterin der Validierungs- und Prüfungsstelle.

Niederschrift

§ 11. (1) Über jedes Validierungs- und Prüfungsverfahren ist eine Niederschrift zu erstellen, die von den Mitgliedern der Prüfungskommission zu unterschreiben ist.

(2) Die Niederschrift hat folgende Angaben zu enthalten:

1. Namen, Geburtsdatum und Adresse des Prüfungswerbers bzw. der Prüfungswerberin,
2. Ort und Datum der Durchführung der Prüfungsteile,
3. etwaige Unregelmäßigkeiten oder besondere Vorkommnisse im Zuge des Validierungs- und Prüfungsverfahrens,
4. das Thema der Projektarbeit,
5. das Gesamtergebnis,
6. die ausgefüllten Bewertungsblätter der Prüfungskommission, inkl. Begründung gem. § 7 Abs. 3.

(3) Die Niederschrift ist 60 Jahre aufzubewahren.

Inkrafttreten

§ 12. Diese Verordnung tritt am 1. Jänner 2027 in Kraft.

Anlage 1 (zu § 1 Abs. 4)

Qualifikationsstandard Höheres Fachdiplom (HFD) „Sales Manager in Retail“

Sämtliche Lernergebnisse beziehen sich auf das Kompetenzniveau entsprechend den in der Anlage zum HBB-Gesetz angeführten HBB-Deskriptoren mit Bezug zu NQR 7.

Lernergebnis	**Fertigkeiten**	**Kenntnisse**
Er bzw. sie ist in der Lage, in seiner bzw. ihrer Verkaufsregion:	Er bzw. sie kann:	Er bzw. sie hat Kenntnisse von/vom:
Leitung und Führung einer Verkaufsregion		
1. die Einhaltung unternehmensintern Standards (zB zu betrieblichen Abläufen, zu Sicherheits- und Hygienemaßnahmen) und gesetzlicher Vorgaben sicherzustellen.	– die Einhaltung gesetzlicher Vorschriften und unternehmensinterner Standards überwachen und kontrollieren, – Audits, Kontrollen oder Monitoring-Instrumente implementieren und regelmäßig auswerten, – Abweichungen identifizieren, dokumentieren und geeignete Korrekturmaßnahmen einleiten, – Filialleitungen und Abteilungsleitung anleiten, coachen und schulen, um die Einhaltung von Standards zu gewährleisten, – bei Verstößen gegen die Compliance rechtssicher eingreifen und Maßnahmen koordinieren, – den Informationsfluss zwischen Filialen und Zentrale sicherstellen, – Prozesse und Richtlinien anpassen, um die Wirksamkeit und Einhaltung der Vorgaben kontinuierlich zu verbessern, – die Umsetzung von Standards unter Berücksichtigung von Ressourcen und regionalen Besonderheiten strategisch planen und priorisieren.	– den gesetzlichen Vorgaben, Compliance-Richtlinien und internen Standards, die für das Filialnetz relevant sind, – den Methoden zur Überwachung, Kontrolle und Evaluierung der Einhaltung von Standards in mehreren Filialen, – den Prozessen der Auditierung, Berichterstattung sowie der Handhabung bei Abweichungen, – den Management- und Führungstechniken für die Steuerung von Filialleitungen und regionalen Teams, – den Instrumenten zur kontinuierlichen Verbesserung von Prozessen und Compliance, – den organisatorischen Strukturen und Zuständigkeiten innerhalb des Filialnetzes und der Zentrale, – den Auswirkungen von Standardabweichungen auf die Kundenzufriedenheit, die Mitarbeiterführung und die Unternehmensziele, – den Prinzipien der Risikoanalyse und Risikominimierung auf regionaler Ebene.
2. die Filialleitungen bei der Erreichung der vom Unternehmen festgelegten Zielvorga-	– die Zielvorgaben der Region mit den Filialleitungen abstimmen und klare Zielverein-	– den betriebswirtschaftlichen Kennzahlen und Steuerungsinstrumenten,

ben durch entsprechende Steuerung zu unterstützen.	barungen treffen, – die Filialleitungen bei der Umsetzung von Maßnahmen zur Zielerreichung coachen, unterstützen und steuern, – filialbezogene und regionale Kennzahlen (z. B. Umsatz, Deckungsbeitrag, Personalkostenquote) überwachen, interpretieren und Handlungsbedarf ableiten, – Maßnahmen zur Steuerung und Optimierung der Zielerreichung auf Filial- und Regionalebene planen und koordinieren, – Ergebnisse regelmäßig evaluieren und entsprechende Anpassungen vornehmen, – die Abteilungsleiter bzw. Abteilungsleiterinnen und das Teams in den Filialen motivieren und bei der Umsetzung von Maßnahmen anleiten, – den Informationsaustausch zwischen Filialen und Zentrale sicherstellen, um Ziele effizient zu erreichen, – riskante Entwicklungen frühzeitig erkennen und geeignete Maßnahmen zur Zielerreichung einleiten.	– den Methoden der Zielvereinbarung, Leistungssteuerung und Erfolgsbewertung, – den Strategien zur Unterstützung und Motivation von Filialleitungen, – den Prinzipien der regionalen Planung, Koordination und Ressourcensteuerung, – den Zusammenhängen zwischen Unternehmenszielen, Filialzielen und Maßnahmen der einzelnen Abteilungen, – den Instrumenten zur Analyse, Berichterstattung und Kommunikation von Zielerreichung, – den Auswirkungen von Abweichungen auf Umsatz, Profitabilität und Kundenzufriedenheit, – Methoden für die übergeordnete Steuerung mehrerer Filialen und Teams.
3. an der strategischen Weiterentwicklung bestehender Standorte sowie an Expansionsprojekten verantwortlich mitzuwirken.	– die Stärken, Schwächen und Potenziale bestehender Standorte analysieren, – Strategien zur Weiterentwicklung von Filialen planen, priorisieren und umsetzen, – Expansionsprojekte (z. B. neue Standorte, Filialneueröffnungen, Standortwechsel) in Abstimmung mit Zentrale und relevanten Stakeholdern vorbereiten und begleiten, – regionale Ressourcen, Teams und Budgets effizient einsetzen, um Entwicklungs- und Expansionsziele zu erreichen, – Filialleitungen bei der Umsetzung von Standortentwicklungsmaßnahmen unter-	– den Prinzipien der Standortentwicklung, Expansion und Filialoptimierung, – den Methoden zur Analyse von Standortpotenzial, Kundenstruktur und Marktumfeld, – den strategischen Unternehmenszielen und Expansionsvorgaben, – den relevanten gesetzlichen, baulichen und betrieblichen Rahmenbedingungen für Standortprojekte, – den Instrumenten zur Planung, Umsetzung und Steuerung von Expansionsprojekten, – den Zusammenhängen zwischen Standortentwicklung, Umsatzpotenzial und Kun-

	stützen und steuern, – Ergebnisse und Fortschritte dokumentieren, evaluieren und strategische Empfehlungen ableiten, – Markt- und Standortanalysen durchführen, um Entscheidungen fundiert zu unterstützen, – die Kommunikation und Koordination zwischen Filialen, Abteilungsleitungen, Zentrale und externen Partnern sicherstellen.	denzufriedenheit, – den Projektmanagement-Methoden für die Umsetzung von Filialentwicklungen und Neu-/Wiedereröffnungen, – den Schnittstellen zwischen Filialleitungen, Zentrale und externer Partner.
4. das Budget für den regionalen Wirkungsbereich zu planen und gegenüber der Führungsebene zu argumentieren.	– die Budgetplanung für die Region auf Basis von Unternehmenszielen und Rahmenbedingungen erstellen, – regionale Kennzahlen (z. B. Umsatz, Deckungsbeitrag, Personalkostenquote) analysieren und bei Bedarf anpassen, – die Umsetzung des Budgets in den einzelnen Filialen steuern und kontrollieren, – Abweichungen erkennen, Ursachen analysieren und geeignete Steuerungsmaßnahmen ableiten, – Filialleitungen bei der Umsetzung budget- und kennzahlenbezogener Maßnahmen beraten und unterstützen, – regionale Ressourcen effizient planen und einsetzen, um Budgetziele zu erreichen, – Ergebnisse dokumentieren, auswerten und strategische Empfehlungen an die Unternehmensleitung geben, – die Budgetplanung und Kennzahlensteuerung kontinuierlich optimieren und an veränderte Rahmenbedingungen anpassen.	– den Methoden der Budgetplanung, Budgetkontrolle und Kennzahlenanalyse, – den relevanten wirtschaftlichen Kennzahlen und deren Interpretation, – den Zusammenhängen zwischen Budget, Kennzahlen, Filialperformance und Unternehmenszielen, – den Instrumenten zur Steuerung und Optimierung von Budget und Kennzahlen, – den organisatorischen Prozessen der Berichterstattung, Dokumentation und Kommunikation, – den Prinzipien der Ressourcenplanung und Priorisierung von Maßnahmen, – den Auswirkungen von Budgetabweichungen auf Filialen, Teams und Kundenzufriedenheit, – den Strategien zur Anpassung von Kennzahlen und Budgetvorgaben an veränderte Markt- oder Rahmenbedingungen.
5. die Kennzahlen in seinem bzw. ihrem Gebiet zu analysieren, an die Rahmenbedingungen anzupassen sowie bei Abweichun-	– Abweichungen von Soll-Kennzahlen (z. B. Umsatz, Deckungsbeitrag, Personalkostenquote) in den Filialen frühzeitig erkennen,	– den relevanten Kennzahlen für die Region und deren Interpretation, – den Methoden der Ursachenanalyse bei

gen wirksame Gegensteuerungsmaßnahmen einzuleiten.	– Ursachen für Kennzahlenabweichungen analysieren und priorisieren, – geeignete Gegensteuerungsmaßnahmen planen, priorisieren und umsetzen, – die Umsetzung von Maßnahmen in den Filialen koordinieren und überwachen, – Filialleitungen bei der Umsetzung von Maßnahmen beraten, coachen und motivieren, – Ergebnisse der Gegenmaßnahmen dokumentieren und deren Wirksamkeit evaluieren, – die Kommunikation und Abstimmung mit der Zentrale und weiteren Akteuren bzw. Akteurinnen sicherstellen, – die Maßnahmen kontinuierlich anpassen, um Zielabweichungen nachhaltig zu korrigieren.	Abweichungen, – den Instrumenten und Strategien zur Einleitung wirksamer Gegenmaßnahmen, – den Prozessen zur Steuerung, Umsetzung und Kontrolle von Maßnahmen in mehreren Filialen, – den Kommunikations- und Koordinationstechniken mit Filialleitungen, Abteilungen und Zentrale, – den Prinzipien des kontinuierlichen Verbesserungsprozesses und Monitoring, – den Strategien zur nachhaltigen Sicherstellung der Zielerreichung in der Region.
6. regionale Markt- und Mitbewerberanalysen durchzuführen und daraus strategische Maßnahmen für die Positionierung, die Sichtbarkeit und die Nachwuchsgewinnung abzuleiten sowie gegebenenfalls nach Abstimmung mit der Führungsebene umzusetzen.	– die Markt- und Wettbewerbsbedingungen in der Region systematisch analysieren, – Chancen, Risiken und Trends im regionalen Umfeld identifizieren, – auf Basis der Analysen Strategien zur Stärkung der Marktposition und Sichtbarkeit ableiten, – Maßnahmen zur Nachwuchsgewinnung (z. B. Rekrutierung, Ausbildungsmarketing) planen und koordinieren, – regionale Ressourcen, Teams und Budgets effizient einsetzen, um die Maßnahmen umzusetzen, – die Umsetzung der Maßnahmen in den Filialen überwachen und steuern, – die Wirksamkeit der Maßnahmen anhand von Kennzahlen und Zielvorgaben evaluie-	– den Methoden zur systematischen Markt- und Wettbewerbsanalyse, – den regionalen Besonderheiten, Kundensegmenten und Zielgruppen, – den Strategien zur Positionierung, Steigerung der Sichtbarkeit und Nachwuchsgewinnung, – den relevanten Kennzahlen zur Erfolgsmessung von Maßnahmen, – den Prozessen zur Koordination und Umsetzung regionaler Maßnahmen über mehrere Filialen hinweg, – den Zusammenhängen zwischen Marktanalyse, Unternehmensstrategie und regionaler Zielerreichung, – den rechtlichen und unternehmensinternen Rahmenbedingungen für die Rekrutierung

	ren, – die Kommunikation und Abstimmung zwischen Filialleitungen, Abteilungsleitung und Zentrale sicherstellen.	und Nachwuchsförderung, – den Instrumenten zur kontinuierlichen Evaluierung und Optimierung von Maßnahmen.
7. strategische Beziehungen zu relevanten Akteuren bzw. Akteurinnen sowie Stakeholdern bzw. Stakeholderinnen aufzubauen und zu pflegen, um das Geschäftswachstum und die Kundenzufriedenheit zu maximieren,	– neue, relevante Kontakte identifizieren und gewinnbringend aufbauen, – Partnerschaften nachhaltig sichern und gemeinsame Potenziale nutzen, – Vertrauen, Transparenz und ein positives Unternehmensimage aufbauen, – Vertrauen durch professionelle Kommunikation und verbindliches Auftreten stärken, – Kunden- und Partnerfeedback zur kontinuierlichen Verbesserung der Beziehungen einholen und auswerten, – Unternehmen gegenüber externen Stakeholdern und Stakeholderinnen in professioneller und kundenorientierter Weise repräsentieren.	– den Grundlagen des Beziehungs- und Netzwerkmanagements, – den Kundenbedürfnissen und Zielgruppenmanagement, – der Marktpositionierung und Verkaufsstrategien, – Nutzung von Tools (zB Salesforce, SAP CRM) zur Pflege, Auswertung und Steuerung von Kundenbeziehungen. – der Anwendung von Customer-Relationship-Management-Tools (zB Salesforce, SAP CRM) zur Pflege von Partnerdaten, – relevanten Stakeholdern bzw. Stakeholderinnen sowie vom Mitbewerb im eigenen Gebiet, – Trends und Kundenbedürfnissen im eigenen Gebiet.
8. filialübergreifende Sicherheitskonzepte (anlassbezogen) zu entwickeln, zu implementieren, deren Wirksamkeit zu analysieren und bei Bedarf anzupassen.	– anlassbezogene und strategische Sicherheitskonzepte für das regionale Filialnetz entwickeln, – die Umsetzung der Konzepte in allen Filialen koordinieren und steuern, – die Einhaltung gesetzlicher Vorgaben (z. B. Arbeitsschutz, Brandschutz, Diebstahlschutz) und interner Richtlinien überwachen, – regionale Sicherheitsmaßnahmen analysieren, bewerten und bei Bedarf optimieren, – Filialleitungen bei der Implementierung von Sicherheitsmaßnahmen anleiten, coachen und schulen,	– den relevanten gesetzlichen Vorgaben und Vorschriften zu Arbeitsschutz, Brandschutz, Diebstahlschutz und Compliance, – den unternehmensinternen Sicherheitsrichtlinien und Standards, – den Methoden zur Entwicklung, Implementierung und Evaluierung von Sicherheitskonzepten, – den Verfahren zur Risikoanalyse, Kontrolle und Berichterstattung bei Sicherheitsfragen, – den Strategien zur Schulung, Sensibilisierung und Motivation von Filialleitungen und Teams in Sicherheitsfragen,

	– Abweichungen oder Sicherheitsvorfälle erkennen, dokumentieren und wirksame Gegenmaßnahmen einleiten, – Kommunikation und Abstimmung zwischen Filialen, Zentrale und externen Sicherheitsdienstleistern sicherstellen, – die Wirksamkeit von Sicherheitskonzepten kontinuierlich evaluieren und an neue Risiken oder Rahmenbedingungen anpassen.	– den Zusammenhängen zwischen Sicherheitsmaßnahmen, Unternehmenswerten, Mitarbeitersicherheit und Filialperformance, – den Instrumenten zur Dokumentation, Auswertung und Anpassung von Sicherheitsmaßnahmen, – den Koordinationsmöglichkeiten zwischen Filialleitungen, Zentrale und externer Partner.
9. im Rahmen seiner bzw. ihrer übergeordneten Verantwortung Problemlösungen (zB bei Auftreten von Qualitätsmängeln bei Produkten, bei Herausforderungen mit dem Personal) in Absprache mit den relevanten Stellen zu erarbeiten, das Krisenmanagement zu koordinieren und präventive Maßnahmen für die Zukunft anzuregen.	– qualitäts- und Compliance-relevante Vorfälle erkennen, bewerten und priorisieren, – die Koordination zwischen Filialen und Zentrale sowie ggf. mit externen relevanten Schnittstellen übernehmen, – die Umsetzung von Krisenmanagementprozessen steuern und überwachen, – interne Abläufe anpassen und präventive Maßnahmen ableiten, um ähnliche Vorfälle künftig zu vermeiden, – Filialleitungen und Teams im Umgang mit Vorfällen anleiten, coachen und unterstützen, – die Kommunikation mit internen und externen Stakeholdern professionell sicherstellen, – die Wirksamkeit von Maßnahmen evaluieren und kontinuierlich optimieren, – Risikopotenziale identifizieren und proaktiv Strategien zur Vorbeugung entwickeln.	– den gesetzlichen, regulatorischen und unternehmensinternen Vorgaben zu Qualitäts- und Compliance-Anforderungen, – den Methoden des Krisenmanagements und der Vorfallbearbeitung, – den Verfahren zur Analyse, Bewertung und Dokumentation qualitätsrelevanter Vorfälle, – den Schnittstellen und Rollen der beteiligten Akteure, – den Prinzipien zur Prävention und Risikominderung, – den Instrumenten zur kontinuierlichen Verbesserung und Anpassung von Prozessen, – den Auswirkungen von Vorfällen auf Unternehmensimage, Kundenvertrauen und Filialperformance, – den Strategien zur nachhaltigen Sicherstellung von Qualität, Compliance und Risikominimierung.
10. der Führungsebene regelmäßig Bericht über die Geschäftsentwicklung in seinem bzw. ihrem Gebiet sowie über etwaige Herausforderungen.	– Daten (zB Umsatzzahlen, Personalkosten) elektronisch auswerten und interpretieren, – Daten und Informationen (zB zu Abweichungen und deren Ursachen, Vergleichen mit Vorjahreszahlen) in übersichtlicher	– der Handhabung betrieblicher Systeme (zB Warenwirtschaft, Kassensystem, Personaleinsatzplanung), um Daten zu entnehmen und zu interpretieren, – der Handhabung von Programmen (zB MS

	Form darstellen, – kurze, prägnante Zusammenfassungen der Gebietsentwicklung formulieren, – besondere Vorkommnisse/Probleme/Herausforderungen darstellen, – Optimierungsvorschläge zu betrieblichen Prozessen vorbringen, – Präsentationen erstellen und situationsadäquat aufbereiten.	Office, interne Berichtssysteme) zur Darstellung von Daten bzw. Informationen, – Aufbau und der Struktur regelmäßiger Berichte (zB Monatsberichte, Lageberichte).

Personalmanagement einer Verkaufsregion		
11. den Personalbedarf an Führungskräften im seinem bzw. ihrem Gebiet zu planen sowie gegebenenfalls personelle Anpassungen vorzunehmen.	– den Bedarf an Führungskräften in der Region analysieren und entsprechende Stellenprofile definieren, – Auswahlverfahren durchführen und Führungskräfte gezielt auswählen, – Personalentscheidungen unter Beachtung arbeitsrechtlicher und unternehmensinterner Vorgaben treffen, – Verträge vorbereiten, ggf. abschließen und rechtssicher dokumentieren, – Führungskräfte bei der Einarbeitung, Integration und Entwicklung unterstützen, – bei Bedarf eine rechtssichere und faire Freisetzung von Führungskräften initiieren und umsetzen, – Abstimmung und Kommunikation mit Zentrale, HR-Abteilung und Filialleitungen sicherstellen, – die Auswirkungen von Entscheidungen auf Organisation, Teams und regionale Zielerreichung abschätzen und steuern.	– den arbeitsrechtlichen und unternehmensinternen Rahmenbedingungen für Einstellungen, Vertragsgestaltungen und Freisetzungen, – den Methoden der Führungskräfteauswahl, -beurteilung und -entwicklung, – den Instrumenten zur Planung und Dokumentation von Personalentscheidungen, – den Zusammenhängen zwischen Führungskräften, Teamleistung und regionaler Zielerreichung, – den Strategien zur Integration, Motivation und Entwicklung von Führungskräften, – den Prozessen zur Koordination zwischen Region, Zentrale und Filialleitungen, – den Prinzipien einer fairen, rechtssicheren und nachvollziehbaren Personalentscheidung, – der Bedeutung von Führungskräfteentscheidungen für langfristigen Unternehmenserfolg und Mitarbeitermotivation.
12. Führungskräfte in ihrer fachlichen Entwicklung zu begleiten und zu unterstützen.	– bei der Personaleinsatzplanung, der Einarbeitung neuer Team-Mitglieder, bei Schulungen sowie bei der Motivation des Teams mitwirken, – zentrale Kennzahlen (Key Performance Indicators) analysieren und mit der Filialleitung Optimierungsmaßnahmen erörtern, – bei Analysen, Projekten und regionalen Entwicklungsthemen zuarbeiten, – als Schnittstelle zwischen Filialleitung und Unternehmenszentrale fungieren, – Verbesserungspotenziale identifizieren und die Filialleitung zu Ausgleichsmaßnahmen beraten,	– Führungstechniken und Coaching-Methoden, – Methoden des Konfliktmanagements, – Methoden der Leistungsbeurteilung, – Bildungsangeboten für Führungskräfte.

	– Schulungsmaßnahmen zur fachlichen Weiterentwicklung vorschlagen.	
13. auf Basis der Rückmeldung der Filialleitungen Talente im Unternehmen gezielt zu fördern und Führungskräfte in ihrer Entwicklung zu begleiten.	– Talente identifizieren und das Potenzial erkennen, – Fördermaßnahmen für Nachwuchskräfte und High Performer planen, priorisieren und umsetzen, – Führungskräfte gezielt in ihrer fachlichen, methodischen und sozialen Entwicklung begleiten, – Entwicklungspläne und Karrierepfade in Abstimmung mit Zentrale und HR-Abteilung gestalten, – Filialleitungen coachen, um Talente in den Filialen zu erkennen und zu fördern, – Ergebnisse der Talentförderung überwachen und die Maßnahmen regelmäßig evaluieren, – Kommunikation und Abstimmung zwischen Filialleitungen, HR und Zentrale sicherstellen.	– den Methoden der Talentidentifikation, Potenzialanalyse und Führungskräfteentwicklung, – den Instrumenten der Planung und Umsetzung von Entwicklungsmaßnahmen und Karrierepfaden, – den Prinzipien der Führungskräfteförderung, Coaching und Mentoring, – den Prozessen zur Abstimmung zwischen Filialleitungen, HR-Abteilung und Zentrale, – den Zusammenhängen zwischen Talentmanagement, Unternehmensstrategie und regionaler Zielerreichung, – den Indikatoren zur Erfolgsmessung von Entwicklungsmaßnahmen, – den Strategien zur Motivation und langfristigen Bindung von Talenten, – der Bedeutung gezielter Talentförderung für nachhaltigen Unternehmenserfolg und Leadership-Qualität.
14. filialübergreifende Personalressourcen strategisch zu steuern und bei Personalengpässen standortübergreifende Lösungen zu entwickeln.	– die relevanten personalwirtschaftlichen Kennzahlen erfassen, überwachen und systematisch auswerten, – auf Basis der Analyse strategische Personalentscheidungen ableiten, z. B. Maßnahmen zur Nachwuchsplanung oder Führungskräfteentwicklung, – Filialleitungen bei der Umsetzung von Personalmaßnahmen beraten und unterstützen, – Ergebnisse dokumentieren, präsentieren und Handlungsempfehlungen ableiten, – regionale Ressourcen effizient planen, um strategische Personalziele zu erreichen,	– den relevanten personalwirtschaftlichen Kennzahlen, – den Methoden der Kennzahlenanalyse, Interpretation und Ableitung strategischer Maßnahmen, – den Verfahren zur Planung, Steuerung und Optimierung von Personalressourcen, – den Instrumenten zur Erfolgskontrolle und Evaluierung von Personalmaßnahmen, – den Zusammenhängen zwischen Kennzahlen, Personalentscheidungen, Teamleistung und regionaler Zielerreichung, – den Prozessen der Abstimmung und Kom-

	– Kommunikation und Abstimmung zwischen Filialleitungen, HR-Abteilung und Zentrale sicherstellen, – die Wirksamkeit von Maßnahmen regelmäßig kontrollieren und bei Bedarf anpassen.	munikation zwischen Filialleitungen, HR-Abteilung und Zentrale, – den Strategien zur nachhaltigen Sicherstellung von Führungskräfteverfügbarkeit, Nachfolgeplanung und Reduzierung von Fluktuation, – den Auswirkungen personalwirtschaftlicher Entscheidungen auf Unternehmenskultur, Motivation und Unternehmenserfolg.
15. bei komplexen Personalthemen verantwortungsvoll und rechtssicher Entscheidungen zu treffen, gegebenenfalls in Abstimmung mit zuständigen Stellen,	– Personalprobleme sachlich analysieren und Lösungsmaßnahmen entwickeln, – bei Konflikten zwischen Teammitgliedern moderieren und Lösungen entwickeln, – bei Konflikten mit Mitarbeitenden zielorientierte Lösungsvorschläge machen, – bei Leistungsproblemen oder Fehlverhalten entsprechende Maßnahmen setzen (zB Abmahnungen, Versetzungen, Coaching, Kündigung), – Risiken und mögliche Konsequenzen von Personalentscheidungen juristisch einschätzen bzw. bei Bedarf juristischen Rat einholen, – Personalgespräche durchführen,	– Arbeitsrecht, über die Bestimmungen im Kollektivvertrag sowie über innerbetriebliche Regelungen, – den internen und externen Kommunikationsprozessen, – der professionellen Gesprächsführung, – der Analyse von Sachverhalten,
16. personalwirtschaftliche Kennzahlen (zB Fluktuationsraten, Nachfolgebedarfe und Führungskräfteverfügbarkeit) systematisch zu analysieren und daraus strategische Personalentscheidungen abzuleiten.	– die relevanten personalwirtschaftlichen Kennzahlen erfassen, überwachen und systematisch auswerten, – auf Basis der Analyse strategische Personalentscheidungen ableiten (z. B. Maßnahmen zur Nachwuchsplanung oder Führungskräfteentwicklung), – Filialleitungen bei der Umsetzung von Personalmaßnahmen beraten und unterstützen, – Ergebnisse dokumentieren, präsentieren und Handlungsempfehlungen ableiten, – regionale Ressourcen effizient planen, um	– den relevanten personalwirtschaftlichen Kennzahlen, – den Methoden der Kennzahlenanalyse, Interpretation und Ableitung strategischer Maßnahmen, – den Verfahren zur Planung, Steuerung und Optimierung von Personalressourcen, – den Instrumenten zur Erfolgskontrolle und Evaluierung von Personalmaßnahmen, – den Zusammenhängen zwischen Kennzahlen, Personalentscheidungen, Teamleistung und regionaler Zielerreichung,

	strategische Personalziele zu erreichen, – Kommunikation und Abstimmung zwischen Filialleitungen, HR-Abteilung und Zentrale sicherstellen, – die Wirksamkeit von Maßnahmen regelmäßig kontrollieren und bei Bedarf anpassen.	– den Prozessen der Abstimmung und Kommunikation zwischen Filialleitungen, HR-Abteilung und Zentrale, – den Strategien zur nachhaltigen Sicherstellung von Führungskräfteverfügbarkeit, Nachfolgeplanung und Reduzierung von Fluktuation, – den Auswirkungen personalwirtschaftlicher Entscheidungen auf Unternehmenskultur, Motivation und Unternehmenserfolg.

Anlage 2 (zu § 2 Abs. 1 Z 2 lit. a)

Folgende Lehrberufe (einschließlich der Vorgängerlehrberufe gemäß Ausbildungsvorschriften und Prüfungsordnung) erfüllen das Kriterium der Facheinschlägigkeit gemäß § 2 Abs. 1 Z 2 lit. a:

1. Lehrberuf Einzelhandel mit folgenden Schwerpunkten:
   - Allgemeiner Einzelhandel
   - Baustoffhandel
   - Digitaler Verkauf
   - Einrichtungsberatung
   - Eisen- und Hartwaren
   - Elektro-Elektronikberatung
   - Feinkostfachverkauf
   - Gartencenter
   - Kraftfahrzeuge und Ersatzteile
   - Lebensmittelhandel
   - Parfümerie
   - Schuhe
   - Sportartikel
   - Telekommunikation
   - Textilhandel
   - Uhren- und Juwelenberatung
2. Weitere Lehrberufe im Handel:
   - Betriebslogistikkaufmann bzw. Betriebslogistikkauffrau
   - Drogist bzw. Drogistin
   - E-Commerce-Kaufmann bzw. E-Commerce-Kauffrau
   - EDV-Kaufmann bzw. EDV-Kaufmann
   - Einkäufer bzw. Einkäuferin
   - Foto- und Multimediakaufmann bzw. Foto- und Multimediakauffrau
   - Großhandelskaufmann bzw. Großhandelskauffrau
   - Medizinproduktekaufmann Medizinproduktekauffrau
   - Sportgerätefachkraft
   - Sportadministrator bzw. Sportadministratorin

REPUBLIK ÖSTERREICH
BUNDESMINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, ENERGIE UND TOURISMUS
@ AMTSSIGNATUR

Unterzeichner	Bundesministerium für Wirtschaft, Energie und Tourismus
Datum/Zeit	2026-08-12T08:17:28+02:00
Aussteller-Zertifikat	CN=a-sign-corporate-07,OU=a-sign-corporate-07,O=A-Trust Ges. f. Sicherheitssysteme im elektr. Datenverkehr GmbH,C=AT
Serien-Nr.	2082304761
Hinweis	Dieses Dokument wurde amtssigniert.
Prüfinformation	Informationen zur Prüfung des elektronischen Siegels bzw. der elektronischen Signatur finden Sie unter: http://www.signaturpruefung.gv.at