



Sabine Dölemeyer

Kaufmann/Kauffrau im Einzelhandel, Teil 1 Verkäufer/Verkäuferin

Prüfungstrainer Abschlussprüfung
Übungsaufgaben und erläuterte Lösungen

Aufgabenteil

Bestell-Nr. 483

u-form Verlag · Hermann Ullrich GmbH & Co. KG

Deine Meinung ist uns wichtig!

Du hast Fragen, Anregungen oder Kritik zu diesem Produkt?

Das u-form Team steht dir gerne Rede und Antwort.

Einfach eine kurze E-Mail an

feedback@u-form.de

Änderungen, Korrekturen und Zusatzinfos findest du übrigens unter diesem Link:

www.u-form.de/addons/483-2024.zip

BITTE BEACHTEN:

Zu diesem Prüfungstrainer gehören auch noch ein **Lösungsteil** und ein heraustrennbarer **Lösungsbogen**.



5. Auflage 2024 · ISBN 978-3-95532-483-4

Alle Rechte liegen beim Verlag bzw. sind der Verwertungsgesellschaft Wort, Untere Weidenstr. 5, 81543 München, Telefon 089 514120, zur treuhänderischen Wahrnehmung überlassen. Damit ist jegliche Verbreitung und Vervielfältigung dieses Werkes – durch welches Medium auch immer – untersagt.



© u-form Verlag | Hermann Ullrich GmbH & Co. KG
Cronenberger Straße 58 | 42651 Solingen
Telefon: 0212 22207-0 | Telefax: 0212 22207-63
Internet: www.u-form.de | E-Mail: uform@u-form.de

Der vorliegende Prüfungstrainer enthält Aufgaben und erläuterte Lösungen zur Vorbereitung auf die schriftliche Abschlussprüfung in den beiden Einzelhandelsberufen.

Im Speziellen bezieht er sich auf

- die **schriftliche Abschlussprüfung im Ausbildungsberuf Verkäufer/Verkäuferin** und
- den **1. Teil der schriftlichen Abschlussprüfung im Ausbildungsberuf Kaufmann/Kauffrau im Einzelhandel**.

Grundlage der Prüfung ist die Verordnung über die Berufsausbildungen zum Verkäufer/zur Verkäuferin sowie zum Kaufmann/zur Kauffrau im Einzelhandel vom 13. März 2017.

Die Abschlussprüfung zum Kaufmann/zur Kauffrau im Einzelhandel erfolgt in Form einer gestreckten Abschlussprüfung. Der 1. Teil der gestreckten Abschlussprüfung im dreijährigen Ausbildungsberuf Kaufmann/Kauffrau im Einzelhandel ist identisch mit der schriftlichen Abschlussprüfung im zweijährigen Ausbildungsberuf Verkäufer/Verkäuferin.

Der Prüfungstrainer besteht aus drei separaten Teilen:

- einem **Aufgabenteil** mit Aufgaben aus den drei übergeordneten Prüfungsgebieten:
 - **Verkauf und Werbemaßnahmen**
 - **Warenwirtschaft und Kalkulation**
 - **Wirtschafts- und Sozialkunde**
- einem **Lösungsbogen**, in den die Lösungen eingetragen bzw. übertragen werden sowie
- einem **Lösungs- und Erläuterungsteil**, der dir neben der konkreten Lösung auch ein „Mehr“ an Informationen bietet, um zu verstehen, warum eine Lösung richtig und die andere falsch ist.

Um das Wissen nachhaltig zu speichern, empfehlen wir dir, die Aufgaben zunächst ohne Zuhilfenahme des Lösungsteils zu bearbeiten. Da du in deiner Abschlussprüfung einen Teil der Ergebnisse in einen Lösungsbogen eintragen musst, haben wir einen solchen Lösungsbogen beigelegt, damit du dieses Verfahren schon einmal üben kannst. Mehr zu den Aufgabentypen und ihrer Bearbeitung erfährst du auf den folgenden Seiten.

Hinweis:

Der Prüfungstrainer bezieht sich beispielhaft auf den Warenbereich Lederwaren. Die Aufgaben wie auch die Lösungen sind selbstverständlich auf alle anderen Warenbereiche übertragbar. Deine Antworten, speziell im Prüfungsbereich Verkauf und Werbemaßnahmen, können sich daher natürlich auf den Warenbereich beziehen, in dem du ausgebildet wirst.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d) verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.

Unser Add-on für dich!

Unter jeder Situationsbeschreibung und bei vielen Einzelaufgaben findest du **QR-Codes** (sowie die jeweiligen Links) abgebildet. Gemeinsam mit **Prozubi** – den Experten für Lernvideos – stellen wir dir zu allen diesen Themen und Aufgaben die **passenden Lernvideos** zur Verfügung.

Wie das funktioniert, erfährst du auf der Umschlaginnenseite.

Lege dir einfach mit deinem **persönlichen Code** einen **kostenlosen** Prozubi-Account an. (Hinweis: Der Code ist nur einmalig verwendbar und kann nicht weitergegeben werden.)

Dann bequem die QR-Codes im Prüfungstrainer scannen oder den Link eingeben und **das Wichtigste zum behandelten Prüfungsthema** sowie den **optimalen Lösungsansatz** für die Aufgaben noch einmal in Kurzfassung als Video anschauen.

Auf einen Blick

Alle Aufgaben, zu denen es individuelle Lernvideos gibt, haben wir im Inhaltsverzeichnis mit diesem Symbol  für dich markiert.

Bereich	Seite
Vorwort	3
Lösungsbogen zum Heraustrennen	nach Seite 12
Ausgangssituation	15
<hr/>	
1. Verkauf und Werbemaßnahmen	
<hr/>	
1.01	
1. Umsatzentwicklung	16
2. Berechnung des prozentualen Umsatzverlusts	16
3. Mitbewerberbeobachtung	16
4. Sortimentspolitik 	17
5. Über- und Untersortiment	17
6. Sortimentsänderung	17
7. Kern- und Randsortiment 	17
<hr/>	
1.02	
1. Teambesprechung	18
2. Gruppenarbeit	18
3. Mind-Mapping	18
4. Feedback 	19
5. Merkmale des Fachgeschäftes	19
6. Kundengerechte, warengerechte und verkaufsgerechte Warenpräsentation	19
7.1 Erlebnisorientierte Warenpräsentation/Visual Merchandising	19
7.2 Demografischer Wandel	19
<hr/>	
1.03	
1. Verkaufszonen 	20
2. Kundenstromlenkung	20
3.1 Regalzonen	21
3.2 Verkaufswirksamkeit der Regalzonen	21
4. Verbundplatzierung	21
5. Zweitplatzierung	21
6.1 Displaymaterial	21
6.2 Displaymaterial	21
7. Serviceleistungen	21

Inhaltsverzeichnis Aufgabenteil

Bereich	Seite
1.04	
1.1 Werbeplan	22
1.2 Werbeziele	22
2.1 Werbeeinschränkungen	22
2.2 Werbegrundsätze 	22
3.1 Bezugsquellenermittlung	23
3.2 Bedeutung günstiger Bezugsquellen	23
4. Angebotsvergleich	23
5. Werbemittel 	23
6.1 Werbeaussage	24
6.2 Werbeerfolgskontrolle	24
7.1 Warenkennzeichnung	24
7.2 Warenkennzeichnung	24
Information: EU-Energielabel	25
8.1 Schaufensterarten	25
8.2 Preisangabenverordnung 	25
1.05	
1. Anforderungsprofil	26
2. Kundenansprüche	26
3. Fachkundige Beratung	26
4. Informationsquellen Warenkunde 	26
5. Fragetechnik	27
6. Zusatzverkauf	27
7.1 Kundensignale	27
7.2 Kontaktaufnahme	27
1.06	
1.1 AIDA-Formel	27
1.2 Phasen des Verkaufsgesprächs	28
2.1 Bedarfsermittlung	28
2.2 Bedarfsermittlung	28
3.1 Grundsätze der Warenvorlage 	28
3.2 Nonverbale Kundensignale	28
4.1 Preisnennung	28
4.2 Preisnennung im Verlauf des Verkaufsgesprächs	28
4.3 Sandwich-Methode	28
5.1 Ja-Aber-Methode	29
5.2 Behandlung von Kundeneinwänden 	29
6. Kaufentscheidung herbeiführen	29
7. Kundenkarte	29

Bereich	Seite
1.07	
1. Verhalten beim Kassiervorgang	30
2.1 Price-Look-Up Verfahren (PLU-Verfahren)	30
2.2 Selfscanning	30
3. Zahlungsmöglichkeiten	30
4.1 Kassiervorgang im girocard-System 	31
4.2 Vorteile des girocard-Systems	31
5. Sicherheitsmerkmale der Euro-Banknoten	31
6. Kassenbeleg	31
7.1 Kassenabrechnung	32
7.2 Kassendifferenz	32
7.3 Wechselgeldreklamation	32
1.08	
1. Kundenbeschwerde	33
2. Verhaltensweisen bei Kundenreklamationen	33
3.1 Mangelhafte Lieferung	33
3.2 Rechte aus der mangelhaften Lieferung	33
4. Rechte aus der mangelhaften Lieferung	33
5. Bearbeitung von Reklamationen 	34
6. Rügefristen	34
7.1 Garantie	34
7.2 Unterschied Garantie und Gewährleistung	34
2. Warenwirtschaft und Kalkulation	
Situation zu den Aufgaben 2.01 – 2.05	
	37
2.01 Warenwirtschaftssystem	37
2.02 Warenwirtschaftssystem 	38
2.03 Datenverarbeitung	39
2.04 Datenschutz	39
2.05 Mobile Datenerfassung	40
Information: RFID-Technik/Near Field Communication	40
Situation zu den Aufgaben 2.06 – 2.09	
	41
2.06 Bezugskalkulation	42
2.07 Kalkulation 	42
2.08 Gewinn/Gewinnzuschlag	42
2.09 Kalkulation	43

Inhaltsverzeichnis Aufgabenteil

Bereich	Seite
Situation zu den Aufgaben 2.10 – 2.13	44
2.10 Handlungskosten/Handlungskostenzuschlag	45
2.11 Kalkulationsbegriffe	45
2.12 Kalkulationszuschlag/Kalkulationsfaktor 	46
2.13 Kalkulationsabschlag/Handelsspanne	46
Situation zu den Aufgaben 2.14 – 2.18	47
2.14 Wareneingangskontrolle	47
2.15 Wareneingangsbearbeitung	48
2.16 Mangelhafte Lieferung	49
2.17 Sachmängelhaftung	49
2.18 Artikelgenaue Datenerfassung 	50
Situation zu den Aufgaben 2.19 – 2.28	51
2.19 Warenlagerung	51
2.20 Lagerrisiko	52
2.21 Meldebestand	52
2.22 Absatz	53
2.23 Lagerkennziffern 	54
2.24 Meldebestand/Mindestbestand	55
2.25 Lagerkennziffern	55
2.26 Lagerumschlag	56
2.27 Lagerzinssatz	56
2.28 Lagerkennziffern	57
Situation zu den Aufgaben 2.29 – 2.30	58
2.29 Statistik	59
2.30 Statistik	59 – 60
Situation zu den Aufgaben 2.31 – 2.35	61
2.31 Inventur	61
2.32 Inventurarten	61
2.33 Inventurdifferenz	62
2.34 Inventurdifferenz	62 – 63
2.35 Inventurdifferenz 	63

Bereich	Seite
Situation zu den Aufgaben 2.36 – 2.39	64
2.36 Bilanz	64
2.37 Bilanzauswertung 	65
2.38 Gewinn- und Verlustrechnung	65
2.39 Gewinn und Verlust	66
2.40 Couponing	66 – 67
2.41 Rechnen mit Maßen	67
2.42 Prozentrechnung	68
2.43 Prozentrechnung	68
2.44 Prozentrechnung	69
2.45 Dreisatz	69
2.46 Dreisatz	69
2.47 Durchschnittsrechnen	70
2.48 Durchschnittsrechnen	70
2.49 Verteilungsrechnen 	71
2.50 Verteilungsrechnen	72
Information: Ladendiebstahl	72
3. Wirtschafts- und Sozialkunde	
Situation zu den Aufgaben 3.01 – 3.06	75
3.01 Aufgaben des Einzelhandels 	75 – 76
3.02 Güterarten	77
3.03 Wirtschaftssectoren	78
3.04 Ökonomisches Prinzip 	79
3.05 Erwerbswirtschaftliches Prinzip	79
3.06 Wirtschaftskreislauf	80
Situation zu den Aufgaben 3.07 – 3.10	81
3.07 Kooperation	81
3.08 Franchising	82
3.09 Kooperation	82
3.10 Wettbewerbsbeschränkungen	83
Information: „Button-Lösung“	83

Inhaltsverzeichnis Aufgabenteil

Bereich	Seite
Situation zu den Aufgaben 3.11 – 3.15	84
3.11 Rechtsgeschäfte	84
3.12 Rechtsgeschäfte	85
Information: „Kündigungsbutton“	85
3.13 Vertragsfreiheit	86
3.14 Kaufvertrag 	87
3.15 Verpflichtungsgeschäft/Besitz und Eigentum	88
Situation zu den Aufgaben 3.16 – 3.21	89
3.16 Angebotsinhalte	90
3.17 Angebotsbindung	91
3.18 Kaufvertragsarten	92
3.19 Lieferbedingungen	93
3.20 Eigentumsvorbehalt	94
3.21 Kaufvertragsstörungen 	95
Situation zu den Aufgaben 3.22 – 3.27	96
3.22 Arbeitsgesetze	96
3.23 Stellenausschreibung	97
3.24 Kündigungsfristen	98
3.25 Tarifverträge	99
Information: Das elektronische Lohnsteuerverfahren	99
3.26 Gehälter/Hierarchiestruktur	100 – 101
3.27 Sozialversicherung 	102
3.28 Arbeitszeitregelung	103
3.29 Jugendarbeitsschutzgesetz	103
3.30 Jugendarbeitsschutzgesetz	104
3.31 Berufsbildungsgesetz	104
Situation zu den Aufgaben 3.32 – 3.39	106
3.32 Berufsausbildung	106
3.33 Berufsausbildung 	107
3.34 Berufsausbildungsvertrag	108
3.35 Berufsausbildungsvertrag	109
3.36 Ausbildungsinhalte	110
3.37 Voraussetzung der Berufsausbildung	110
3.38 Pflichten des Ausbildenden	111
3.39 Berufsschulpflicht	111

Bereich	Seite
Situation zu den Aufgaben 3.40 – 3.41	112
3.40 Tarifrecht 	112 – 113
3.41 Tarifrecht	113
Situation zu den Aufgaben 3.42 – 3.50	114
3.42 Betriebsratswahlen	114
3.43 Betriebsrat 	115
3.44 Jugend- und Auszubildendenvertretung	116
3.45 Unfallschutz	117
3.46 Unfallverhütungsvorschriften	117
3.47 Unfallverhütungsvorschriften	118
3.48 Versicherungen	118
3.49 Umweltschutz	119
3.50 Umweltschutz 	120

1

Verkauf und Werbemaßnahmen

In diesem Prüfungsbereich sollen Sie nachweisen, dass Sie in der Lage sind

- Werbemaßnahmen einzusetzen,
- Beratungs- und Verkaufsgespräche unter Anwendung von Waren- und Kommunikationskenntnissen zu führen sowie Waren kunden- und dienstleistungsorientiert zu verkaufen,
- Beschwerden und Reklamationen zu bearbeiten sowie Formen der Konfliktlösung anzuwenden und
- verkaufsrelevante Rechtsvorschriften anzuwenden.

Hinweis: Ab hier wirst du gesiezt – wie in der originalen Prüfung.

Warenhaus Meyer AG

Sie sind Abteilungsleiter/in der Lederwarenabteilung im Warenhaus Meyer AG, Ebertstr. 5, 40212 Düsseldorf.

Im letzten halben Jahr hat sich die Mitbewerbersituation des Warenhauses durch die Eröffnung eines Einkaufszentrums und des Lederwarenfachgeschäftes Hermann in unmittelbarer Nähe deutlich verändert.

Die nachfolgenden Aufgaben dieses Prüfungstrainers beziehen sich auf die folgenden Daten:

Warenhaus Meyer AG

Name:	Warenhaus Meyer AG
Geschäftssitz:	Ebertstr. 5, 40212 Düsseldorf, Innenstadtlage
Handelsregister:	HRB 12034
Umsatzsteueridentnummer:	DE 123456789
Betriebsform:	Warenhaus mit Vollsortiment
Mitarbeiter/-innen:	150 Mitarbeiter/innen, 24 Auszubildende
Geschäftsführer:	Peter Meyer
Bankverbindung:	Düsseldorfer Bank IBAN DE06 3003 3000 0099 1875 00 BIC UFORDE9MXXX

1.01

Situation

Als Abteilungsleiter/in werten Sie regelmäßig die Daten des Warenwirtschaftssystems aus. Sie stellen fest, dass Ihre Abteilung seit einem halben Jahr stetig an Umsatz verliert.

Umsatzstatistik Juli – Dezember 2023

Warengruppe		Juli	August	September	Oktober	November	Dezember	Gesamt
Kleinlederwaren	2023	13.500	12.540	11.115	11.145	10.380	10.086	68.766
	2022	12.756	12.927	12.381	12.609	12.351	11.724	74.748
Handtaschen	2023	20.250	20.454	18.957	18.636	15.876	15.429	109.602
	2022	20.109	20.265	19.641	19.374	19.641	18.822	117.852
Koffer	2023	16.875	16.497	18.957	18.777	18.318	17.802	107.226
	2022	18.051	18.246	17.976	18.306	18.279	17.451	108.309
Schirme	2023	6.750	7.257	7.845	7.770	7.938	7.713	45.273
	2022	7.701	7.794	7.806	7.776	8.097	6.843	46.017
Schulranzen	2023	10.125	9.237	8.499	8.418	8.547	8.307	53.133
	2022	10.206	9.876	9.309	8.961	8.709	8.868	55.929
Gesamt	2023	67.500	65.985	65.373	64.746	61.059	59.337	384.000
	2022	68.823	69.108	67.113	67.026	67.077	63.708	402.855



Auf **Prozubi.de** findest du passende Lernvideos zu diesem Thema!

Absatzentwicklung



prozubi.de/v/u136

Sortimentsaufbau



prozubi.de/v/u137

Sortimentsstruktur



prozubi.de/v/u138



1. Umsatzentwicklung

Die Geschäftsleitung bittet Sie, die möglichen Ursachen für den Umsatzrückgang herauszufinden. Nennen Sie **5** mögliche Ursachen für die negative Umsatzentwicklung!

2. Berechnung des prozentualen Umsatzverlusts

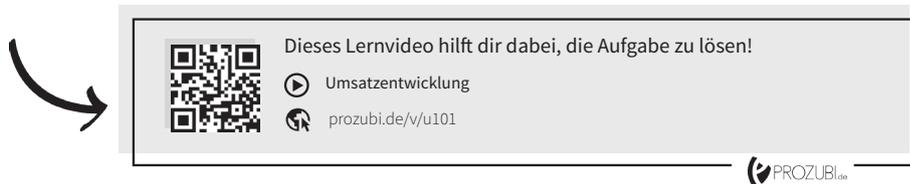
Ermitteln Sie den prozentualen Umsatzverlust im 2. Halbjahr gegenüber dem vergleichbaren Vorjahreszeitraum!

3. Mitbewerberbeobachtung

Um den Markt genauer beurteilen zu können, führen Sie eine umfangreiche Mitbewerberbeobachtung durch. Nennen Sie **5** Aspekte, auf die Sie dabei besonders achten sollten!

4. Sortimentspolitik

Sie wissen, dass Sie mit Ihrer Sortimentspolitik auf die rückläufigen Umsatzzahlen reagieren müssen. Erläutern Sie den Begriff Sortimentspolitik und nennen Sie **4** Faktoren, die Ihre Sortimentspolitik beeinflussen!



5. Über- und Untersortiment

Im Sortimentsbereich Kleinlederwaren haben Sie ein Übersortiment, im Bereich Handtaschen ein Untersortiment. Erläutern Sie die beiden Begriffe und beschreiben Sie jeweils **2** mögliche Auswirkungen!

6. Sortimentsänderung

Die Auswertung der Mitbewerberbeobachtung zeigt, dass Sie Ihren Kunden im Bereich „Junge Handtaschenmode“ und „Schulranzen“ keine ausreichende Produktauswahl bieten. Außerdem fehlt es Ihrem Sortimentsbereich Kleinlederwaren an Aktualität.

Daher planen Sie eine Sortimentsänderung.

Nennen Sie **3** Gründe für eine Veränderung des Sortiments und machen Sie aufgrund der Umsatzstatistik und den Ergebnissen der Mitbewerberbeobachtung **2** Vorschläge zur Sortimentsänderung!

7. Kern- und Randsortiment

Um das Sortiment an die Ansprüche Ihrer Kunden anzupassen, erweitern Sie es um die im Trend liegenden Schulranzen und Etuis der Firma „Sac“. Sie nehmen diese Artikel in das Kernsortiment auf.

Erläutern Sie die Begriffe Kern- und Randsortiment und nennen Sie je **2** Beispiele!



1.05

Situation

Im Rahmen der Neuorientierung des Warenhauses nehmen Sie gemeinsam mit Ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern an einem Verkaufstraining zum Thema „Grundlagen der Kundenorientierung“ teil.

Das Training befasst sich mit den Anforderungen an den Beruf des Verkäufers/der Verkäuferin und den Möglichkeiten, durch kundenorientiertes Verhalten Umsatzchancen besser zu nutzen.



Auf **Prozubi.de** findest du passende Lernvideos zu diesem Thema!

Verkaufspersonal



prozubi.de/v/u148

Bedarfsermittlung



prozubi.de/v/u149

Ergänzungsartikel



prozubi.de/v/u150



1. Anforderungsprofil

Die Seminarteilnehmer überlegen gemeinsam, welche vielfältigen Anforderungen die Kunden an die Verkäufer/die Verkäuferinnen stellen und erarbeiten ein Anforderungsprofil.

Erstellen Sie ein solches Anforderungsprofil für Ihre Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen unter den Gesichtspunkten Erscheinungsbild, Sprache und Verhalten!

2. Kundenansprüche

Die Kunden möchten mit dem Kauf einer Ware ihre Bedürfnisse befriedigen.

Nennen Sie jeweils **3** Ansprüche, welche die Kunden dabei an die Ware und den Einzelhandelsbetrieb stellen!

3. Fachkundige Beratung

Viele Kunden sind heute – nicht zuletzt durch die Medien – über die angebotenen Waren gut informiert und sind daher beim Kauf oft sehr kritisch.

Nennen Sie **4** Voraussetzungen, die für eine fachkundige Beratung erforderlich sind!

4. Informationsquellen Warenkunde

Der Seminarleiter macht deutlich, dass durch das Selbstvertrauen des Verkäufers/der Verkäuferin auch das Vertrauen der Kunden gewonnen wird. Dieses Selbstvertrauen entsteht u. a. durch gute Warenkenntnisse.

Nennen Sie **6** mögliche Informationsquellen, die Sie zur Erweiterung Ihrer Warenkenntnisse nutzen können!



Dieses Lernvideo hilft dir dabei, die Aufgabe zu lösen!



Informationsquellen für Warenkenntnisse



prozubi.de/v/u110



5. Fragetechnik

Ein erfolgreiches Verkaufsgespräch wird maßgeblich durch eine richtige Fragetechnik beeinflusst. Beschreiben Sie die Begriffe Erkundungs-, Entscheidungs- und Suggestivfrage und bilden Sie jeweils eine beispielhafte Frage in wörtlicher Rede!

6. Zusatzverkauf

Das Verkaufstraining beschäftigt sich auch damit, wie der Verkäufer/die Verkäuferin zusätzliche Umsatzchancen nutzen kann. Dabei kommt dem Zusatzverkauf eine besondere Bedeutung zu.

Nennen Sie **2** Arten des Zusatzverkaufs und beschreiben Sie, welche Voraussetzungen der Verkäufer/die Verkäuferin erfüllen muss, um Zusatzverkäufe durchführen zu können!

7.

In Ihrer Abteilung wird die Ware hauptsächlich im Vorwahlsystem angeboten.

7.1 Kundensignale

Beschreiben Sie, an welchen Verhaltensweisen Sie erkennen, dass der Kunde/die Kundin eine Beratung wünscht!

7.2 Kontaktaufnahme

Finden Sie ein Beispiel für die richtige Kontaktaufnahme im Vorwahlsystem in wörtlicher Rede!

1.06

Situation

Im Anschluss an das Verkaufstraining beobachten Sie, wie das Gelernte von den Mitarbeitern/Mitarbeiterinnen in ihrer täglichen Arbeit umgesetzt wird.



Auf **Prozubi.de** findest du passende Lernvideos zu diesem Thema!

<p>Grundsätze der Werbung</p>  <p>prozubi.de/v/u151</p>	<p>Warenvorlage</p>  <p>prozubi.de/v/u152</p>	<p>Sandwich-Methode</p>  <p>prozubi.de/v/u153</p>
--	--	---



1.

Im Rahmen des Verkaufstrainings haben Sie gelernt, dass der Kunde während des Verkaufsgesprächs verschiedene psychische Phasen durchläuft. Diese Phasen lassen sich mit der AIDA-Formel verdeutlichen.

1.1 AIDA-Formel

Erläutern Sie den Begriff und die Bedeutung dieser Formel!

1.08

Situation

In der Aktionswoche zur Neueröffnung verkauften Sie dem Kunden Herrn Kuhn eine Reisetasche zum reduzierten Sonderpreis von 19,95 €. Der Kunde wurde beim Kauf darauf hingewiesen, dass reduzierte Ware vom Umtausch ausgeschlossen ist.

 Auf **Prozubi.de** findest du passende Lernvideos zu diesem Thema!

<p>Beschwerde/Reklamation</p>  <p>prozubi.de/v/u157</p>	<p>Rechte bei Mängeln</p>  <p>prozubi.de/v/u158</p>	<p>Garantie</p>  <p>prozubi.de/v/u159</p>
--	--	---



1. Kundenbeschwerde

Herr Kuhn stellt zwei Wochen nach dem Kauf fest, dass der Reißverschluss der Reisetasche defekt ist. Er betritt aufgebracht Ihre Abteilung und beschwert sich lautstark: „Die Reisetasche ist das Geld nicht wert. Ich will sofort den Abteilungsleiter sprechen und mein Geld zurück!“ Formulieren Sie eine geeignete Antwort in wörtlicher Rede!

2. Verhaltensweisen bei Kundenreklamationen

Welche Verhaltensweisen sind bei der Behandlung von Kundenreklamationen richtig?
Nennen Sie **4** kundenfreundliche Reaktionen auf die Beschwerde von Herrn Kuhn!

3.

Die Rechte des Kunden aus einer mangelhaften Lieferung sind gesetzlich geregelt.

3.1 Mangelhafte Lieferung

In welchem Gesetz sind die Rechte aus der mangelhaften Lieferung geregelt?

3.2 Rechte aus der mangelhaften Lieferung

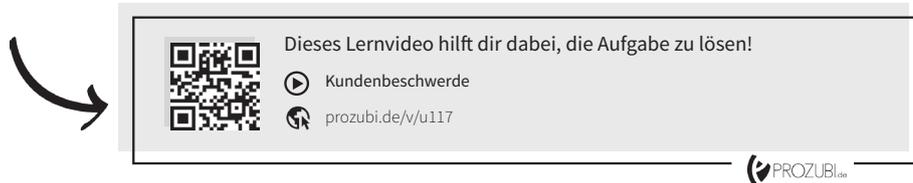
Erläutern Sie die Rechte, die dem Kunden grundsätzlich aus einer mangelhaften Lieferung zustehen!

4. Rechte aus der mangelhaften Lieferung

Könnten Sie – aus rechtlicher Sicht – die Ansprüche Herrn Kuhns zurückweisen, da es sich um reduzierte Aktionsware handelt? Begründen Sie Ihre Entscheidung!

5. Bearbeitung von Reklamationen

Sie möchten die Reklamation von Herrn Kuhn besonders kundenfreundlich abwickeln. Beschreiben Sie eine mögliche Lösung, die Herrn Kuhn zufrieden stellt!



6. Rügefristen

Die Rechte aus der mangelhaften Lieferung sind an bestimmte Rügefristen gebunden. Welche Besonderheit tritt auf, wenn Herr Kuhn den Mangel erst nach zwölf Monaten reklamiert?

7.

Der Hersteller der Reisetasche gewährt drei Jahre Garantie auf die Wasser abweisende Eigenschaft der Reisetasche.

7.1 Garantie

Was bezeichnet der Begriff Garantie?

7.2 Unterschied Garantie und Gewährleistung

Wodurch unterscheidet sich die Garantie von der Gewährleistung?

2

Warenwirtschaft und Kalkulation

In diesem Prüfungsbereich sollen Sie nachweisen, dass Sie in der Lage sind

- den Eingang und die Lagerung von Waren zu kontrollieren und zu erfassen,
- Warenwirtschaftsdaten für die Steuerung und Kontrolle des Warenflusses sowie für die Preiskalkulation zu nutzen und daraus Handlungsvorschläge abzuleiten und
- verkaufsbezogene Rechengvorgänge durchzuführen.

Situation zu den Aufgaben 2.06 – 2.09

Sie bereiten den Sonderverkauf zur Neueröffnung vor. Sie möchten Ihren Kunden/Kundinnen in einem Prospekt u. a. Schulranzen und Zubehör verschiedener Hersteller anbieten.

Ihnen liegen die zwei folgenden Angebote vor:

Lederwaren Heise GmbH

Heise GmbH, Hauptstr. 15, 50667 Köln
Warenhaus Meyer AG
Lederwarenabteilung
Herrn Scholz
Ebertstr. 5
40212 Düsseldorf

Ihr Zeichen:
Ihre Nachricht vom:
Unser Zeichen: Schm
Unsere Nachricht vom:

Name: Torsten Schmitt
Telefon: 0221 2079-113
E-Mail: info@heise.de

Datum: 14.03.2024

Angebot

Sehr geehrter Herr Scholz,

aufgrund Ihrer telefonischen Anfrage unterbreiten wir Ihnen folgendes Angebot:

Schulset, Modell „Protection“, 4-teilig

in den Motiven: Formel 1, Meerlandschaft, Astronauten, Prinzessin
Material: 100 % Polyester

Set bestehend aus:

Schulranzen mit Vortasche und großem Hauptfach
(Größe: 37 x 32 x 18 cm)
Sportbeutel
Brustbeutel
Gefülltes Schüleretui

zum Preis von **60,45 €** (netto)

Der Preis gilt ab Werk. Bei Abnahme ab 20 Sets gewähren wir einen Rabatt von 15 %.

Die Lieferung erfolgt innerhalb von 14 Tagen.
Zahlung innerhalb 10 Tagen nach Erhalt der Ware mit 3 % Skonto oder innerhalb 30 Tagen ohne Abzug.

Wir freuen uns auf Ihre Bestellung.

Mit freundlichen Grüßen

i. V. *Torsten Schmitt*

Schuster KG

Schuster KG, Gerberstr. 56, 06108 Halle
Warenhaus Meyer AG
Lederwarenabteilung
Herrn Scholz
Ebertstr. 5
40212 Düsseldorf

Ihr Zeichen:
Ihre Nachricht vom:
Unser Zeichen: Wie
Unsere Nachricht vom:

Name: Martina Wiedemann
Telefon: 0345 / 7902-19
E-Mail:
info@schuster.de

Datum: 15.03.2024

Angebot

Sehr geehrter Herr Scholz,

wie telefonisch angekündigt, erhalten Sie unser Angebot:

Schulrucksack-Set „Comfort“

bestehend aus:

Schulrucksack mit gepolstertem Rücken und Tragegurten,
3-fache Vortasche mit Hauptfach

Größe: 43 x 32 x 22 cm

Schulertasche mit einem Hauptfach und Innenfach und Vortasche für Handy

aus 100 % Polyester in den Farben Schwarz, Marine, Rot und Rosa

zum Preis von **60,45 €** (netto)

Bei Abnahme ab 20 Sets gewähren wir Ihnen einen Rabatt von 10 %.
Die Lieferung erfolgt innerhalb von 8 Tagen frei Haus.
Zahlung innerhalb 8 Tagen 2 % Skonto, innerhalb 30 Tagen ohne Abzug.

Bitte beachten Sie auch unsere anderen attraktiven Angebote unter www.schuster-kg.de

Freundliche Grüße

i. A. *Martina Wiedemann*



Auf **Prozubi.de** findest du passende Lernvideos zu diesem Thema!

Das Kalkulationsschema



prozubi.de/v/u163

Vorwärtskalkulation



prozubi.de/v/u164

Rückwärtskalkulation



prozubi.de/v/u165



2.06

Bezugskalkulation

Sie möchten die Angebote beider Hersteller annehmen und ermitteln mit Hilfe der Bezugskalkulation die Einstandspreise unter der Voraussetzung, dass Sie jeweils 20 Sets bestellen und Skonto in Anspruch nehmen.

Für die Lieferung der Firma Heise fallen Transportkosten in Höhe von 9,98 € an!

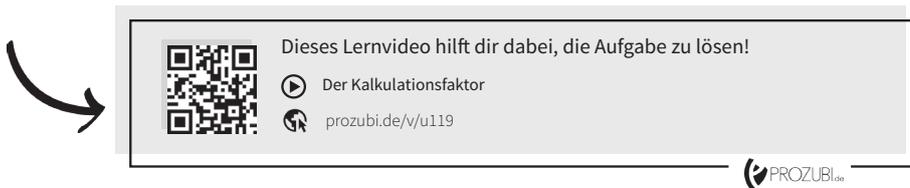
Wie hoch ist der Einstandspreis des günstigeren Angebotes (in Euro) je Set?

2.07

Kalkulation

Für die Kalkulation Ihrer Prospektware legen Sie einen Handlungskostensatz von 45 %, einen Gewinnzuschlag von 15 % und einen Umsatzsteuersatz von 19 % zu Grunde.

Zu welchem Bruttoverkaufspreis können Sie Ihren Kunden das 4-teilige Schulset „Protection“ der Firma Heise GmbH anbieten?



2.08

Gewinn/Gewinnzuschlag

Bei der Kalkulation des Schulrucksack-Sets „Comfort“ der Firma Schuster KG müssen Sie Ihren Bruttoverkaufspreis dem Preis Ihres stärksten Mitbewerbers Lederwaren Hermann anpassen. Dort wird das Set für 98,00 € angeboten.

- Wie hoch ist Ihr verbleibender Gewinn je Set in Euro, wenn alle anderen Kalkulationssätze unverändert bleiben? (Handlungskostenzuschlag 45 %, Umsatzsteuer 19 %)
- Welchem Gewinnzuschlag in Prozent entspricht dieser Wert?

Situation zu den Aufgaben 2.31 – 2.35

Die Warenhaus Meyer AG führt zum Ende des Geschäftsjahres eine Inventur durch. Sie wurden von der Geschäftsführung aufgefordert, die notwendigen Vorbereitungen zu treffen.

Das Geschäftsjahr endet zum 31.12. eines jeden Jahres.



Auf **Prozubi.de** findest du passende Lernvideos zu diesem Thema!

Grundlagen der Inventur



prozubi.de/v/u178

Inventurverfahren



prozubi.de/v/u179

Inventurdifferenzen



prozubi.de/v/u180



2.31

Inventur

Aus welchem Grund führt Ihr Unternehmen eine Inventur durch?

Die Inventur dient der Ermittlung

1. der aktuellen Abverkaufszahlen.
2. des Lagermindestbestandes.
3. des Soll-Bestandes der vorrätigen Warenbestände.
4. des Ist-Bestandes der aktuellen Warenbestände.
5. des durchschnittlichen Lagerbestandes im abgelaufenen Jahr.

2.32

Inventurarten

Durch das bevorstehende Weihnachtsgeschäft bleibt erfahrungsgemäß wenig Zeit für die Vorbereitungsarbeiten zur Inventur. Die Geschäftsleitung setzt daher die Stichprobeninventur als Inventurvereinfachungsverfahren ein.

Welche der folgenden Aussagen kennzeichnen die Stichprobeninventur?

Die Stichprobeninventur

1. macht es möglich, den am Ende des Geschäftsjahres vorhandenen Warenbestand nach Art, Menge und Wert auch ohne körperliche Bestandsaufnahme festzustellen.
2. ist die artikelgenaue mengen- und wertmäßige Bestandsaufnahme aller Vermögensgegenstände und Schulden am Stichtag.
3. ist möglich, wenn der Lagerbestand mithilfe anerkannter mathematisch-statistischer Methoden aufgrund von Stichproben ermittelt wird.
4. beschreibt die Inventur, die innerhalb der letzten drei Monate vor Geschäftsjahresschluss durchgeführt wird.
5. darf nur innerhalb der ersten zwei Monate nach Geschäftsjahresschluss durchgeführt werden.

2.33

Inventurdifferenz

Das Inventurergebnis des abgelaufenen Geschäftsjahres hat gezeigt, dass es häufiger zu Fehlern bei der Erfassung der Warenbewegungen kam.

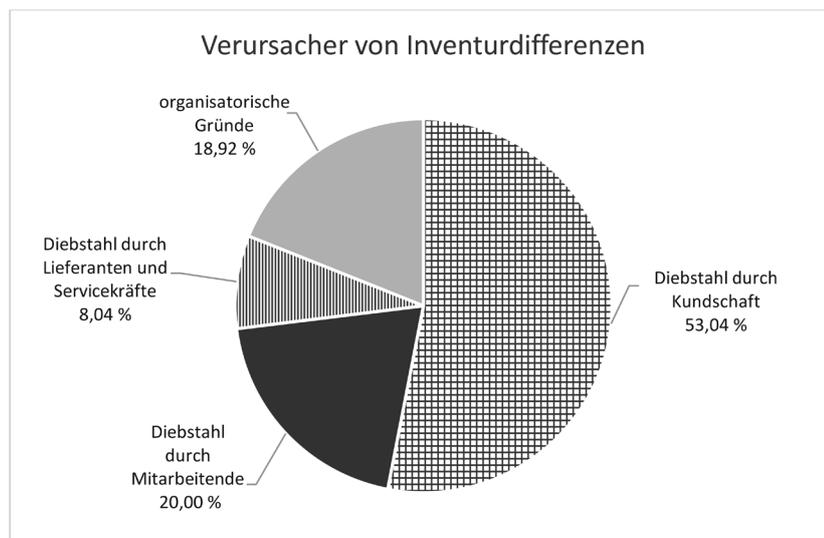
Welche der folgenden erfassungsbedürftigen Warenbewegungen führen dazu, dass der Ist-Warenbestand niedriger ist als der Soll-Warenbestand?

1. Die Abgabe von Waren an eine andere Zweigniederlassung wird ordnungsgemäß verbucht.
2. Die Warenrückgabe eines Artikels durch einen Kunden wird nicht erfasst.
3. Die Warenrücksendung an einen Lieferanten wird doppelt erfasst.
4. Der Eingang einer Warensendung wurde nicht erfasst.
5. Die Auslieferung einer bestellten Ware an einen Kunden wird nicht erfasst.

2.34

Inventurdifferenz

Hauptverursacher von Inventurdifferenzen bleibt der Ladendiebstahl. Die Geschäftsleitung legt Ihnen die folgende Grafik vor, die den Anteil der Verursacher von Inventurdifferenzen im Einzelhandel darstellt.



Quelle: (Daten) EHI

Im Jahr 2022 summierten sich die sogenannten Inventurdifferenzen des Einzelhandels auf 4,6 Mrd. Euro – davon entfiel der größte Anteil mit 2,44 Mrd. Euro auf unehrliche Kunden.

Das Warenhaus verzeichnete im abgelaufenen Jahr eine Inventurdifferenz von 300.000,00 €.

Ermitteln Sie

- a) die Schadenssumme, die dem Warenhaus Meyer AG durch unehrliche Kundschaft entstanden ist!
- b) die Schadenssumme, die auf organisatorische Gründe zurückzuführen ist!

3

Wirtschafts- und Sozialkunde

In diesem Prüfungsbereich sollen Sie nachweisen, dass Sie in der Lage sind

- allgemeine wirtschaftliche und gesellschaftliche Zusammenhänge der Berufs- und Arbeitswelt darzustellen und zu beurteilen.

Situation zu den Aufgaben 3.07 – 3.10

Um die eigene Wettbewerbsfähigkeit am Markt zu steigern, ist die Warenhaus Meyer AG eine Kooperation mit dem Lederwarengroßhändler Schulze eingegangen.

Außerdem liegt Ihnen ein Kooperationsangebot der Firma Lederwaren Hinz als Franchise-Geber vor.



Auf **Prozubi.de** findest du passende Lernvideos zu diesem Thema!

Kooperationen



prozubi.de/v/u187

Horizontale Kooperation



prozubi.de/v/u188

Das GWB



prozubi.de/v/u189



3.07

Kooperation

Mit dem Lederwarengroßhändler Schulze trifft das Warenhaus Meyer folgende Vereinbarung:

„Der Lieferer übernimmt die Betreuung der zur Verfügung gestellten Regalflächen und trägt allein das Absatzrisiko. Er ist verpflichtet, nicht verkaufte Ware auf eigene Kosten und Gefahr zurückzunehmen. Die Warenhaus Meyer AG erhält die vereinbarte Umsatzprovision.“

Welche der folgenden Kooperationsformen ist Ihr Unternehmen mit dieser Vereinbarung eingegangen?

1. Einkaufsverband
2. Shop in Shop
3. Freiwillige Kette
4. Rack-Jobber
5. Franchising

3.08

Franchising

Gemeinsam mit der Unternehmensleitung prüfen Sie das Franchiseangebot der Firma Hinz und überlegen, ob das vorliegende Angebot eine sinnvolle Ergänzung zu Ihrem Abteilungskonzept darstellt.

a) Welche der folgenden Aussagen kennzeichnet ein Franchising-System?

1. Ein Hersteller bietet Ihnen seine Waren und Dienstleistungen an und stellt Ihnen zusätzlich seine Vertriebsorganisation zur Verfügung.
2. Ein Einzelhändler bietet Ihnen die gemeinsame Werbung in einer überregionalen Zeitschrift an.
3. Mehrere Fachgeschäfte im Bereich Lederwaren, deren Waren sich ergänzen, werben gemeinsam, um die Attraktivität der einzelnen Produkte zu erhöhen.
4. Sie stellen einem Hersteller Ihre Verkaufsräume zur Verfügung und erhalten eine angemessene Miete.
5. Ein Hersteller bietet Ihnen Waren zu besonders günstigen Einstandspreisen an.

b) Das Franchising-System bietet beiden Vertragsparteien Vorteile.

Welche **2** der folgenden 5 Vorteile würde Ihnen das System als Franchise-Nehmer bieten?

1. Als Franchise-Nehmer übernehmen Sie die Vertriebskosten und das Absatzrisiko.
2. Sie geben Ihre rechtliche und wirtschaftliche Selbstständigkeit mit der Unterzeichnung des Franchise-Vertrages auf.
3. Das Franchising-System bietet Ihnen für eine bestimmte Warengruppe ein günstiges Beschaffungs-, Absatz-, und Organisationskonzept.
4. Sie können Ihre Verkaufsräume und Ihre Werbung individuell gestalten.
5. Der Franchise-Geber überlässt Ihnen mit der Vertragsunterzeichnung bestimmte Rechte, z. B. für das Nutzen eines Markennamens.

3.09

Kooperation

Die Entwicklung des Marktes zeigt, dass im Einzelhandel immer mehr Unternehmen Kooperationsverträge eingehen.

Welche **3** der folgenden 5 Ziele verfolgt ein Unternehmen durch den Abschluss eines Kooperationsvertrages?

1. Kostensenkung durch Rationalisierung
2. Optimale Warenversorgung
3. Gewinnminimierung
4. Nutzen des Wissens und der Kompetenz des Kooperationspartners
5. Verlust der rechtlichen und wirtschaftlichen Selbstständigkeit

3.10

Wettbewerbsbeschränkungen

Die Kooperation und Konzentration unterliegt gesetzlichen Bestimmungen, damit ein funktionsfähiger Wettbewerb gewährleistet bleibt.

Wesentliche wettbewerbsrechtliche Bestimmungen finden Sie in den folgenden Gesetzen und Verordnungen:

Gesetze und Verordnungen

1. Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB)
2. Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)
3. Preisangabenverordnung (PAngV)

Ordnen Sie zu, indem Sie die Kennziffern der **3** Gesetze bzw. Verordnungen in die Kästchen neben den Aussagen eintragen! Übertragen Sie anschließend Ihre senkrecht angeordneten Lösungsziffern in dieser Reihenfolge von links nach rechts in den Lösungsbogen!

Aussagen

- | | |
|---|--------------------------|
| a) Preise sind für den Endverbraucher einschließlich der Umsatzsteuer anzugeben. | <input type="checkbox"/> |
| b) Für Kredite müssen Banken den effektiven Jahreszinssatz angeben. | <input type="checkbox"/> |
| c) Verkaufsanlass, Preis und die Bedingungen, unter denen die Ware geliefert wird, müssen für die Kunden eindeutig und klar erkennbar sein. | <input type="checkbox"/> |
| d) Verbot von Unternehmenszusammenschlüssen, wenn dadurch eine marktbeherrschende Stellung entsteht. | <input type="checkbox"/> |
| e) Werbung durch Telefonanrufe bei Verbrauchern – ohne deren Einwilligung – stellt eine unzumutbare Belästigung dar. | <input type="checkbox"/> |

Die „Button-Lösung“

Händler von Onlineshops sind lt. **§ 312j des Bürgerlichen Gesetzbuches (BGB) „Besondere Pflichten im elektronischen Geschäftsverkehr gegenüber Verbrauchern“** verpflichtet, ihre Kunden vor Vertragsabschluss über alle wesentlichen Inhalte des Vertrages zu informieren.

Dazu zählen u. a.:

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • wesentliche Eigenschaften der angebotenen Waren oder Dienstleistungen (Art, Ausführung, Zusammensetzung, Zubehör) • Identität des Unternehmens (Firma, Anschrift, E-Mail-Adresse, Telefonnummer) • Gesamtpreis der Ware oder Dienstleistung inkl. aller anfallenden Liefer- und Versandkosten • Zahlungsbedingungen und akzeptierte Zahlungsarten | <ul style="list-style-type: none"> • Lieferzeit und ggf. bestehende Lieferbeschränkungen • ggf. die Laufzeit eines Vertrages oder die Bedingung der Kündigung unbefristeter oder sich automatisch verlängernde Verträge • Gültigkeitsdauer bei befristeten Angeboten • Widerrufsrecht • Hinweis zur gesetzlichen Gewährleistung • Allgemeine Geschäftsbedingungen |
|--|---|

Zum Ende des Bestellvorgangs muss ein Button (Schaltfläche) erscheinen, der den Verbraucher ausdrücklich darauf hinweist, dass er sich zur Zahlung verpflichtet. Der Button muss gut lesbar und ausschließlich mit folgenden Worten beschriftet sein:



Situation zu den Aufgaben 3.11 – 3.15

Als Abteilungsleiter/in der Lederwarenabteilung schließen Sie täglich Verträge ab, einerseits durch den Einkauf und Verkauf von Waren, andererseits aber auch durch die Einstellung von Personal.

Damit diese Verträge den gesetzlichen Anforderungen entsprechen, müssen Sie die Bestimmungen des Bürgerlichen Gesetzbuches berücksichtigen.



Auf **Prozubi.de** findest du passende Lernvideos zu diesem Thema!

Rechtsgeschäfte



prozubi.de/v/u190

Nichtigkeit Rechtsgeschäfte



prozubi.de/v/u191

Der Kaufvertrag



prozubi.de/v/u192



3.11

Rechtsgeschäfte

Bei welchen der nachfolgend beschriebenen Rechtsgeschäfte handelt es sich um

1. ein einseitiges Rechtsgeschäft,
2. ein zweiseitiges Rechtsgeschäft,
3. kein Rechtsgeschäft

Ordnen Sie zu, indem Sie die **3** Kennziffern in die Kästchen neben den 5 Rechtsgeschäften eintragen!
Übertragen Sie anschließend Ihre senkrecht angeordneten Lösungsziffern in dieser Reihenfolge von links nach rechts in den Lösungsbogen!

Rechtsgeschäfte

- | | |
|--|--------------------------|
| a) Sie schicken Ihrem Lieferanten eine Anfrage zur Lieferung von Herrengürteln. | <input type="checkbox"/> |
| b) Die Warenhaus Meyer AG schließt mit Ihrer neuen Mitarbeiterin Frau Kurmann einen Arbeitsvertrag ab. | <input type="checkbox"/> |
| c) Die Warenhaus Meyer AG kündigt einer Aushilfskraft fristlos. | <input type="checkbox"/> |
| d) Sie schließen mit einem Stammkunden einen Kaufvertrag über eine Computertasche ab. | <input type="checkbox"/> |
| e) Zur Finanzierung neuer Warenträger nimmt die Warenhaus Meyer AG einen Bankkredit auf. | <input type="checkbox"/> |

Information

„Kündigungsbutton“

Für Onlinehändler besteht laut **§ 312k BGB „Kündigung von Verbraucherverträgen im elektronischen Geschäftsverkehr“** die Pflicht zur Platzierung eines Kündigungsbuttons auf ihrer Website.

Diese Schaltfläche muss für den Verbraucher/die Verbraucherin gut lesbar und mit nichts anderem als den Wörtern **„Verträge hier kündigen“** oder einer entsprechend eindeutigen Formulierung beschriftet sein, die den Verbraucher/die Verbraucherin unmittelbar zu einer Bestätigungsseite führt.

Dort kann der Verbraucher/die Verbraucherin die notwendigen Angaben zur Vertragskündigung machen und anschließend mit der eindeutig bezeichneten Bestätigungsfläche **„jetzt kündigen“** den Vertrag lösen.

Beide Schaltflächen, die zur Kündigung und die zur Kündigungsbestätigung, müssen ständig verfügbar, unmittelbar erreichbar und leicht zugänglich (ohne Login) sein.

3.12

Rechtsgeschäfte

Um rechtswirksam Geschäfte abschließen zu können, müssen Sie die gesetzlichen Vorschriften zur Rechts- und Geschäftsfähigkeit berücksichtigen.

In welchen der unten stehenden Fälle ist das Rechtsgeschäft

1. wirksam,
2. schwebend unwirksam,
3. nichtig,
4. wirksam, aber anfechtbar?

Ordnen Sie zu, indem Sie die **4** Kennziffern in die Kästchen neben den 5 Rechtsgeschäften eintragen! Übertragen Sie anschließend Ihre senkrecht angeordneten Lösungsziffern in dieser Reihenfolge von links nach rechts in den Lösungsbogen!

Rechtsgeschäfte

- | | |
|--|--|
| a) Sie bestellen aufgrund eines verbindlichen Angebotes der Firma Schuster irrtümlich 100 Stück einer Ware anstatt der benötigten 10 Stück. | |
| b) Eine 15-jährige Kundin kauft eine Handtasche des Markenherstellers Exzellent zu einem Preis von 249,00 €. | |
| c) Der 5-jährige Sohn Ihrer Mitarbeiterin Frau Schwarz kauft, als Geschenk für seine Mutter, einen Schlüsselanhänger für 19,99 €. | |
| d) Sie nehmen ein günstiges Angebot Ihres Großhändlers wahr und kaufen bei ihm 20 Koffer. Die Koffer finden bei Ihren Kunden aber keinen Absatz. | |
| e) Ihr 17-jähriger Auszubildender, Herr Schuhmann, kauft für seine Geburtstagsfeier eine Flasche Whiskey. | |

3.20

Eigentumsvorbehalt

Die preiswerte Handtasche „Peter, Paul & Betty“ der Firma Hackert liegt bei Schülerinnen und Studentinnen voll im Trend. Sie fragen diesen Artikel bei der Firma Hackert an und erhalten das folgende Angebot.

Sie bestellen diesen Artikel entsprechend dem vorliegenden Angebot.

Eugen Hackert
Handtaschen & Koffer
Bismarkstr. 56
40212 Düsseldorf

Warenhaus Meyer AG
Lederwarenabteilung
Ebertstr. 5
40212 Düsseldorf

Angebot Datum: 24.01.2024

Sehr geehrte Damen und Herren,

Ihre Anfrage vom 19.01.2024 haben wir erhalten und unterbreiten Ihnen folgendes Angebot:

Menge	Artikel	Einzelpreis	Gesamtpreis
50 Stück	Handtasche „Peter, Paul & Betty“ Artikelnummer 2314654 farblich sortiert	8,56 € (netto)	428,00 € (netto)

Zahlungsbedingungen: 30 Tage ohne Abzug, 10 Tage 3 % Skonto

Die Lieferung erfolgt auf Kosten des Käufers innerhalb von 8 Tagen.
Die Ware bleibt bis zur vollständigen Bezahlung Eigentum des Verkäufers.

Mit freundlichen Grüßen

Hackert

Welche **2** der folgenden 5 Aussagen sind richtig?

1. Kommt die Warenhaus Meyer AG mit der Zahlung des Rechnungsbetrages in Verzug, kann die Firma Hackert vom Kaufvertrag zurücktreten und die Herausgabe der Ware verlangen.
2. Der vereinbarte Eigentumsvorbehalt erlischt auch dann nicht, wenn die Ware durch die Warenhaus Meyer AG verbraucht, verarbeitet oder vernichtet wird.
3. Der Firma Eugen Hackert hat kein Aussonderungsrecht bei einem Insolvenzverfahren der Warenhaus Meyer AG, da es sich um einen Trendartikel handelt.
4. Aufgrund des vereinbarten Eigentumsvorbehalts bleibt die Warenhaus Meyer AG bis zur vollständigen Bezahlung des Rechnungsbetrages Eigentümer der Ware.
5. Der Eigentumsvorbehalt erlischt, wenn der Rechnungsbetrag von der Warenhaus Meyer AG vollständig beglichen wurde.

3.21

Kaufvertragsstörungen

Ihr Mitarbeiter, Herr Scholz, bestellt ein zweiteiliges Koffer-Set bei der Firma Schuster zu einem Preis von 129,90 €. Er vereinbart, dass die Koffer frei Haus bis zum 05.01.2024 geliefert werden und dass der Kaufpreis vom Warenhaus Meyer spätestens acht Tage nach Erhalt der Ware auf das Konto der Firma Schuster überwiesen wird.

Aus diesem Kaufvertrag ergeben sich Rechte und Pflichten für beide Vertragsparteien.

Werden diese Verpflichtungen nicht erfüllt, kommt es zu Kaufvertragsstörungen.

In welchen der nachstehend beschriebenen Fällen liegt

1. Mangelhafte Lieferung
2. Lieferungsverzug
3. Annahmeverzug
4. Zahlungsverzug
5. keine Kaufvertragsstörung

vor?

Ordnen Sie zu, indem Sie die 5 Kennziffern der Kaufvertragsstörungen in die Kästchen neben den 5 möglichen Fällen eintragen! Übertragen Sie anschließend Ihre senkrecht angeordneten Lösungsziffern in dieser Reihenfolge von links nach rechts in den Lösungsbogen!

Mögliche Fälle

- a) Herr Scholz kauft zwischenzeitlich ein günstigeres Koffer-Set bei einem anderen Händler und verweigert daraufhin die Annahme der Lieferung.
- b) Bei der Überprüfung des rechtzeitig angelieferten Koffer-Sets stellt Herr Scholz fest, dass die Vorderseite eines Koffers stark zerkratzt ist.
- c) Nach der ordnungsgemäßen Lieferung der Ware zeigt die Überprüfung der Zahlungseingänge in der Buchhaltung der Firma Schuster am 09.02.2024, dass der vom Warenhaus Meyer zu überweisende Betrag noch nicht eingetroffen ist.
- d) Die Firma Schuster liefert das Koffer-Set am 05.01.2024.
- e) Herr Scholz mahnt am 08.01.2024 an, dass die Ware noch nicht geliefert wurde. Die Firma Schuster sagt die Lieferung bis zum 15.01.2024 zu. Der Auslieferungsdienst erhält das Koffer-Set erst am 17.01.2024.



Dieses Lernvideo hilft dir dabei, die Aufgabe zu lösen!

 Kaufvertragsstörungen

 prozubi.de/v/u130



Situation zu den Aufgaben 3.32 – 3.39

Die Warenhaus Meyer AG stellt für das Ausbildungsjahr 2024 sechs Ausbildungsplätze für die Ausbildungsberufe Verkäufer/in bzw. Kaufmann/Kauffrau im Einzelhandel zur Verfügung.



Auf **Prozubi.de** findest du passende Lernvideos zu diesem Thema!

Ausbildungsvertrag I



prozubi.de/v/u199

Ausbildungsvertrag II



prozubi.de/v/u200

Ausbildungsvergütung



prozubi.de/v/u201



3.32

Berufsausbildung

Sie werden mit der Auswahl der Auszubildenden beauftragt.

Bringen Sie die mit der Auswahl und der Einstellung von Auszubildenden verbundenen Tätigkeiten durch Einsetzen der Ziffern 1 – 5 in die richtige zeitliche Reihenfolge! Übertragen Sie anschließend Ihre senkrecht angeordneten Lösungsziffern in dieser Reihenfolge von links nach rechts in den Lösungsbogen!

- Sie erstellen die Berufsausbildungsverträge und geben sie an die IHK mit der Bitte um Eintrag in das Verzeichnis der Berufsausbildungsverhältnisse weiter.
- Sie laden die ausgewählten Bewerber zum Vorstellungsgespräch ein.
- Sie sichten alle vorliegenden Bewerbungsunterlagen und treffen eine erste Auswahl.
- Sie melden dem Arbeitsamt die offenen Ausbildungsplätze und bitten um die Vermittlung geeigneter Bewerber.
- Sie wählen aufgrund der Bewerbungsunterlagen und Ihrem Eindruck aus den Vorstellungsgesprächen sechs geeignete Bewerber aus und bieten ihnen einen Berufsausbildungsvertrag an.

3.33

Berufsausbildung

Frau Katrin Wilms, geboren am 13.03.2008, hat sich für das Ausbildungsjahr 2024 um einen Ausbildungsplatz als Verkäuferin beworben und wird als Auszubildende in der Lederwarenabteilung eingestellt. Sie bereiten den abgebildeten Berufsausbildungsvertrag vor. Grundlage für den Abschluss des Berufsausbildungsvertrages bildet das Berufsbildungsgesetz.

Welche **3** der folgenden 5 Inhalte müssen nach dem Berufsbildungsgesetz (§ 11) in der Vertragsniederschrift festgelegt werden?

1. Beginn und Dauer der Berufsausbildung
2. Ausbildungsmaßnahmen innerhalb der Ausbildungsstätte
3. Zahlung und Höhe der Vergütung
4. Zeitliche Festlegung der täglichen Pausen
5. Dauer der regelmäßigen täglichen Ausbildungszeit



Dieses Lernvideo hilft dir dabei, die Aufgabe zu lösen!

 Berufsausbildungsvertrag

 prozubi.de/v/u132





Sabine Dölemeyer

Kaufmann/Kauffrau im Einzelhandel, Teil 1 Verkäufer/Verkäuferin

Prüfungstrainer Abschlussprüfung
Übungsaufgaben und erläuterte Lösungen

Lösungsteil

Bestell-Nr. 483

u-form Verlag · Hermann Ullrich GmbH & Co. KG

1.01

1. Umsatzentwicklung

Unter Umsatz versteht man den Wert der verkauften Waren zum Bruttoverkaufspreis.

Ein erfolgreicher Einzelhändler muss seine Umsatzzahlen laufend überprüfen.

Umsatzstatistiken, welche die erzielten Umsätze der einzelnen Warengruppen ausweisen, unterstützen ihn bei seinen betrieblichen Entscheidungen. Umsatzabweichungen und Umsatzrückgänge sind immer auf ihre Ursache hin zu überprüfen. Dabei wird der Umsatz von einer Vielzahl von Faktoren beeinflusst.

Mögliche Ursachen für den Umsatzrückgang können sein:

- Konjunktur (z. B. Sinken der Kaufkraft durch hohe Inflation und/oder steigende Arbeitslosigkeit)
- Sortimentsstruktur (z. B. fehlende Aktualität des Sortiments)
- Preisstruktur, -kalkulation (z. B. aufgrund hoher Betriebskosten und damit verbundenen hohen Kalkulationszuschlägen oder teurer Bezugsquellen)
- Veränderung der Mitbewerbersituation
- Aktionen der Mitbewerber
- Veränderung des Nachfrageverhaltens durch Modeeinflüsse / Trends
- wenig attraktive Warenpräsentation
- fehlende Werbung
- fehlende Internetpräsenz

2. Berechnung des prozentualen Umsatzverlusts

Zur Ermittlung des prozentualen Umsatzverlustes im 2. Halbjahr 2023 gegenüber dem vergleichbaren Vorjahreszeitraum muss die Differenz zwischen den Halbjahresumsätzen 2022 und 2023 errechnet werden.

Umsatz 2. Halbjahr 2022	402.855,00 €
Umsatz 2. Halbjahr 2023	384.000,00 €
Differenz	18.855,00 €

Da ermittelt werden soll, wie hoch der prozentuale Umsatzverlust im 2. Halbjahr 2023 gegenüber dem Vorjahr ist, stellt der Umsatz des 2. Halbjahres 2022 hundert Prozent dar.

Umsatz 2. Halbjahr 2022	402.855,00 € \triangleq 100 %
Differenz	18.855,00 € \triangleq x
	$x = \frac{100 \% \cdot 18.855,00 \text{ €}}{402.855,00 \text{ €}} = 4,680 \% \approx \mathbf{4,68 \%}$

% ,
4 | 6 | 8

Der Umsatzverlust im 2. Halbjahr 2023 gegenüber dem vergleichbaren Vorjahreszeitraum beträgt **4,68 %**.

3. Mitbewerberbeobachtung

Um sich der veränderten Mitbewerbersituation anzupassen und sich von den Mitbewerbern abzuheben, muss der Einzelhändler den Markt genau kennen. Das Instrument der Mitbewerberbeobachtung dient dazu, die Art der Konkurrenz festzustellen und Möglichkeiten zu erkennen, wie sich das eigene Unternehmen von Mitbewerbern abheben kann.

Folgende Aspekte gehören zu einer gezielten Mitbewerberbeobachtung:

Die Feststellung von:

- Anzahl der Mitbewerber nach Betriebsform und Standort
- Marktbedeutung des Mitbewerbers
- Verkaufsfläche der Mitbewerber
- Anzahl der Verkaufsmitarbeiter des Mitbewerbers und deren Fachkompetenz
- Sortimentsstruktur des Mitbewerbers
- Sortimentsüberschneidungen zum eigenen Sortiment
- Preisstruktur des Mitbewerbers
- Aktionen/Sonderveranstaltungen des Mitbewerbers
- Werbung/Warenpräsentation des Mitbewerbers
- Internetauftritt und ggf. Online-Shop des Mitbewerbers

4. Sortimentspolitik

Unter **Sortimentspolitik** versteht man alle Entscheidungen, die der Einzelhändler bezüglich der optimalen Zusammensetzung seines Sortiments trifft.

Sie wird durch folgende **Faktoren** beeinflusst:

- Standort
- Betriebsform
- Geschäftszweig
- Kapitalbedarf
- Verkaufs- und Lagerfläche
- Branchenkenntnisse des Geschäftsinhabers und seiner Mitarbeiter/Mitarbeiterinnen
- Warenbezugskosten
- Handelsspanne
- Einflüsse der Hersteller und Lieferanten
- Auswertung der eigenen Umsatz- und Absatzstatistiken

5. Über- und Untersortiment

Von einem **Übersortiment** spricht man, wenn das Warenangebot größer ist als die Nachfrage. Die Folgen sind eine hohe Kapitalbindung durch zu große Warenbestände und dadurch hohe Lagerkosten. Es besteht die Gefahr einer Überalterung der Ware (Ladenhüter).

Von einem **Untersortiment** spricht man, wenn das Warenangebot kleiner ist als die Nachfrage. Die Folgen sind Sortimentslücken und dadurch häufig unzufriedene Kundinnen und Kunden, was zu Kundenverlust und damit zu einem Umsatzrückgang führen kann.

6. Sortimentsänderung

Die Zusammensetzung des Sortiments muss laufend überwacht und gegebenenfalls dem veränderten Nachfrageverhalten der Kunden und Kundinnen angepasst werden.

Gründe für eine Sortimentsänderung können sein:

- die Änderung des Nachfrageverhaltens, z. B. durch Mode- und Geschmacksänderungen
- die Veränderung der Mitbewerbersituation
- die Änderung der Geschäftspolitik
- das Schließen von Sortimentslücken (fehlende Sortimentsbereiche werden aufgenommen)
- die wirtschaftliche Lage (z. B. Verringerung der Kaufkraft)
- Neuheiten auf dem Markt
- neue Lieferanten

Die Mitbewerberbeobachtung in dem Beispiel hat ergeben, dass die Lederwarenabteilung keine ausreichende Produktauswahl in den Bereichen „Junge Handtaschenmode“ und „Schulranzen“ bietet. Hier sollte die Abteilungsleitung in beiden Warengruppen eine **Sortimentserweiterung** durch die Aufnahme neuer Waren oder Warengruppen vornehmen und damit das Sortiment verbreitern oder auch zusätzlich vertiefen.

Dem Bereich Kleinlederwaren fehlt es an Aktualität. Außerdem sind dort die Umsatzzahlen rückläufig. Diese Faktoren sprechen für ein wenig attraktives Sortiment und möglicherweise viele Ladenhüter. Die Abteilungsleitung sollte eine **Sortimentsbereinigung** vornehmen und unrentable und schlecht absetzbare Waren aus dem Sortiment nehmen.

7. Kern- und Randsortiment

Das **Kernsortiment** ist der Sortimentsteil, auf den sich die Haupttätigkeit des Einzelhandelsunternehmens erstreckt. Mit dem Kernsortiment wird der überwiegende Teil des Umsatzes getätigt.

Beispiele: Schulranzen, Schüleretuis, Lederhandtaschen, Koffer, Portemonnaies, Schirme

Das **Randsortiment** hingegen wird zur Ergänzung und Abrundung geführt, um der Kundschaft zusätzliche Leistungen zu bieten, sich gegenüber den Mitbewerbern abzugrenzen und einen zusätzlichen Gewinn zu erzielen.

Beispiele: Souvenirs, Fanartikel, Reiseaccessoires, Geschenkartikel

1.05

1. Anforderungsprofil

Häufig entscheidet der erste Eindruck der Kundin bzw. des Kunden über ihre/seine spätere Kaufentscheidung. Das gilt nicht nur für die Verkaufsraumgestaltung, sondern auch im Besonderen für das Auftreten des Verkäufers/der Verkäuferin gegenüber den Kunden.

Nur zufriedene Kunden können dauerhaft an das Unternehmen gebunden werden. Dafür ist ein konsequent kundenorientiertes Verhalten die Voraussetzung.

Um den Kundenanforderungen zu entsprechen, sollte der Verkäufer/die Verkäuferin im Hinblick auf Erscheinungsbild, Sprache und Verhalten folgende Anforderungen erfüllen:

Erscheinungsbild

Der Verkäufer/die Verkäuferin sollte versuchen, durch regelmäßige Körperpflege und die richtige Auswahl einer zweckmäßigen und gepflegten Kleidung, die zum Stil des Geschäfts passt, einen guten Eindruck auf die Kunden zu machen.

Sprache

Für den Verkäufer/die Verkäuferin stellt die Sprache das wirksamste Verkaufsinstrument dar. Daher ist eine deutliche Aussprache, ein umfangreicher Wortschatz, eine sorgfältige Wortwahl und ein angemessenes Sprachniveau Voraussetzung für ein erfolgreiches Verkaufsgespräch.

Verhalten

Gute Umgangsformen helfen dem Verkäufer/der Verkäuferin dabei, das Vertrauen der Kunden zu gewinnen und eine angenehme Kaufatmosphäre zu schaffen. Zu den wichtigsten Eigenschaften, die der Verkäufer/die Verkäuferin dafür besitzen muss, zählen: Freundlichkeit, Höflichkeit, Ehrlichkeit, Engagement, Taktgefühl, Geduld und das Interesse am Kunden.

2. Kundenansprüche

Ansprüche an die Ware sind u. a.:

- gute Qualität
- angemessener Preis
- Zweckmäßigkeit
- Umweltverträglichkeit

Ansprüche an den Einzelhandelsbetrieb sind u. a.:

- bedarfsorientiertes Sortiment
- übersichtliche und ansprechende Warenpräsentation
- angenehme und erlebnisorientierte Kaufatmosphäre
- fachkundige Beratung
- freundliches, hilfsbereites Personal
- zuverlässige Produktinformationen
- umfangreiche Serviceleistungen
- problemlose Abwicklung von Reklamationen

Kaufwunsch

Der Kaufwunsch jedes Kunden/jeder Kundin ist der Ausdruck eines Bedürfnisses, das er/sie befriedigen möchte. Damit aus dem Wunsch zu kaufen tatsächlich eine Kaufentscheidung wird, müssen die Ware und der Einzelhandelsbetrieb die Ansprüche der Kunden erfüllen.

3. Fachkundige Beratung

Grundlage einer fachkundigen Beratung und damit eines erfolgreichen Verkaufsgesprächs sind:

- umfassende Waren- und Sortimentskenntnisse,
- gute Kenntnisse des eigenen Betriebs und dessen Arbeitsabläufe,
- Kenntnisse einzelhandelsrelevanter Gesetze,
- Menschenkenntnisse,
- Kenntnisse der Verkaufs- und Argumentationstechniken.

4. Informationsquellen Warekunde

Wichtige Informationsquellen über die Eigenschaften der Ware sind:

- Begutachtung und Überprüfung der Ware hinsichtlich Material, Zusammensetzung, Gebrauch und spezieller Eigenschaften
- Lesen von Gebrauchsanweisungen, Sicherheitshinweisen und Pflegeanleitungen
- Lesen von entsprechenden Fachzeitschriften und Fachbüchern
- Lesen unabhängiger Testergebnisse (z. B. Stiftung Warentest)
- Auswerten von Prospekten, Katalogen und Warenkundematerial der Hersteller
- Schauen warekundlicher Filme, Videos, DVD
- Veröffentlichungen im Internet, Internetrecherche
- Zuhören bei Verkaufsgesprächen erfahrener Mitarbeiter/-innen
- Informationsgespräche mit Vertretern der Hersteller
- E-Learning (z. B. Lernplattformen von Handelsverbänden und Herstellern)
- Besuch von Fachmessen und Ausstellungen
- Besuch von Schulungen und Seminaren

5. Fragetechnik

Die Beherrschung und der Einsatz einer richtigen und gezielten Fragetechnik erleichtert dem Verkäufer/der Verkäuferin die Bedarfsermittlung, unterstützt die Kunden bei ihrer Kaufentscheidung und verkürzt damit das Verkaufsgespräch.

Man unterscheidet zwischen Erkundungs-, Entscheidungs- und Suggestivfragen.

Die **Erkundungsfrage** hilft dem Verkäufer/der Verkäuferin, die erforderlichen Informationen von den Kunden zu erhalten, die für die Bedarfsermittlung und eine gezielte Warenauswahl benötigt werden.

Man spricht in diesem Zusammenhang auch von der **W-Frage** oder der **offenen Frage**. Durch das Nutzen der Fragewörter wie, wo, was, womit, welche etc. können die Kunden nicht mit ja oder nein antworten, sondern müssen ihre Vorstellungen von der Ware genau beschreiben.

Beispiele für Erkundungsfragen in wörtlicher Rede:

- „Womit kann ich Ihnen helfen?“
- „Für welchen Zweck ist die Ware bestimmt?“
- „Welche Funktionen soll die Ware haben?“
- „Zu welchem Kleidungsstil soll die Handtasche passen?“

Fortsetzung auf der nächsten Seite

2.06

Bezugskalkulation

Zur Ermittlung des günstigeren Angebotes je Set müssen Sie zunächst mit Hilfe der Bezugskalkulation den Einstandspreis des jeweiligen Angebotes ermitteln.

Von dem angegebenen Listenpreis ziehen Sie nacheinander die Wertabzüge, d. h. Liefererrabatt und Liefererskonto ab und addieren die Bezugskosten, d. h. Fracht, Rollgeld und Transportversicherung hinzu.

Kalkulationsschema	Angebot Firma Heise GmbH		Angebot Firma Schuster KG	
Listenpreis	20 Sets · 60,45 €	= 1.209,00 €	20 Sets · 60,45 €	= 1.209,00 €
- Liefererrabatt	- 15 % Rabatt	181,35 €	- 10 % Rabatt	120,90 €
= Zieleinkaufspreis		= 1.027,65 €		= 1.088,10 €
- Liefererskonto	- 3 % Skonto	30,83 €	- 2 % Skonto	21,76 €
= Bareinkaufspreis		= 996,82 €		= 1.066,34 €
+ Bezugskosten	+ Bezugskosten	9,98 €	+ Bezugskosten	-----
= Einstandspreis	= Einstandspreis	= 1.006,80 €	= Einstandspreis	= 1.066,34 €
Einstandspreis je Set	1.006,80 € : 20	= 50,34 €	1.066,34 € : 20	= 53,32 €

Zur Berechnung des Einstandspreises je Set wird der Einstandspreis der gesamten Bestellung durch die bestellte Stückzahl geteilt.

Das Angebot der Firma Heise GmbH stellt das günstigere Angebot mit einem Einstandspreis von 50,34 € je Set dar.

€ , ct
5 0 3 4

2.07

Kalkulation

Der Einzelhändler muss bei der Festlegung der Preise seine betrieblichen Kosten, seinen Gewinn und die Umsatzsteuer berücksichtigen.

Dafür addiert er zu dem errechneten Einstandspreis seinen Handlungskosten- und Gewinnzuschlag und den zurzeit gültigen Umsatzsteuersatz.

Zu den **Handlungskosten** gehören die im Betrieb entstehenden Geschäftskosten. Dazu zählen Personalkosten, Miete, Energiekosten, Betriebssteuern und Abschreibungen. Da der Einzelhändler aber nicht feststellen kann, welche Handlungskosten exakt auf jede einzelne Ware entfallen, arbeitet er mit einem prozentualen Zuschlag auf den Einstandspreis (= 100 %) – dem Handlungskostenzuschlag (HKZ).

(Einstandspreis + Handlungskostenzuschlag = Selbstkostenpreis)

Der **Gewinnzuschlag** beinhaltet den Unternehmerlohn, die Eigenkapitalverzinsung und einen Zuschlag für das Unternehmerrisiko. Der Gewinnzuschlag wird dem Selbstkostenpreis (= 100 %) hinzugerechnet.

(Selbstkostenpreis + Gewinnzuschlag = Nettoverkaufspreis)

Da der Einzelhändler laut Preisangabenverordnung seine Waren nur zu Bruttoverkaufspreisen anbieten darf, wird der **Umsatzsteuersatz** dem errechneten Nettoverkaufspreis (= 100 %) zugeschlagen.

(Nettoverkaufspreis + Umsatzsteuersatz = Bruttoverkaufspreis)

Berechnung der Handlungskosten in €:

Der Einstandspreis für das 4-teilige Schulset „Protection“ beträgt 50,34 € (s. Lösung 2.06)

$$\begin{array}{l} \text{Einstandspreis} \quad 100 \% \triangleq \mathbf{50,34 \text{ €}} \\ \text{Handlungskostenzuschlag} \quad 45 \% \triangleq x \\ x = \frac{50,34 \text{ €} \cdot 45 \%}{100 \%} = 22,65 \text{ €} \end{array}$$

Berechnung des Gewinns in €:

$$\begin{array}{l} \text{Selbstkostenpreis} \quad 100 \% \triangleq 72,99 \text{ €} \\ \text{Gewinnzuschlag} \quad 15 \% \triangleq x \\ x = \frac{72,99 \text{ €} \cdot 15 \%}{100 \%} = 10,95 \text{ €} \end{array}$$

Berechnung der Umsatzsteuer in €:

$$\begin{array}{l} \text{Nettoverkaufspreis} \quad 100 \% \triangleq 83,94 \text{ €} \\ \text{Umsatzsteuersatz} \quad 19 \% \triangleq x \\ x = \frac{83,94 \text{ €} \cdot 19 \%}{100 \%} = 15,95 \text{ €} \end{array}$$

$$\begin{array}{r} \text{Einstandspreis} \quad \mathbf{50,34 \text{ €}} \\ + \text{Handlungskosten} \quad 22,65 \text{ €} \\ \hline = \text{Selbstkostenpreis} \quad \mathbf{72,99 \text{ €}} \end{array}$$

$$\begin{array}{r} \text{Selbstkostenpreis} \quad 72,99 \text{ €} \\ + \text{Gewinn} \quad 10,95 \text{ €} \\ \hline = \text{Nettoverkaufspreis} \quad \mathbf{83,94 \text{ €}} \end{array}$$

$$\begin{array}{r} \text{Nettoverkaufspreis} \quad 83,94 \text{ €} \\ + \text{Umsatzsteuer} \quad 15,95 \text{ €} \\ \hline = \text{Bruttoverkaufspreis} \quad \mathbf{99,89 \text{ €}} \end{array}$$

Kalkulationsschema:

Einstandspreis		50,34 €
+ Handlungskostenzuschlag	+ 45 % HKZ	22,65 €
= Selbstkostenpreis		= 72,99 €
+ Gewinnzuschlag	+ 15 % Gewinnzuschlag	10,95 €
= Nettoverkaufspreis		= 83,94 €
+ Umsatzsteuer	+ 19 % Umsatzsteuer	15,95 €
= Bruttoverkaufspreis	= Bruttoverkaufspreis	= 99,89 €

Sie können das Schulset „Protection“ zu einem Bruttoverkaufspreis von 99,89 € anbieten.

€ , ct
9 9 | 8 9

2.08

Gewinn/Gewinnzuschlag

- a) Mit Hilfe der **Differenzkalkulation** wird bei einem gegebenen Einstandspreis, Handlungskostenzuschlagssatz und Bruttoverkaufspreis der Gewinn bzw. der Gewinnzuschlag berechnet.

Die Differenz zwischen dem Nettoverkaufs- und dem Selbstkostenpreis ergibt den Gewinn in Euro.

Der Einstandspreis je Set beträgt für das Schulrucksack-Set „Comfort“ 53,32 € (siehe Lösung 2.06).

Mit Hilfe der **Rückwärtskalkulation** wird vom Bruttoverkaufspreis auf den Nettoverkaufspreis (= 100 %) zurückgerechnet.

Berechnung des Nettoverkaufspreises in €:

Nettoverkaufspreis	100 %
+ Umsatzsteuer	19 %
= Bruttoverkaufspreis	119 %

Bruttoverkaufspreis	119 % \triangleq 98,00 €
Nettoverkaufspreis	100 % \triangleq x

$$x = \frac{98,00 \cdot 100 \%}{119 \%} = 82,35 \text{ € Nettoverkaufspreis}$$

Berechnung des Selbstkostenpreises:

Einstandspreis	100 % \triangleq 53,32 €
Handlungskostenzuschlag	45 % \triangleq x

$$x = \frac{53,32 \text{ €} \cdot 45 \%}{100 \%} = 23,99 \text{ €}$$

Einstandspreis	53,32 €
+ Handlungskosten	23,99 €
= Selbstkostenpreis	77,31 €

Berechnung des Gewinns:

Nettoverkaufspreis	82,35 €
- Selbstkostenpreis	77,31 €
= Gewinn	5,04 €

Der noch zu erzielende Gewinn in Euro beträgt 5,04 €.

€ , ct
5 | 0 | 4

b) Der Gewinnzuschlag in Prozent ergibt sich, wenn der Gewinn in Euro in ein prozentuales Verhältnis zum Selbstkostenpreis (= 100 %) gesetzt wird.

Selbstkostenpreis $\hat{=}$ 100 %

Gewinn in Euro $\hat{=}$ x

Formel Gewinnzuschlag:

$$\text{Gewinnzuschlag} = \frac{\text{Gewinn in Euro} \cdot 100 \%}{\text{Selbstkostenpreis}}$$

Selbstkostenpreis 77,31 € $\hat{=}$ 100 %

Gewinn 5,04 € $\hat{=}$ x

$$x = \frac{100 \% \cdot 5,04 \text{ €}}{77,31 \text{ €}} = \mathbf{6,52 \% \text{ Gewinnzuschlag}}$$

Der Gewinn von 5,04 € entspricht einem prozentualen Gewinnzuschlag von 6,52 %.

% ,
6 | 5 | 2

Kalkulationsschema:

Einstandspreis		53,32 €
+ Handlungskostenzuschlag	+ 45 % HKZ	23,99 €
= Selbstkostenpreis		= 77,31 €
+ Gewinnzuschlag	+ Gewinn 6,52 %	5,04 €
= Nettoverkaufspreis		= 82,35 €
+ Umsatzsteuer	+ 19 % Umsatzsteuer	15,65 €
= Bruttoverkaufspreis	= Bruttoverkaufspreis	= 98,00 €

3.08

Franchising

a) Die Auswahlantwort **1.** ist richtig.

1

Franchising ist eine besondere Form der Kooperation zwischen einem Hersteller und einem Einzelhändler. Der Franchise-Geber bietet dem Franchise-Nehmer, auf der Basis eines langfristigen Vertrages, ein Beschaffungs-, Absatz- und Organisationskonzept und verschafft ihm das Recht an der Nutzung einer Marke oder eines Firmennamens.

Der Franchise-Nehmer ist dabei im eigenen Namen und auf eigene Rechnung tätig. Alle beteiligten Franchise-Nehmer treten den Kunden gegenüber einheitlich auf. Der Franchise-Nehmer hat das Recht und die Pflicht, das Franchise-Paket gegen die Zahlung eines bestimmten Betrages zu nutzen und das Kapital und die Arbeitskräfte zu stellen.

b) Die Auswahlantworten **3.** und **5.** sind richtig.

3

5

Das Franchise-System bietet beiden Vertragsparteien Vorteile.

Vorteile für den Franchise-Nehmer:

- er erhält das Recht auf die Nutzung eines Waren- oder Markenzeichens
- er erhält ein Beschaffungs-, Absatz- und Organisationskonzept
- er bleibt rechtlich selbstständig
- er erhält bei der Gründung eines Einzelhandelsbetriebes günstige Startbedingungen (z. B. Finanzierung)

Vorteile des Franchise-Gebers:

- er erreicht eine Vereinfachung der Markterschließung durch die Aufnahme neuer Partner
- die Vertriebskosten und des Absatzrisiko werden vom Franchisenehmer getragen
- er hat geringe Investitionskosten
- er kann Einfluss auf die Vertragspartner wie bei einem Filialsystem nehmen

Die Nachteile für den Franchise-Nehmer liegen in der sehr engen Bindung an den Franchise-Geber, in der Verpflichtung zur Zahlung einer Umsatzprovision und in der starken Einschränkung bei der individuellen Präsentation des eigenen Unternehmens.

3.09

Kooperation

Die Auswahlantworten **1.**, **2.** und **4.** sind richtig.

1

2

4

Mit der Kooperation versuchen die beteiligten Unternehmen durch die Zusammenarbeit in bestimmten Bereichen Arbeitsabläufe zu rationalisieren, damit ihre Kosten zu senken und so ihre Wettbewerbsfähigkeit zu verbessern, um so ihre Stellung am Markt zu erhalten oder auszubauen.

Maßnahmen, um dieses Ziel zu erreichen, können u. a. sein:

- der gemeinsame Einkauf der Ware zur Verbesserung der Einkaufs- und Lieferkonditionen mit dem Ziel der Optimierung der Warenversorgung,
- Austausch von Erfahrungen und Nutzen des Wissens und der Kompetenz des Kooperationspartners,
- ggf. gemeinsame Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter

3.10

Wettbewerbsbeschränkungen

Das **Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB)** dient der Sicherung und Erhaltung des Wettbewerbs und bildet damit die wesentliche Grundlage für die Wettbewerbspolitik.

Nach dem GWB sind grundsätzlich alle Verträge und Absprachen zwischen Unternehmen verboten, die den Wettbewerb verhindern, einschränken oder verfälschen.

Das Gesetz enthält u. a. Vorschriften

- zum Verbot von wettbewerbseinschränkenden Vereinbarungen (z. B. Verbot von Preisabsprachen, bei denen die beteiligten Unternehmen festlegen, zu welchem Preis sie ihre vergleichbaren Produkte verkaufen) – **Verbot von Kartellen**
- zum Verbot wettbewerbsbeschränkender einseitiger Handlungen marktbeherrschender und marktstarker Unternehmen – **Aufsicht über die Ausübung von Marktmacht**
- zur Kontrolle von Unternehmenszusammenschlüssen, die zu einer marktbeherrschenden Stellung führen – **Fusionskontrolle**

Mit der 11. Novelle des GWB erhält das Gesetz ein weiteres Eingriffsinstrument, um Behinderungen eines freien und fairen Wettbewerbs effektiv abzustellen.

Werden nach der Untersuchung eines Wirtschaftsbereichs, der so genannten Sektoruntersuchung, erhebliche und fortwährende Störungen des Wettbewerbs festgestellt, kann das Bundeskartellamt durch verschiedene Abhilfemaßnahmen zeitlich begrenzt in den Wettbewerb eingreifen.

Das Bundeskartellamt, der Bundeswirtschaftsminister und die Europäische Kommission sind für die Kontrolle und Anwendung des Gesetzes zuständig.

Das **Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)** verbietet irreführende geschäftliche Handlungen, vergleichende Werbung und die unzumutbare Belästigung durch den Werbenden.

Unter irreführender Werbung versteht das Gesetz irreführende Angaben über:

- die eigenen geschäftlichen Verhältnisse, insbesondere die Eigenschaften und die Rechte des Werbenden
- die Merkmale der Ware oder Dienstleistungen wie Verfügbarkeit, Art, Ausführung, Zusammensetzung, Verfahren und Zeitpunkt der Herstellung, Menge, Beschaffenheit und Güte
- den Anlass des Verkaufs, den Preis sowie die Bedingungen, unter denen die Ware geliefert oder die Dienstleistungen gestellt werden.

Vergleichende Werbung ist jede Werbung, die unmittelbar oder mittelbar

- einen Mitbewerber oder die von einem Mitbewerber angebotenen Waren oder Dienstleistungen erkennbar macht,
- die zu Verwechslungen führt oder den Mitbewerber herabsetzt oder verunglimpft.

Unlauter im Sinne des UWG handelt der Werbende auch, wenn er einen Marktteilnehmer in unzumutbarer Weise belästigt. Unzumutbar ist die Werbung, wenn

- erkennbar ist, dass der Empfänger die Werbung nicht wünscht,
- Werbung durch Telefonanrufe bei Verbrauchern ohne deren Einwilligung erfolgt,
- Werbung unter Verwendung von elektronischer Post (z.B. Fax, E-Mail) ohne Einwilligung des Adressaten erfolgt,
- Werbung durch Nachrichten erfolgt, welche die Identität des Absenders verschleiert oder verheimlicht.

Die **Preisangabenverordnung (PAngV)** schreibt dem Einzelhändler vor, dass

- für die angebotenen Waren und Leistungen der Gesamtpreis anzugeben ist,
- der Gesamtpreis ist der Preis, der einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile zu zahlen ist,
- soweit es der allgemeinen Verkehrsauffassung entspricht, auch die Verkaufs- und Leistungseinheit und die Gütebezeichnung anzugeben sind,
- bei Fertigpackungen, offenen Packungen oder Waren, die ohne Umhüllung nach Gewicht, Volumen, Länge oder Fläche angeboten werden, neben dem Gesamtpreis auch der Grundpreis unmissverständlich, klar erkennbar und gut lesbar anzugeben ist,
- die Mengeneinheit für den Grundpreis in der Regel jeweils 1 Kilogramm, 1 Liter, 1 Kubikmeter, 1 Meter oder 1 Quadratmeter der Ware ist.

-
- a) Preise sind für den Endverbraucher einschließlich der Umsatzsteuer anzugeben. 3
Preisangabenverordnung § 1 (1)
-
- b) Für Kredite müssen Banken den effektiven Jahreszinssatz angeben. 3
Preisangabenverordnung § 6 (1)
-
- c) Verkaufsanlass, Preis und die Bedingungen, unter denen die Ware geliefert wird, müssen für die Kunden eindeutig und klar erkennbar sein. 2
Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb § 5 (1)
-
- d) Verbot von Unternehmenszusammenschlüssen, wenn dadurch eine marktbeherrschende Stellung entsteht. 1
Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen § 19
-
- e) Werbung durch Telefonanrufe bei Verbrauchern ohne deren Einwilligung stellt eine unzumutbare Belästigung dar. 2
Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb § 7 (2)
-

Information

Preisangabenverordnung

Die **Preisangabenverordnung (PAngV)** sieht u. a eine zusätzliche Preisangabenpflicht bei Preiserhöhungen für Waren vor.

- Händler müssen bei jeder Bekanntgabe einer beworbenen Preisherabsetzung (z. B. „reduziert“ oder „jetzt preiswerter“) den niedrigsten Gesamtpreis angeben, der für diese Ware innerhalb der letzten 30 Tage verlangt wurde.
Wird die Ware seit weniger als 30 Tage angeboten, ist der niedrigste Gesamtpreis anzugeben, der vom Verbraucher seit dem Zeitpunkt des Anbietens der Ware verlangt wurde.
- Ausgenommen von dieser Regelung sind leicht verderbliche Waren, die für den Abverkauf vor Ablauf des Haltbarkeitsdatums reduziert ausgezeichnet werden.

3.32

Berufsausbildung

Bei der Auswahl und der Einstellung von Auszubildenden gehen Sie folgendermaßen vor:

Chronologische Reihenfolge:

1. Sie melden dem Arbeitsamt die offenen Ausbildungsplätze und bitten um die Vermittlung geeigneter Bewerber.
2. Sie sichten alle vorliegenden Bewerbungsunterlagen und treffen eine erste Auswahl.
3. Sie laden die ausgewählten Bewerber zum Vorstellungsgespräch ein.
4. Sie wählen aufgrund der Bewerbungsunterlagen und Ihrem Eindruck aus den Vorstellungsgesprächen, sechs geeignete Bewerber aus und bieten ihnen einen Berufsausbildungsvertrag an.
5. Sie erstellen die Berufsausbildungsverträge und geben sie an die IHK mit der Bitte um Eintrag in das Verzeichnis der Berufsausbildungsverhältnisse weiter.

- | | |
|---|---|
| a) Sie erstellen die Berufsausbildungsverträge und geben sie an die IHK mit der Bitte um Eintrag in das Verzeichnis der Berufsausbildungsverhältnisse weiter. | 5 |
| b) Sie laden die ausgewählten Bewerber zum Vorstellungsgespräch ein. | 3 |
| c) Sie sichten alle vorliegenden Bewerbungsunterlagen und treffen eine erste Auswahl. | 2 |
| d) Sie melden dem Arbeitsamt die offenen Ausbildungsplätze und bitten um die Vermittlung geeigneter Bewerber. | 1 |
| e) Sie wählen aufgrund der Bewerbungsunterlagen und Ihrem Eindruck aus den Vorstellungsgesprächen, sechs geeignete Bewerber aus und bieten ihnen einen Berufsausbildungsvertrag an. | 4 |

3.33

Berufsausbildung

Auswahlantwort **1.**, **3.** und **5.** sind richtig.

1 3 5

Das Berufsbildungsgesetz schreibt in § 11 vor, dass der Ausbildende unverzüglich nach Abschluss des Berufsausbildungsvertrages, spätestens vor Beginn der Berufsausbildung, den wesentlichen Inhalt des Vertrages schriftlich niederlegen muss. Die elektronische Form ist ausgeschlossen:

In der Niederschrift sind mindestens festzuhalten:

1. Name und Anschrift des Ausbildenden sowie des/der Auszubildenden, bei Minderjährigen zusätzlich Name und Anschrift der gesetzlichen Vertreter.
2. Art, sachliche und zeitliche Gliederung sowie Ziel der Berufsausbildung, insbesondere die Berufstätigkeit, für die ausgebildet werden soll,
3. Beginn und Dauer der Berufsausbildung,
4. Ausbildungsstätte und Ausbildungsmaßnahmen außerhalb der Ausbildungsstätte,
5. Dauer der regelmäßigen täglichen Ausbildungszeit,
6. Dauer der Probezeit,
7. Zahlung und Höhe der Vergütung,
8. Vergütung oder Ausgleich von Überstunden,
9. Dauer des Urlaubs,
10. Voraussetzungen, unter denen der Berufsausbildungsvertrag gekündigt werden kann,
11. ein in allgemeiner Form gehaltener Hinweis auf die Tarifverträge, Betriebs- oder Dienstvereinbarungen, die auf das Berufsausbildungsverhältnis anzuwenden sind,
12. die Form des Ausbildungsnachweises (schriftlicher oder elektronischer Ausbildungsnachweis).

Der Berufsausbildungsvertrag ist vom Ausbildenden, dem Auszubildenden und dessen gesetzlichen Vertretern zu unterzeichnen.

3.34

Berufsausbildungsvertrag

Die Auswahlantworten **1.**, **3.** und **5.** sind richtig.

1 3 5

Das Jugendarbeitsschutzgesetz (JArbSchG) enthält Schutzvorschriften für alle Jugendlichen unter 18 Jahren, die in einem Ausbildungs- und Arbeitsverhältnis stehen. Ziel ist es, die Jugendlichen vor einer Gefährdung ihrer Gesundheit oder der Störung ihrer Entwicklung zu schützen.

Jeder Arbeitgeber ist verpflichtet, die Vorschriften dieses Gesetzes zu beachten.

Bei der Vertragsniederschrift müssen u. a. folgende Regelungen des JArbSchG berücksichtigt werden: Die Dauer der täglichen Arbeitszeit, Urlaubsansprüche und Vorschriften zu notwendigen ärztlichen Untersuchungen.