



Sabine Dölemeyer

Kaufmann im Einzelhandel Kauffrau im Einzelhandel

Prüfungstrainer
Fachgespräch in der Wahlqualifikation

Aufgabenteil

Bestell-Nr. 272

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/272-2022.zip

BITTE BEACHTEN:

Zu diesem Prüfungstrainer gehört auch noch ein **Lösungsteil**.



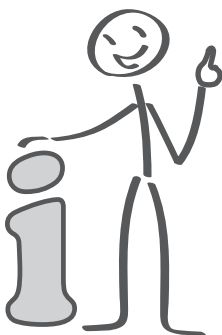
3. Auflage 2022 · ISBN 978-3-95532-272-4

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

	Seite
Vorwort	5
Wahlqualifikation 1: Beratung von Kunden in komplexen Situationen	7
Wahlqualifikation 2: Beschaffung von Waren	21
Wahlqualifikation 3: Warenbestandssteuerung	35
Wahlqualifikation 4: Kaufmännische Steuerung und Kontrolle	49
Wahlqualifikation 5: Marketingmaßnahmen	63
Wahlqualifikation 6: Onlinehandel	77
Wahlqualifikation 7: Mitarbeiterführung und -entwicklung	91
Wahlqualifikation 8: Vorbereitung unternehmerischer Selbstständigkeit	105



ACHTUNG!

Sollte es für diesen Prüfungstrainer Aktualisierungen oder Änderungen geben, kannst du diese herunterladen unter

www.u-form.de/addons/272-2022.zip

Hier findest du auch umfangreiche Informationen zu Aufbau, Ablauf und Bewertung der Prüfung.



1

Wahlqualifikation: Beratung von Kunden in komplexen Situationen

(§ 5 Absatz 4, Nummer 1)

Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten:

- im Beratungsgespräch vertiefte Kenntnisse aus einem Warenbereich mit mindestens zwei Warengruppen anwenden, dabei Leistungsversprechen des Unternehmens gegenüber Kunden vertreten
- Kaufmotive und Wünsche von Kunden durch Beobachten, aktives Zuhören und Fragen ermitteln und diese in Verkaufs- und Beratungsgesprächen berücksichtigen
- im Beratungsgespräch Kommunikationstechniken zur Förderung der Kundenzufriedenheit einsetzen
- Selbst- und Fremdbild reflektieren und bei der Kommunikation berücksichtigen
- Kunden über qualitäts- und preisbestimmende Merkmale sowie über Verwendungsmöglichkeiten der Waren informieren
- Merkmale von Herstellermarken und Handelsmarken im Beratungsgespräch herausstellen
- die Bedeutung von Qualitäts- und Gütesiegeln von Waren im Beratungsgespräch herausstellen
- die Gesundheits- und Umweltverträglichkeit sowie die Nachhaltigkeit von Waren beurteilen und Kunden hierüber informieren
- Einwänden von Kunden überzeugend begegnen und den Verkaufsabschluss fördern
- Trends und aktuelle Entwicklungen beobachten und als Verkaufsargument nutzen
- Informationsquellen zur Aneignung warenbezogener Kenntnisse nutzen
- Kunden über rechtliche und betriebliche Rücknahmeregelungen sowie über umweltgerechte Möglichkeiten der Entsorgung von Waren informieren
- Umtausch, Beschwerde und Reklamation auch in schwierigen Situationen unter Anwendung rechtlicher und betrieblicher Regelungen lösen und dabei sowohl die Interessen des Unternehmens vertreten als auch kundenorientiert handeln
- Ursachen von Konflikten in Verkaufssituationen analysieren und Schlussfolgerungen für künftige Verkaufsgespräche ableiten
- Stress auslösende Faktoren identifizieren und Strategien zur Stressbewältigung anwenden



2

Wahlqualifikation: Beschaffung von Waren

(§ 5 Absatz 4, Nummer 2)

Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten:

- den Warenbedarf für das Ausbildungssortiment unter Berücksichtigung von Kennziffern aus dem Warenwirtschaftssystem sowie unter Berücksichtigung künftiger verkaufsrelevanter Ereignisse ermitteln
- Waren unter Berücksichtigung von Bestellverfahren und Liefermodalitäten disponieren
- die Einhaltung von Vertrags- und Zahlungsbedingungen aus Beschaffungsverträgen kontrollieren und bei Abweichungen geeignete Maßnahmen einleiten
- Maßnahmen zur Sicherstellung der Vollständigkeit der Waren ergreifen und bewerten
- Vorschläge zur Gestaltung des Warensortiments nach Auswertung warenwirtschaftlicher Daten erarbeiten, dabei insbesondere Umsatz, Handelsspanne, Qualität, Trends, Zielgruppen, Standort, Nachhaltigkeit und die Wettbewerbssituation beachten
- an der Herausnahme und Neuaufnahme von Waren mitwirken



3

Wahlqualifikation: Warenbestandssteuerung (§ 5 Absatz 4, Nummer 3)

Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten:

- Bestandsstatistiken erstellen, führen und auswerten
- Bestands- und Umsatzkennziffern analysieren und entsprechende Statistiken nutzen
- Maßnahmen zur Umsatzsteigerung, Ertragsverbesserung und Bestandsoptimierung ableiten sowie Umsetzungsvorschläge entwickeln und umsetzen
- Warenbestände unter Berücksichtigung der Bestellvorschläge des Warenwirtschaftssystems erfolgsorientiert steuern
- Ursachen für Inventurdifferenzen feststellen, Vorschläge für Maßnahmen zur Vermeidung von Inventurdifferenzen entwickeln und bei deren Umsetzung mitwirken

4

Wahlqualifikation: Kaufmännische Steuerung und Kontrolle

(§ 5 Absatz 4, Nummer 4)

Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten:

- Ergebnisse der Kosten- und Leistungsrechnung analysieren und Schlussfolgerungen ableiten
- Ergebnisse der betrieblichen Erfolgsrechnung analysieren und Verbesserungsmöglichkeiten, insbesondere unter Berücksichtigung des Rohertrages, entwickeln
- Statistiken erstellen und auswerten
- betriebliche Kennzahlen ermitteln und bewerten sowie Schlussfolgerungen ableiten, Maßnahmen vorschlagen sowie an deren Umsetzung mitwirken
- Auswirkungen unterschiedlicher Faktoren, insbesondere von Preisgestaltung, Beständen sowie Kosten, auf Kalkulation und Ertrag beurteilen
- Maßnahmen zur Verbesserung betrieblicher Arbeitsprozesse vorschlagen und an deren Umsetzung mitwirken



Sabine Dölemeyer

Kaufmann im Einzelhandel Kauffrau im Einzelhandel

Prüfungstrainer
Fachgespräch in der Wahlqualifikation

Lösungsteil

Bestell-Nr. 272



1

Wahlqualifikation: Beratung von Kunden in komplexen Situationen

(§ 5 Absatz 4, Nummer 1)

Lösungshinweise zur Ausgangssituation 1:

a) **Persönliche Eigenschaften eines guten Verkaufsmitarbeiters/einer guten Verkaufsmitarbeiterin sind u. a.:**

- Ehrlichkeit
- Einfühlungsvermögen (Empathie)
- Flexibilität
- Freundlichkeit
- Geduld
- gute Umgangsformen
- Höflichkeit
- Kommunikationsfähigkeit
- Konfliktfähigkeit
- Konzentration
- Merkfähigkeit
- Sorgfalt

b) *Um den Kundenanforderungen zu entsprechen, sollten Sie folgende Anforderungen erfüllen:*

Verhalten

- gute Umgangsformen, die hilfreich sind, um das Vertrauen der Kunden zu gewinnen und um eine angenehme Kaufatmosphäre zu schaffen
- Interesse am Kunden
- Engagement
- Freundlichkeit
- Höflichkeit
- Hilfsbereitschaft
- Ehrlichkeit
- Taktgefühl
- Geduld

Sprache

- deutliche Aussprache, angepasste Lautstärke
- umfangreicher Wortschatz
- sorgfältige Wortwahl
- angemessenes Sprachniveau
- geeigneter Einsatz von Fachbegriffen

Erscheinungsbild

- regelmäßige Körperpflege
- zweckmäßige und gepflegte Kleidung, die zum Stil des Geschäftes passt

Körpersprache

- die Körpersprache spiegelt die Stimmung des Verkaufsmitarbeiters wider
- positive Grundhaltung
- freundlicher Gesichtsausdruck
- natürliches Lächeln
- offener Blick
- dezente Mimik und Gestik
- aufrechte und natürliche Körperhaltung

Beratung von Kunden in komplexen Situationen

c) **Grundlagen einer fachkundigen Beratung** und damit eines erfolgreichen Verkaufsgesprächs sind:

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

d) Wichtige **Informationsquellen** zur Erweiterung Ihrer **Produkt-, Waren- und Sortimentskenntnisse** sind:

- Betrachten, Prüfen und Ausprobieren der Ware
- Lesen der Gebrauchsanweisungen
- Informationen durch Fachzeitschriften und Fachbücher
- Testberichte von Verbraucherverbänden oder Warenprüfinstituten
- Aufklärungsschriften, Prospekte, Broschüren und Werbeschriften der Hersteller
- warenkundliche Filme, Videos, DVD
- Veröffentlichungen im Internet
- Gespräche mit Vertretern der Hersteller
- Besuch von Fachmessen
- Informationen im unternehmenseigenen Intranet

e) Im Wettbewerb der Einzelhändler hat der Erlebniskauf (**Visual Merchandising**) eine große Bedeutung. Um sich am Markt zu behaupten, Stammkunden zu binden und neue Kunden zu gewinnen, ist es wichtig, den Kunden die Waren im Verkaufsraum, im Schaufenster und in der Werbung so zu präsentieren, dass eine angenehme Kaufatmosphäre entsteht, die Erlebnischarakter hat. Damit gehen die Maßnahmen des Visual Merchandising über die allgemeine Verkaufsförderung hinaus.

Die Ladenausstattung, die Kundenführung, die Präsentation der Ware, die Sortimentsauswahl und die Sortimentsgruppierung soll die Kunden faszinieren und zum Kauf animieren.

Untersuchungen haben ergeben, dass viele Kunden sich spontan zum Kauf entscheiden. Das bedeutet, sie kaufen dort, wo es ihnen gefällt.

Folgende Aspekte sind den Kunden dabei wichtig:

- Ordnung und Sauberkeit
- moderne und ansprechende Ladengestaltung
- leise Hintergrundmusik
- Ruhezonen
- fachkundiges Personal
- guter Kundenservice

Damit die Kunden den Kauf aber als Erlebnis empfinden, wünschen sie sich u. a.:

- eine angenehme und anregende Einkaufsatmosphäre,
- eine Warenpräsentation, die Kombinations- und Gestaltungsmöglichkeiten vermittelt, aktuelle Trends aufzeigt und Anregungen für ergänzende Produkte unterbreitet,
- auffällige Dekorationen als Eyecatcher,
- Produktproben,
- Events (z. B. Autogrammstunden) und
- Attraktionen für Kinder.

Ziel des Visual Merchandising ist es, den Kunden durch das Zusammenspiel von Kaufatmosphäre und Warenangebot zum Kauf zu animieren, d. h. die Steigerung des Umsatzes durch mehr Kunden und/oder durch höheren Umsatz je Kunde/Kundin.



2

Wahlqualifikation: Beschaffung von Waren

(§ 5 Absatz 4, Nummer 2)

Lösungshinweise zur Ausgangssituation 1:

a) 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
- Mitbewerbersituation
- Kundenstruktur
- Kaufverhalten
- Warenbezugskosten
- Handelsspanne
- Einflüsse der Hersteller und Lieferanten
- Auswertung der eigenen Umsatz- und Absatzstatistiken

b) Aus dem vielfältigen Angebot des Marktes wählen Sie die entsprechenden Waren aus und stellen ein **kunden- und bedarfsgerechtes Sortiment** zusammen.

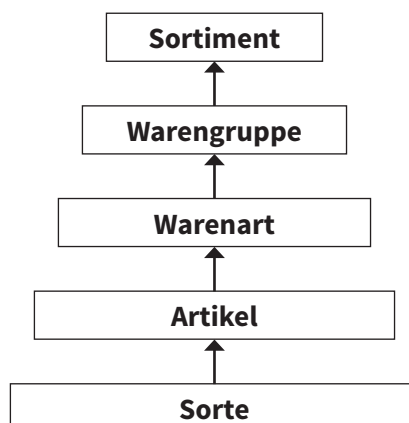
Dies setzt voraus, dass Sie die Kundenstruktur in Ihrem Einzugsgebiet genau kennen.

Sie benötigen Informationen über:

- die Zusammensetzung Ihrer Kundschaft nach Alter und Geschlecht
- die Einkommensverhältnisse und damit die Kaufkraft Ihrer Kundschaft
- die Einkaufs- und Verbrauchergewohnheiten (z.B. Sparneigung, zunehmendes Preis-, Qualitäts- und Umweltbewusstsein) Ihrer Kundschaft

c) Unter Sortiment versteht man die Gesamtheit aller Waren und Dienstleistungen, die ein Einzelhändler seinen Kunden anbietet.

Die Sorte ist dabei die kleinste Einheit des Sortiments. Gleichartige Sorten, die sich nur nach Menge, Größe, Gewicht, Farbe und Musterung unterscheiden, bilden den Artikel. Artikel mit ähnlicher Verwendung, Form, Herkunft oder Herstellung bilden die Warenart. Ähnliche Warenarten werden in Warengruppen zusammengefasst.



Beschaffung von Waren

- d) Die **Sortimentsbreite** wird durch die Zahl der Warengruppen bestimmt. Je mehr Warengruppen angeboten werden, umso breiter ist das Sortiment. Werden nur wenige Warengruppen angeboten, spricht man von einem schmalen Sortiment.

Beispiel:

Ein Warenhaus verfügt über ein breites Sortiment, da es eine Vielzahl von Warengruppen anbietet (z.B. Lebensmittel, Bekleidung, Kosmetikartikel, Schreibwaren und Bücher, Haushaltswaren, Elektroartikel, Schmuck und Uhren, Tabakwaren).

Das Sortiment eines Spezialgeschäftes ist schmal, da nur eine oder wenige Warengruppen angeboten werden (z.B. Wolle, Strick- und Häkelzubehör).

Die **Sortimentstiefe** ist gekennzeichnet durch die Vielfalt der Artikel- und Sortenzahl. Je mehr Artikel innerhalb einer Warengruppe geführt werden, umso tiefer ist das Sortiment. Ist die Auswahl innerhalb einer Warengruppe gering, spricht man von einem flachen Sortiment.

Beispiel:

Das Sortiment eines Discounters ist innerhalb der Warengruppen eher flach, da nur wenige unterschiedliche Artikel angeboten werden (z.B. nur zwei unterschiedliche Kaffeesorten).

Das Sortiment eines Spezialgeschäftes ist tief, da es innerhalb der angebotenen Warengruppe eine große Auswahl gibt (z.B. Wolle, Strumpf-, Stick- und Häkelgarne, Strick-, Näh- und Häkelnadeln, Handarbeitsanleitungen).

- e) Im Einzelhandel kommen im Wesentlichen drei Bedienungsformen vor: die Vollbedienung, die Selbstbedienung und das Vorwahlsystem. Meist lassen sie sich den einzelnen Betriebsformen eindeutig zuordnen, können aber auch gleichzeitig auftreten, z.B. im Warenhaus.

Beim **Vorwahlsystem** können sich die Kunden zwanglos über das Warenangebot informieren und selbstständig die Ware wählen. Eine Beratung durch den Verkaufsmitarbeiter/die Verkaufsmitarbeiterin findet nur dann statt, wenn der Kunde/die Kundin dies wünscht.

Bei der **Selbstbedienung** führen die Kunden alle Tätigkeiten selbst und ohne unmittelbaren Kontakt zum Verkaufsmitarbeiter/zur Verkaufsmitarbeiterin aus. Wenn auch der Zahlungsvorgang automatisiert wird (z.B. durch Selbstkassierkassen), erfolgt der Einkauf ohne unmittelbaren Kontakt zum Verkaufsmitarbeiter/zur Verkaufsmitarbeiterin.

Bei der **Vollbedienung** berät der Verkaufsmitarbeiter/die Verkaufsmitarbeiterin die Kunden, erklärt ihnen die Ware und unterstützt sie bei der Warenauswahl. Die Verkaufshandlung wird hauptsächlich vom Verkaufsmitarbeiter/von der Verkaufsmitarbeiterin bestimmt.

Diese Bedienungsform findet man vor allem bei beratungsintensiven Waren.