



Sabine Dölemeyer

# **Kaufmann/Kauffrau im Einzelhandel, Teil 1 Verkäufer/Verkäuferin**

Prüfungstrainer Abschlussprüfung  
Übungsaufgaben und erläuterte Lösungen

## **Aufgabenteil**

Bestell-Nr. 483

## 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/483-2022.zip](http://www.u-form.de/addons/483-2022.zip)

### **BITTE BEACHTEN:**

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



3. Auflage 2022 · 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](http://www.u-form.de) | E-Mail: [uform@u-form.de](mailto: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 Ihnen 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 Ihnen, die Aufgaben zunächst ohne Zuhilfenahme des Lösungsteils zu bearbeiten. Da Sie in Ihrer Abschlussprüfung einen Teil der Ergebnisse in einen Lösungsbogen eintragen müssen, haben wir einen solchen Lösungsbogen beigelegt, damit Sie dieses Verfahren schon einmal üben können. Mehr zu den Aufgabentypen und ihrer Bearbeitung erfahren Sie auf den folgenden Seiten.

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg bei Ihrer Prüfung!

### **Hinweis:**

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

# Inhaltsverzeichnis Aufgabenteil

<b>Bereich</b>	<b>Seite</b>
Vorwort	3
<b>Lösungsbogen zum Heraustrennen</b>	<b>nach Seite 12</b>
Ausgangssituation	13
<b>1. Verkauf und Werbemaßnahmen</b>	
<b>1.01</b>	
1. Umsatzentwicklung	14
2. Berechnung des prozentualen Umsatzverlusts	14
3. Mitbewerberbeobachtung	14
4. Sortimentspolitik	14
5. Über- und Untersortiment	15
6. Sortimentsänderung	15
7. Kern- und Randsortiment	15
<b>1.02</b>	
1. Teambesprechung	15
2. Gruppenarbeit	15
3. Mind-Mapping	16
4. Feedback	16
5. Merkmale des Fachgeschäftes	16
6. Kundengerechte, warengerechte und verkaufsgerechte Warenpräsentation	16
7.1 Erlebnisorientierte Warenpräsentation/Visual Merchandising	16
7.2 Demografischer Wandel	16
<b>1.03</b>	
1. Verkaufszonen	17
2. Kundenstromlenkung	17
3.1 Regalzonen	17
3.2 Verkaufswirksamkeit der Regalzonen	17
4. Verbundplatzierung	18
5. Zweitplatzierung	18
6.1 Displaymaterial	18
6.2 Displaymaterial	18
7. Serviceleistungen	18

Bereich	Seite
<b>1.04</b>	
1.1 Werbeplan	19
1.2 Werbeziele	19
2.1 Werbeeinschränkungen	19
2.2 Werbegrundsätze	19
3.1 Bezugsquellenermittlung	19
3.2 Bedeutung günstiger Bezugsquellen	19
4. Angebotsvergleich	20
5. Werbemittel	20
6.1 Werbeaussage	20
6.2 Werbeerfolgskontrolle	20
7.1 Warenkennzeichnung	21
7.2 Warenkennzeichnung	21
<b>Information: EU-Energielabel</b>	21
8.1 Schaufensterarten	21
8.2 Preisangabenverordnung	21
<b>1.05</b>	
1. Anforderungsprofil	22
2. Kundenansprüche	22
3. Fachkundige Beratung	22
4. Informationsquellen Warenkunde	22
5. Fragetechnik	22
6. Zusatzverkauf	22
7.1 Kundensignale	23
7.2 Kontaktaufnahme	23
<b>1.06</b>	
1.1 AIDA-Formel	23
1.2 Phasen des Verkaufsgesprächs	23
2.1 Bedarfsermittlung	23
2.2 Bedarfsermittlung	23
3.1 Grundsätze der Warenvorlage	24
3.2 Nonverbale Kundensignale	24
4.1 Preisnennung	24
4.2 Preisnennung im Verlauf des Verkaufsgesprächs	24
4.3 Sandwich-Methode	24
5.1 Ja-Aber-Methode	24
5.2 Behandlung von Kundeneinwänden	24
6. Kaufentscheidung herbeiführen	24
7. Kundenkarte	24

# Inhaltsverzeichnis Aufgabenteil

Bereich	Seite
<b>1.07</b>	
1. Verhalten beim Kassivorgang	25
2.1 Price-Look-Up Verfahren (PLU-Verfahren)	25
2.2 Selfscanning	25
3. Zahlungsmöglichkeiten	25
4.1 Kassivorgang im girocard-System	25
4.2 Vorteile des girocard-Systems	26
5. Sicherheitsmerkmale der Euro-Banknoten	26
6. Kassenbeleg	26
7.1 Kassenabrechnung	26
7.2 Kassendifferenz	26
7.3 Wechselgeldreklamation	26
<b>1.08</b>	
1. Kundenbeschwerde	27
2. Verhaltensweisen bei Kundenreklamationen	27
3.1 Mangelhafte Lieferung	27
3.2 Rechte aus der mangelhaften Lieferung	27
4. Rechte aus der mangelhaften Lieferung	27
5. Bearbeitung von Reklamationen	27
6. Rügefristen	27
7.1 Garantie	27
7.2 Unterschied Garantie und Gewährleistung	27
<b>2. Warenwirtschaft und Kalkulation</b>	
<b>Situation zu den Aufgaben 2.01 – 2.05</b>	<b>31</b>
2.01 Warenwirtschaftssystem	31
2.02 Warenwirtschaftssystem	32
2.03 Datenverarbeitung	32
2.04 Datenschutz	33
2.05 Mobile Datenerfassung	33 – 34
<b>Information: RFID-Technik/Near Field Communication</b>	<b>34</b>
<b>Situation zu den Aufgaben 2.06 – 2.09</b>	<b>35</b>
2.06 Bezugskalkulation	36
2.07 Kalkulation	36
2.08 Gewinn/Gewinnzuschlag	36
2.09 Kalkulation	36

Bereich	Seite
<b>Situation zu den Aufgaben 2.10 – 2.13</b>	<b>37</b>
2.10 Handlungskosten/Handlungskostenzuschlag	37
2.11 Kalkulationsbegriffe	38
2.12 Kalkulationszuschlag/Kalkulationsfaktor	38
2.13 Kalkulationsabschlag/Handelsspanne	39
<b>Situation zu den Aufgaben 2.14 – 2.18</b>	<b>39</b>
2.14 Wareneingangskontrolle	39
2.15 Wareneingangsbearbeitung	40
2.16 Mangelhafte Lieferung	41
2.17 Sachmängelhaftung	41
2.18 Artikelgenaue Datenerfassung	42
<b>Situation zu den Aufgaben 2.19 – 2.28</b>	<b>43</b>
2.19 Warenlagerung	43
2.20 Lagerrisiko	44
2.21 Meldebestand	44
2.22 Absatz	45
2.23 Lagerkennziffern	45
2.24 Meldebestand/Mindestbestand	46
2.25 Lagerkennziffern	46
2.26 Lagerumschlag	47
2.27 Lagerzinssatz	47
2.28 Lagerkennziffern	48
<b>Situation zu den Aufgaben 2.29 – 2.30</b>	<b>49</b>
2.29 Statistik	50
2.30 Statistik	50 – 51
<b>Situation zu den Aufgaben 2.31 – 2.35</b>	<b>52</b>
2.31 Inventur	52
2.32 Inventurarten	52
2.33 Inventurdifferenz	53
2.34 Inventurdifferenz	53
2.35 Inventurdifferenz	54

## Inhaltsverzeichnis Aufgabenteil

Bereich	Seite
<b>Situation zu den Aufgaben 2.36 – 2.39</b>	<b>55</b>
2.36 Bilanz	55
2.37 Bilanzauswertung	56
2.38 Gewinn- und Verlustrechnung	56
2.39 Gewinn und Verlust	57
2.40 Couponing	57 – 58
2.41 Rechnen mit Maßen	58
2.42 Prozentrechnung	59
2.43 Prozentrechnung	59
2.44 Prozentrechnung	60
2.45 Dreisatz	60
2.46 Dreisatz	60
2.47 Durchschnittsrechnen	61
2.48 Durchschnittsrechnen	61
2.49 Verteilungsrechnen	62
2.50 Verteilungsrechnen	63
<b>Information: Ladendiebstahl</b>	<b>63</b>
<b>3. Wirtschafts- und Sozialkunde</b>	
<b>Situation zu den Aufgaben 3.01 – 3.06</b>	<b>67</b>
3.01 Aufgaben des Einzelhandels	67
3.02 Güterarten	68
3.03 Wirtschaftssectoren	69
3.04 Ökonomisches Prinzip	70
3.05 Erwerbswirtschaftliches Prinzip	70
3.06 Wirtschaftskreislauf	71
<b>Situation zu den Aufgaben 3.07 – 3.10</b>	<b>72</b>
3.07 Kooperation	72
3.08 Franchising	72 – 73
3.09 Kooperation	73
3.10 Wettbewerbsbeschränkungen	74
<b>Information: Die „Button-Lösung“</b>	<b>74</b>



Bereich	Seite
<b>Situation zu den Aufgaben 3.11 – 3.15</b>	<b>75</b>
3.11 Rechtsgeschäfte	75
3.12 Rechtsgeschäfte	76
3.13 Vertragsfreiheit	77
3.14 Kaufvertrag	77
3.15 Verpflichtungsgeschäft/Besitz und Eigentum	78
<b>Situation zu den Aufgaben 3.16 – 3.21</b>	<b>79</b>
3.16 Angebotsinhalte	80
3.17 Angebotsbindung	81
3.18 Kaufvertragsarten	82
3.19 Lieferbedingungen	83
3.20 Eigentumsvorbehalt	84
3.21 Kaufvertragsstörungen	85
<b>Situation zu den Aufgaben 3.22 – 3.27</b>	<b>86</b>
3.22 Arbeitsgesetze	86
3.23 Stellenausschreibung	87
3.24 Kündigungsfristen	88
3.25 Tarifverträge	89
<b>Information: Das elektronische Lohnsteuerverfahren</b>	89
3.26 Gehälter/Hierarchiestruktur	90 – 91
3.27 Sozialversicherung	92
3.28 Arbeitszeitregelung	93
3.29 Jugendarbeitsschutzgesetz	93
3.30 Jugendarbeitsschutzgesetz	94
3.31 Berufsbildungsgesetz	95
<b>Situation zu den Aufgaben 3.32 – 3.39</b>	<b>96</b>
3.32 Berufsausbildung	96
3.33 Berufsausbildung	96
3.34 Berufsausbildungsvertrag	97
3.35 Berufsausbildungsvertrag	98
3.36 Ausbildungsinhalte	98
3.37 Voraussetzung der Berufsausbildung	99
3.38 Pflichten des Ausbildenden	99
3.39 Berufsschulpflicht	100

## Inhaltsverzeichnis Aufgabenteil

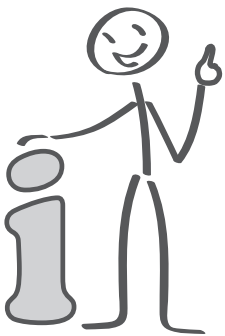
<b>Bereich</b>	<b>Seite</b>
<b>Situation zu den Aufgaben 3.40 – 3.41</b>	<b>101</b>
3.40 Tarifrecht	101
3.41 Tarifrecht	102
<b>Situation zu den Aufgaben 3.42 – 3.50</b>	<b>103</b>
3.42 Betriebsratswahlen	103
3.43 Betriebsrat	104
3.44 Jugend- und Auszubildendenvertretung	105
3.45 Unfallschutz	106
3.46 Unfallverhütungsvorschriften	106
3.47 Unfallverhütungsvorschriften	107
3.48 Versicherungen	107
3.49 Umweltschutz	108
3.50 Umweltschutz	109
Bildnachweis	110

# 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.



### **ACHTUNG!**

Sollte es für diesen Prüfungstrainer Aktualisierungen oder Änderungen geben, können Sie diese herunterladen unter

**[www.u-form.de/addons/483-2022.zip](http://www.u-form.de/addons/483-2022.zip)**

Hier finden Sie auch umfangreiche Informationen zu Aufbau, Ablauf und Bewertung der 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

<b>Name:</b>	Warenhaus Meyer AG
Geschäftssitz:	Ebertstr. 5, 40212 Düsseldorf, Innenstadtlage
Handelsregister:	HRB 12034
<b>Umsatzsteueridentnummer:</b>	DE 123456789
<b>Betriebsform:</b>	Warenhaus mit Vollsortiment
<b>Mitarbeiter/-innen:</b>	150 Mitarbeiter/-innen, 24 Auszubildende
<b>Geschäftsführer:</b>	Peter Meyer
<b>Bankverbindung:</b>	Düsseldorfer Bank BLZ 300 330 00 Konto 99187500 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 2021

Warengruppe		Juli	August	September	Oktober	November	Dezember	Gesamt
Kleinlederwaren	<b>2021</b>	13.500	12.540	11.115	11.145	10.380	10.086	68.766
	2020	12.756	12.927	12.381	12.609	12.351	11.724	74.748
Handtaschen	<b>2021</b>	20.250	20.454	18.957	18.636	15.876	15.429	109.602
	2020	20.109	20.265	19.641	19.374	19.641	18.822	117.852
Koffer	<b>2021</b>	16.875	16.497	18.957	18.777	18.318	17.802	107.226
	2020	18.051	18.246	17.976	18.306	18.279	17.451	108.309
Schirme	<b>2021</b>	6.750	7.257	7.845	7.770	7.938	7.713	45.273
	2020	7.701	7.794	7.806	7.776	8.097	6.843	46.017
Schulranzen	<b>2021</b>	10.125	9.237	8.499	8.418	8.547	8.307	53.133
	2020	10.206	9.876	9.309	8.961	8.709	8.868	55.929
Gesamt	<b>2021</b>	<b>67.500</b>	<b>65.985</b>	<b>65.373</b>	<b>64.746</b>	<b>61.059</b>	<b>59.337</b>	<b>384.000</b>
	2020	68.823	69.108	67.113	67.026	67.077	63.708	402.855

### 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 Etais der Firma „Sac“. Sie nehmen diese Artikel in das Kernsortiment auf.

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

## 1.02

### Situation

Da sich die Mitbewerbersituation im letzten halben Jahr deutlich geändert hat und um auch künftig konkurrenzfähig zu bleiben, plant das Unternehmen den Umbau des Warenhauses.

Die einzelnen Abteilungen sollen den Charakter eines Fachgeschäftes erhalten.

Sie werden von der Geschäftsleitung gebeten, ein Konzept für die Lederwarenabteilung zu erarbeiten.

### 1. Teambesprechung

Während einer Teambesprechung informieren Sie Ihre Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen über den geplanten Umbau und legen die weitere Vorgehensweise fest.

Erläutern Sie, aus welchem Grund es Ihnen wichtig ist, das ganze Team am Umgestaltungsprozess zu beteiligen!

### 2. Gruppenarbeit

Im Rahmen einer Gruppenarbeit möchten Sie gemeinsam mit Ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Vorschläge für die Umgestaltung der Abteilung erarbeiten.

Die Gruppenarbeit ermöglicht es, Problemlösungen durch organisierte Zusammenarbeit mehrerer Personen zu finden.

Nennen Sie **3** Regeln, die bei einer Gruppenarbeit von allen Gruppenmitgliedern zu beachten sind!

### 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.

### 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!

#### 1.2 Phasen des Verkaufsgesprächs

Die AIDA-Formel bildet auch die Grundlage für den zeitlichen Ablauf eines Verkaufsgesprächs. Beschreiben Sie die **8** Phasen eines erfolgreichen Verkaufsgesprächs!

### 2.

Die Stammkundin Frau Huber betritt Ihre Abteilung und schaut sich suchend um. Ihr Mitarbeiter, Herr Scholz, begrüßt die Kundin freundlich und sagt: „Guten Tag, Frau Huber, womit kann ich Ihnen helfen?“ Frau Huber antwortet: „Guten Tag, Herr Scholz, ich suche ein Geschenk für meine Freundin.“

#### 2.1 Bedarfsermittlung

Formulieren Sie eine Frage, die Herr Scholz zur genauen Bedarfsermittlung stellt, in wörtlicher Rede!

#### 2.2 Bedarfsermittlung

Nennen Sie **3** wichtige Informationen, die Herr Scholz im anschließenden Verkaufsgespräch erfragen muss, um Frau Huber geeignete Geschenkvorschlüsse machen zu können!



3.

### 3.1 Grundsätze der Warenvorlage

Herr Scholz möchte durch eine wirkungsvolle Warenvorlage Frau Huber die Kaufentscheidung erleichtern. Beschreiben Sie **4** Grundsätze, die er bei der Warenvorlage berücksichtigen muss!

### 3.2 Nonverbale Kundensignale

Nennen Sie **5** Beispiele für nonverbale (nicht sprachliche) Äußerungen von Frau Huber, die signalisieren, dass ihr eine Ware gefällt bzw. nicht gefällt!

4.

Im Verlauf des Verkaufsgesprächs fragt Frau Huber nach dem Preis einer Geldbörse.

### 4.1 Preisnennung

Formulieren Sie eine verkaufsfördernde Antwort von Herrn Scholz in wörtlicher Rede!

### 4.2 Preisnennung im Verlauf des Verkaufsgesprächs

Begründen Sie, warum die Preisnennung nicht den Abschluss eines Verkaufsgesprächs bilden sollte!

### 4.3 Sandwich-Methode

Was versteht man bei der Preisnennung unter der Sandwich-Methode?

5.

Frau Huber betrachtet eine Geldbörse und sagt: „Die Geldbörse mit dem Rundum-Reißverschluss ist aber unpraktisch.“

### 5.1 Ja-Aber-Methode

Formulieren Sie die Behandlung dieses Einwands mit Hilfe der Ja-Aber-Methode in wörtlicher Rede!

### 5.2 Behandlung von Kundeneinwänden

Beschreiben Sie eine weitere Methode, die Herrn Scholz bei der Behandlung eines Kundeneinwands helfen kann!

## 6. Kaufentscheidung herbeiführen

Frau Huber kann sich nicht für einen Artikel entscheiden, da ihr zwei Artikel gleichermaßen gefallen. Zeigen Sie **3** Möglichkeiten auf, die Herr Scholz seiner Kundin anbieten kann, um ihr die Entscheidung zu erleichtern!

## 7. Kundenkarte

Nach dem Kaufabschluss bietet Herr Scholz Frau Huber die unternehmenseigene Kundenkarte inkl. der Bereitstellung einer Kundenkarten-App an. Nutzer der Karte oder der App erhalten u. a. einen 20 €-Willkommensgutschein, einen 3 %igen Bonus auf jeden Einkauf, Gratis-WLAN im Warenhaus und regelmäßige Informationen über Sonderaktionen. Frau Huber nutzt das Angebot und nimmt die entsprechende Registrierung vor.

Beschreiben Sie, welches Ziel Ihr Unternehmen mit dem Kundenkarten-Service verfolgt!

## 1.07

### Situation

Als Abteilungsleiter/in möchten Sie sich einen Überblick über das Kaufverhalten der Kunden in Ihrer neu gestalteten Abteilung verschaffen und sich einen eigenen Eindruck von der Arbeitsweise der neu installierten Kassensysteme machen. Sie arbeiten im Kassensbereich.

### 1. Verhalten beim Kassiervorgang

Nachdem sich Frau Huber für eine Geldbörse entschieden hat, begleitet Herr Scholz seine Kundin zur Kasse. Sie übernehmen den Kassiervorgang.

Nennen Sie **5** Aspekte, die zu einem freundlichen und kundenorientierten Verhalten während des Kassiervorgangs gehören!

### 2.

Das Warenhaus Meyer arbeitet mit einem computergestützten Warenwirtschaftssystem und nutzt den von den Herstellern zur Kennzeichnung ihrer Waren vergebenen GTIN-Code (Global Trade Item Number) zur artikelgenauen Datenerfassung.

### 2.1 Price-Look-Up-Verfahren (PLU-Verfahren)

Beschreiben Sie den Kassiervorgang mithilfe dieses Codes im Rahmen des Price-Look-Up-Verfahrens (PLU-Verfahren)!

### 2.2 Selfscanning

Im Zuge des Umbaus wurde auch eine Selbstkassierkasse installiert.

Nennen Sie jeweils **2** Vorteile, die dieses System dem Warenhaus Meyer und den Kunden bietet!

### 3. Zahlungsmöglichkeiten

Die Warenhaus Meyer AG akzeptiert verschiedene bargeldlose Zahlungsverfahren.

Beschreiben Sie die Zahlungsverfahren, die die folgenden **4 Akzeptanzzeichen** kennzeichnen!



### 4.1 Kassiervorgang im girocard-System

Frau Huber möchte an der Scannerkasse mit ihrer girocard unter Verwendung der PIN (Persönliche Identifikationsnummer) zahlen.

Beschreiben Sie die Kassiervorgänge im girocard-System (Point of Sale) in der richtigen zeitlichen Abfolge!

# 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 2.01 – 2.05

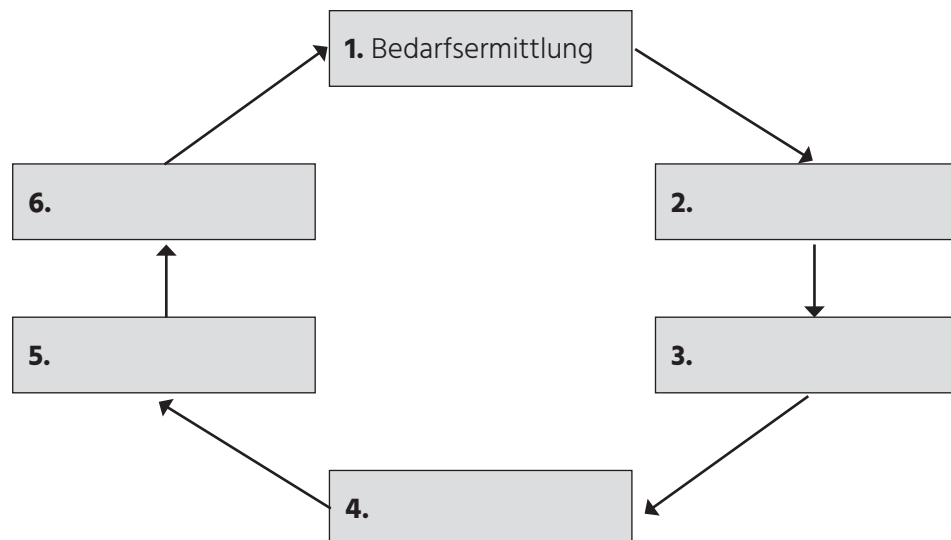
Seit dem Umbau arbeitet die Warenhaus Meyer AG mit einem computergestützten Warenwirtschaftssystem (WWS) und nutzt neben den neuen Scannerkassen eine moderne IT-Ausstattung.

Die Auswertungen des WWS unterstützen Sie in Ihrer täglichen Arbeit und stellen die Grundlagen Ihrer betriebswirtschaftlichen Entscheidungen dar.

## 2.01

## Warenwirtschaftssystem

Sie erklären Ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die Arbeitsweise des computergestützten Warenwirtschaftssystems anhand des folgenden Schaubildes:



Bringen Sie den Datenfluss eines computergestützten Warenwirtschaftssystems in die richtige zeitliche Reihenfolge, indem Sie die Ziffern **2 – 6** in die Kästchen neben den Vorgängen eintragen! Übertragen Sie anschließend Ihre senkrecht angeordneten Lösungsziffern in dieser Reihenfolge von links nach rechts in den Lösungsbogen!

### Vorgänge

a) Erfassen der Warenausgänge

b) Bestellung der Ware

c) Überprüfung der Rechnungen

d) Lagerhaltung

e) Erfassen der Wareneingänge

### 2.02

## Warenwirtschaftssystem

In dem neuen computergestützten Warenwirtschaftssystem ist ein automatisches Bestellvorschlagsverfahren eingearbeitet.

Sie möchten dieses Programm für die Standardartikel Ihrer Abteilung nutzen.

Welchen Vorteil bringt das Bestellvorschlagsverfahren für Ihre Abteilung?

1. Das System schlägt unter Berücksichtigung von Rabatten und Lieferkonditionen automatisch den jeweils günstigsten Lieferanten für einen Artikel vor.
2. Durch Nutzen des Bestellvorschlagsverfahrens werden Präsenzlücken im Sortiment vermieden.
3. Durch die fortlaufende Registrierung der Abverkaufsmengen wird eine automatische Bestellung direkt beim Lieferanten ausgelöst.
4. Das System greift auf alle verfügbaren Daten der Artikel-, Lager- und Liefererdatei zurück und erstellt bei Erreichen des Meldebestands eine Liste, die nach Auswertung durch die Einkaufsabteilung die Grundlage der Bestellung beim Lieferanten darstellt.
5. Das Bestellvorschlagsverfahren gewährleistet eine Umsatzgarantie für alle Standardartikel.

### 2.03

## Datenverarbeitung

Die nachfolgend beschriebenen Vorgänge Ihres computergestützten Warenwirtschaftssystems dienen der

1. Datenerfassung
2. Datenübertragung
3. Datenverarbeitung
4. Datensicherung
5. Datensicherheit

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

### Vorgänge

- |                                                                                                              |                          |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
| a) Alle erforderlichen Bestelldaten werden in elektronischer Form gesammelt.                                 | <input type="checkbox"/> |
| b) Mit Hilfe entsprechender Programme erfolgt in den Zentraleinheiten die Aufbereitung der Daten.            | <input type="checkbox"/> |
| c) Daten werden von den Peripheriegeräten an die Zentraleinheiten gesendet.                                  | <input type="checkbox"/> |
| d) Daten werden regelmäßig auf externen Medien oder in der Cloud abgespeichert, um Datenverlust vorzubeugen. | <input type="checkbox"/> |
| e) Daten werden durch Programme vor dem Zugriff Unbefugter geschützt.                                        | <input type="checkbox"/> |

### 2.24

### Meldebestand/Mindestbestand

Der folgende Auszug aus dem Warenwirtschaftssystem weist für den Einkaufskorb „City“ für das 4. Quartal 2021 folgende Werte aus:

<b>Artikel</b>		<b>Einkaufskorb „City“</b>		<b>Lieferant</b>		Case KG, Helmstr. 15 40212 Düsseldorf	
				<b>Telefon</b>		0211/12345-67	
				<b>Fax</b>		0211/12345-12	
<b>Artikelnummer</b>	641001650017	<b>Lieferantennummer</b>	34125689				
<b>Produkteigenschaften</b>	50 x 30 x 30 cm	<b>Lieferzeit</b>	8 Tage				
	22 l Volumen	<b>Mindestbestand</b>	?				
	1,0 kg Gewicht	<b>Sicherheitsbestand</b>	5 Tage				
<b>MwSt.</b>	19 %	<b>Meldebestand</b>	?				
<b>Bezugspreis</b>	9,85 €	<b>Ø-Tagesabsatz</b>	4 Stück				
<b>Bruttoverkaufspreis</b>	19,90 €	<b>Mindestbestellmenge</b>	keine				
<b>Warenbestand</b>		<b>Absatz</b>					
<b>01.10.2021</b>	42 Stück	<b>01.10. - 31.10.2021</b>	116 Stück				
<b>31.10.2021</b>	37 Stück	<b>01.11. - 30.11.2021</b>	132 Stück				
<b>30.11.2021</b>	36 Stück	<b>01.12. - 31.12.2021</b>	118 Stück				
<b>31.12.2021</b>	41 Stück						

- Damit die ständige Verkaufsbereitschaft des im Trend liegenden Einkaufskorbs „City“ gewährleistet ist, bestimmen Sie aufgrund der Werte aus dem Warenwirtschaftssystem den Mindest- und den Meldebestand für diesen Artikel!
- Die Case KG teilt Ihnen in einem Schreiben mit, dass sich die Lieferzeit für den Einkaufskorb „City“ mit Beginn des 1. Quartals 2022 um 2 Tage verkürzt.

Bitte berechnen Sie die Veränderung des Meldebestandes in Stück unter Beachtung der veränderten Lieferbedingungen!

### 2.25

### Lagerkennziffern

Die exakte Erfassung der Wareneingänge im computergestützten Warenwirtschaftssystem ermöglicht eine regelmäßige Bestandskontrolle und ist damit eine wesentliche Voraussetzung zur Ermittlung des richtigen Bestellzeitpunktes und der richtigen Bestellmenge.

Bitte berechnen Sie auf der Grundlage des Auszugs aus dem Warenwirtschaftssystem für das 4. Quartal 2021

- den durchschnittlichen Lagerbestand für den Einkaufskorb „City“ in Stück!
- den Wareneinsatz und die Umsatzerlöse (netto) in Euro!
- Der Mitarbeiter Herr Scholz hat beim letzten Wareneingang statt der gelieferten 30 Koffer-Sets versehentlich 60 Stück im Warenwirtschaftssystem verbucht.

Welche Folgen hat diese Falscheingabe?

- Das Warenwirtschaftssystem überprüft jede Eingabe auf Plausibilität und korrigiert Falscheingaben automatisch.
- Das Warenwirtschaftssystem weist nach der Falscheingabe einen zu geringen Sollwarenbestand aus und löst dadurch die nächste Bestellung verfrüht aus.
- Aufgrund der Falscheingabe geht das Warenwirtschaftssystem von einem um 30 Stück zu hohem Sollwarenbestand aus. Das bedeutet, die Ware ist voraussichtlich verkauft, bevor das Warenwirtschaftssystem eine notwendige Bestellung auslöst. Es kommt zu Verkaufsstockungen.
- Die Erfassung der Lieferscheindaten hat keinen Einfluss auf die Werte des Warenwirtschaftssystems. Sie dient ausschließlich der Dokumentation.
- Der Ist-Bestand muss um 30 Stück korrigiert werden, damit die Ware rechtzeitig nachbestellt wird und es nicht zu Verkaufsstockungen kommt.

## 2.49

## Verteilungsrechnen

*Friedhelm Hinz GmbH*  
*Lederwaren*

Friedhelm Hinz GmbH, Blumenstr. 78, 45127 Essen

Warenhaus Meyer AG  
Ebertstr. 5  
40212 Düsseldorf

Bitte bei Zahlung angeben!  
**Rechnungsdatum:** 17.01.2022  
**Rechnungsnummer:** 6546/09  
**Kundennummer:** 5456436

**Rechnung**

**H&G Trolley-Koffer** aus strapazierfähigen Polycarbonat, 4 kugelgelagerte Rollen, 3 Größen

Anzahl Stück	Artikelnr.	Größe		Gewicht/ Stück	Vol	Preis/ Stück	Gesamt
8	HG13544158	1	57 x 40 x 25cm	3,8 kg	30 l	149,00 €	1.192,00 €
6	HG13544159	2	69 x 46 x 28cm	5,5 kg	62 l	159,00 €	954,00 €
6	HG13544160	3	79 x 55 x 32cm	6,4 kg	95 l	169,00 €	1.014,00 €
							3.160,00 €
Frachtkosten							64,00 €
Transportversicherung							14,00 €
							3.238,00 €
19% Umsatzsteuer							615,22 €
<b>Rechnungsbetrag</b>							<b>3.853,22 €</b>

Zahlbar innerhalb von 14 Tagen abzüglich 3% Skonto, 30 Tage netto Kasse.

Friedhelm Hinz GmbH  
Sitz Essen  
Amtsgericht Essen

Sparkasse Essen  
IBAN DE22 9876 5432 0005 7164 64  
BIC UTSDDE6YXXX

Zur Vorbereitung Ihrer Kalkulation ermitteln Sie, wie viel Wert- und Gewichtspesen auf die einzelnen Artikel entfallen.

Ermitteln Sie

- wie viel Gewichtspesen auf den Artikel H&G Trolley-Koffer, Art. HG 13544159, Größe 2 entfallen!
- wie viel Wertspesen für den Artikel H&G Trolley-Koffer, Art. HG13544160, Größe 3 zu zahlen sind!
- den Bezugspreis je Stück für den Artikel H&G, Art. HG13544158, Größe 1, wenn Sie den Rechnungsbetrag innerhalb von 14 Tagen begleichen!

## 2.50

## Verteilungsrechnen

Um die Inventurdifferenzen, die durch Ladendiebstahl verursacht werden, zu reduzieren, investiert die Warenhaus Meyer AG in neue elektronische Sicherheitsschleusen an den Fahrstühlen und an den Ausgängen.

Die zwei Mieter des Warenhauses, der Supermarkt „Frisch & Gut“ und der Elektronik-Shop, beteiligen sich an diesen Kosten. Für die Installation der neuen Sicherheitsschleusen trägt die Warenhaus Meyer AG Kosten in Höhe von 55.614,00 €.

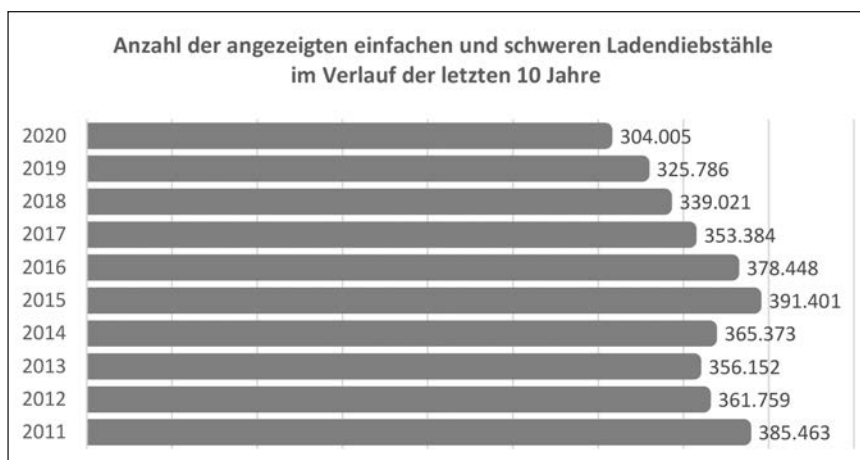
Die Kosten werden nach folgendem Schlüssel verteilt:

Warenhaus Meyer	65 %
Supermarkt „Frisch & Gut“	20 %
Elektronik-Shop	15 %

Ermitteln Sie

- wie viel Euro der Elektronik-Shop für die Installation der Sicherheitsschleusen zu zahlen hat!
- wie viel Euro die Gesamtkosten für die Installation der Sicherheitsschleusen betragen!

## Information



Quelle: HDE

### Hohe Dunkelziffer bei Ladendiebstahl

Laut Kriminalstatistik ist die Zahl der Ladendiebstähle in den vergangenen Jahren rückläufig.

Einfache Ladendiebstähle haben in den letzten 10 Jahren um knapp 25 Prozent abgenommen, schwere Ladendiebstähle im gleichen Zeitraum hingegen um etwa 70 Prozent zugenommen.

Der Tatbestand des schweren Diebstahls ist erfüllt, wenn der Diebstahl unter Anwendung von Gewalt, durch das Mitführen von Waffen, durch das Ausnutzen der Hilflosigkeit einer anderen Person oder banden- oder gewerbsmäßig organisiert ist.

Insgesamt sind die angezeigten Ladendiebstähle im Jahr 2020 laut polizeilicher Kriminalstatistik um 6,69 % zurückgegangen. Die Branche geht allerdings von einer sehr hohen Dunkelziffer von unentdeckten Fällen aus.

Die Investitionen des Handels für Präventivmaßnahmen belaufen sich mittlerweile auf jährlich 1,3 Milliarden Euro.

Nach einer Studie des Handelsforschungsinstituts EHI summierte sich die Inventurdifferenz im Einzelhandel im Jahr 2020 auf 4,2 Milliarden Euro. Diebstähle durch Kunden und Mitarbeiter machen dabei immer noch den größten Teil dieser Differenz aus - mit ca. 2,16 Milliarden Euro entfiel erneut der größte Anteil auf unehrliche Kunden. Hohe Diebstahlquoten sind neben der Lebensmittelbranche in Baumärkten, in Drogerien und im Bekleidungshandel zu verzeichnen.



# 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 3.01 – 3.06

Die menschlichen Bedürfnisse bilden die Grundlage des Wirtschaftens.

Die Aufgabe des Einzelhandels besteht grundsätzlich darin, einen Ausgleich zwischen dem Angebot an Waren und den Wünschen der Verbraucherinnen und Verbraucher zu schaffen.

Damit Sie als Abteilungsleiter/in diese Aufgabe wahrnehmen können, müssen Sie betriebs- und volkswirtschaftliche Zusammenhänge kennen und in Ihrer täglichen Arbeit anwenden.

## 3.01

## Aufgaben des Einzelhandels

Die Warenhaus Meyer AG übernimmt innerhalb der Gesamtwirtschaft die nachfolgend aufgeführten Funktionen. Welche dieser Funktionen übernimmt Ihre Abteilung?

Ordnen Sie zu, indem Sie die Kennziffern von **5** der insgesamt 8 Funktionen in die Kästchen neben den zutreffenden Sachverhalten eintragen! Übertragen Sie anschließend Ihre senkrecht angeordneten Lösungsziffern in dieser Reihenfolge von links nach rechts in den Lösungsbogen!

### Funktionen

1. Raumüberbrückungsfunktion
2. Zeitausgleichs- und Lagerfunktion
3. Mengenausgleichsfunktion
4. Sortimentsbildung
5. Beratungsfunktion
6. Kundendienst / Service
7. Marktbeobachtung
8. Markterschließung

### Sachverhalte

- |                                                                                                                                                     |                          |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
| a) Sie informieren Ihre Kunden über aktuelle Trends, neue Produkte und Qualitäten und unterstützen sie bei ihrem Einkauf.                           | <input type="checkbox"/> |
| b) Sie kaufen größere Mengen Kleinlederwaren ein und verkaufen sie einzeln an Ihre Kunden weiter.                                                   | <input type="checkbox"/> |
| c) Sie bilden aus der Vielzahl von produzierten Handtaschen der verschiedenen Hersteller eine bedarfsgerechte Auswahl für Ihre Kunden.              | <input type="checkbox"/> |
| d) Sie bieten Ihren Kunden Handtaschen aus Italien an. Ihre Kunden können ihren Bedarf direkt bei Ihnen decken und müssen nicht ins Ausland reisen. | <input type="checkbox"/> |
| e) Sie bevorraten eine gewisse Anzahl von Artikeln, um jederzeit den Bedarf Ihrer Kunden decken zu können.                                          | <input type="checkbox"/> |

### 3.02

### Güterarten

Als Güter werden alle Mittel bezeichnet, die der Befriedigung der menschlichen Bedürfnisse dienen.

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

#### Güterarten

1. Produktionsgut als Gebrauchsgut
2. Produktionsgut als Verbrauchsgut
3. Konsumgut als Gebrauchsgut
4. Konsumgut als Verbrauchsgut

#### Güter

- |                                                                    |                          |
|--------------------------------------------------------------------|--------------------------|
| a) Mobiles Datenerfassungsgerät zur Erfassung der Inventurbestände | <input type="checkbox"/> |
| b) Kauf einer Pizza in der Warenhauskantine                        | <input type="checkbox"/> |
| c) Scannerkasse in der Lederwarenabteilung                         | <input type="checkbox"/> |
| d) Kauf eines Koffers für die nächste Urlaubsreise                 | <input type="checkbox"/> |
| e) Bonrolle zum Drucken des Kassenbelegs                           | <input type="checkbox"/> |



### 3.03

## Wirtschaftssektoren

- a) An der Herstellung einer Handtasche sind verschiedene Unternehmen unterschiedlicher Wirtschaftssektoren beteiligt.

Die Reihenfolge der volkswirtschaftlichen Arbeitsteilung wird durch die folgenden Wirtschaftssektoren beschrieben.

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

#### Wirtschaftssektoren

1. Urerzeugung (primärer Wirtschaftssektor)
2. Weiterverarbeitung (sekundärer Wirtschaftssektor)
3. Dienstleistung (tertiärer Wirtschaftssektor)

#### Unternehmen

a) Warenhaus Meyer AG

b) Viehzucht Müller KG

c) Gerberei Günther GmbH

d) Lederwarengroßhandlung Schuster

e) Färberei Beier

- b) Wie ergibt sich der Marktpreis für die produzierten Handtaschen?

Der Marktpreis

1. richtet sich ausschließlich nach den Materialkosten, die für die Herstellung der Handtaschen benötigt werden.
2. ist der vom Hersteller empfohlene Verkaufspreis an den Endverbraucher.
3. berücksichtigt ausschließlich die Betriebskosten, den Gewinn und die Umsatzsteuer des Einzelhändlers.
4. ergibt sich aus dem Verhältnis von Angebot und Nachfrage.
5. ist ein staatlich festgesetzter Preis, um einen starken Preisverfall am Markt zu verhindern.

### 3.04

### Ökonomisches Prinzip

Bei jedem wirtschaftlichen Handeln muss, aufgrund der Knappheit der vorhandenen Güter, nach dem ökonomischen Prinzip gehandelt werden.

In welchen der unten stehenden Fälle handeln Sie nach dem

1. Minimalprinzip
2. Maximalprinzip
3. keinem dieser Prinzipien?

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

#### Beispiele

- |                                                                                                                                                                                                 |                          |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
| a) Sie versuchen mit einem möglichst geringen Werbetat die Werbung zur Neueröffnung zu gestalten.                                                                                               | <input type="checkbox"/> |
| b) Ihnen liegen drei Angebote über Geldbörsen vor. Sie führen einen Angebotsvergleich durch und bestellen die benötigte Menge bei dem Lieferanten mit dem günstigsten Einstandspreis.           | <input type="checkbox"/> |
| c) Ihnen stehen für die Sonderaktion zur Neueröffnung fünf Mitarbeiter zur Verfügung. Durch eine gezielte Personalplanung möchten Sie erreichen, dass Ihre Abteilung immer optimal besetzt ist. | <input type="checkbox"/> |
| d) Sie streben mit dem geringstmöglichen Wareneinsatz den größtmöglichen Warenumsatz an.                                                                                                        | <input type="checkbox"/> |
| e) Sie kaufen immer bei dem teuersten Lieferanten.                                                                                                                                              | <input type="checkbox"/> |

### 3.05

### Erwerbswirtschaftliches Prinzip

Sie führen Ihre Abteilung nach dem erwerbswirtschaftlichen Prinzip.

Welches der nachfolgend aufgeführten Ziele liegt diesem Prinzip zugrunde?

1. Sie streben den größtmöglichen Umsatz an.
2. Sie leisten einen Beitrag zur Stabilität des allgemeinen Preisniveaus.
3. Sie streben die größtmögliche Verzinsung des eingesetzten Eigenkapitals an.
4. Sie gehen möglichst verantwortungsvoll mit den natürlichen Ressourcen um.
5. Sie arbeiten ausschließlich kostendeckend.



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:

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

### 2. Berechnung des prozentualen Umsatzverlusts

Zur Ermittlung des prozentualen Umsatzverlustes im 2. Halbjahr 2021 gegenüber dem vergleichbaren Vorjahreszeitraum muss die Differenz zwischen den Halbjahresumsätzen 2020 und 2021 errechnet werden.

Umsatz 2. Halbjahr 2020	402.855,00 €
Umsatz 2. Halbjahr 2021	384.000,00 €
Differenz	18.855,00 €

Da ermittelt werden soll, wie hoch der prozentuale Umsatzverlust im 2. Halbjahr 2021 gegenüber dem Vorjahr ist, stellt der Umsatz des 2. Halbjahres 2020 hundert Prozent dar.

Umsatz 2. Halbjahr 2020	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 2021 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

## 1.02

### 1. Teambesprechung

Als Vorgesetzter wählen Sie die Form der Teamarbeit, um bessere Arbeitsergebnisse zu erzielen.

**Die Beteiligung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter am Umgestaltungsprozess dient dazu,**

- das Verständnis für die Notwendigkeit der Maßnahme und den bevorstehenden Arbeitsmehraufwand zu wecken,
- das vorhandene Wissen und die Ideen der Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen für den Umgestaltungsprozess zu nutzen,
- dass die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen erkennen, dass sie die Arbeitsprozesse beeinflussen können,
- dass die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen mehr Verantwortung für ihre Arbeit übernehmen,
- dass die gegenseitige Unterstützung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter untereinander wächst,
- dass die Identifikation der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit ihrer Abteilung und dem Unternehmen steigt.

### 2. Gruppenarbeit

Voraussetzung für eine erfolgreiche Gruppenarbeit ist eine klare Aufgabenstellung und eine gewissenhafte Planung und Organisation.

Das Gelingen einer Gruppenarbeit ist aber vor allem abhängig vom Verhalten der Gruppenmitglieder untereinander, der Kommunikation innerhalb der Gruppe und der Arbeitsorganisation.

**Folgende Regeln gelten für die Zusammenarbeit:**

1. Jedes Gruppenmitglied darf Vorschläge einbringen.
2. Jedes Gruppenmitglied hört dem anderen zu, ohne ihn zu unterbrechen.
3. Die Gruppenmitglieder dürfen sachlich kritisieren oder kritisiert werden (Feedback geben und Feedback nehmen).
4. Jedes Gruppenmitglied akzeptiert die Entscheidung der Mehrheit der Gruppe.

### 3. Mind-Mapping

Das Mind-Mapping ist eine Arbeitsmethode, um Gedanken, Ideen, Vorschläge und Gesprächsinhalte festzuhalten, ohne sie zu werten oder bereits in eine bestimmte Reihenfolge zu bringen.

Mind-Mapping verknüpft sprachliches und bildhaftes Denken miteinander. Die grafische Darstellung unterstützt beim Denken und stärkt dadurch die Konzentration, die Kreativität und das Erinnerungsvermögen.

Das Thema bzw. die zu bearbeitende Fragestellung wird zentral in die Mitte eines Blattes, eines Flipcharts, einer Tafel oder eines digitalen Whiteboards (Smart-Board) geschrieben. Von hier ausgehend werden für Unterpunkte Linien (Äste) gezeichnet und mit entsprechenden Schlüsselwörtern versehen. Ergänzungen werden auf Nebenästen notiert. Durch die Verästelung wird eine Strukturierung der Gedanken und Ideen vorgenommen, es entsteht die sogenannte Mind-Map (Gedankenkarte).

Zur besseren Übersichtlichkeit wird die Mind-Map durch Bilder, Symbole und Zeichen ergänzt und farblich gestaltet.

Fortsetzung auf der nächsten Seite

## 1.06

### 1.

#### 1.1 AIDA-Formel

Die psychischen Phasen, die der Kunde/die Kundin während eines Verkaufsgesprächs durchläuft, können mit Hilfe der verwendeten Buchstaben der **AIDA-Formel** erklärt werden.

- A** steht für **attention**, d. h. zunächst muss die Aufmerksamkeit des Kunden/der Kundin für eine Ware, eine Warengruppe gewonnen werden.
- I** steht für **interest**, d. h. das Interesse des Kunden/der Kundin an einer Ware wird geweckt.
- D** steht für **desire**, d. h. beim Kunden/bei der Kundin entsteht der Wunsch die Ware zu besitzen.
- A** steht für **action**, d. h. der Kaufentschluss entsteht, die Ware wird gekauft.

Diese Formel bildet die Grundlage jedes Verkaufsgesprächs und ist auch in der Werbung von großer Bedeutung.

#### 1.2 Phasen des Verkaufsgesprächs

Der Ablauf eines Verkaufsgesprächs ist natürlich immer abhängig von der jeweiligen Verkaufssituation. Ein erfolgreiches Gespräch sollte trotzdem einem systematischen Aufbau folgen.

#### Das Verkaufsgespräch läuft üblicherweise in den folgenden Phasen ab:

1. Begrüßung und Kontaktaufnahme
2. Bedarfsermittlung
3. Warenvorlage
4. Beratung (Verkaufsargumentation)
5. Nennung des Preises
6. Behandlung von Kundeneinwänden
7. Herbeiführung der Kaufentscheidung
8. Kaufabschluss (Bekräftigung der Kaufentscheidung)

Im Mittelpunkt des Verkaufsgesprächs sollten dabei immer die Kaufmotive des Kunden/der Kundin stehen, damit die Verkaufsargumente auf die Erwartungen und Wünsche des Kunden/der Kundin abzielen.

### 2.

Beim Geschenkkauf handelt es sich meist um einen Beratungskauf, bei dem der Kunde/die Kundin den Rat des Verkäufers/der Verkäuferin in Anspruch nimmt. Diese Verkaufsgespräche stellen besondere Anforderungen an den Verkäufer/die Verkäuferin, da nicht nur die Ansprüche des Geschenkkäufers, sondern auch die des Geschenkkempfers ermittelt werden müssen.

Durch eine gezielte Bedarfsermittlung beschafft sich der Verkäufer/die Verkäuferin die notwendigen Informationen, um Kunden Vorschläge unterbreiten und eine geeignete Auswahl an Waren präsentieren zu können.

#### 2.1 Bedarfsermittlung

**Beispiel:** „Zu welchem Anlass möchten Sie Ihre Freundin beschenken, Frau Huber?“

#### 2.2 Bedarfsermittlung

Weitere Informationen erhält der Verkäufer/die Verkäuferin durch Fragen nach dem Alter, dem Geschlecht, dem Aussehen, dem Geschmack, den Vorlieben oder Hobbys des Geschenkkempfers und dem Verwendungszweck.

## 3.

### 3.1 Grundsätze der Warenvorlage

Eine wirkungsvolle Warenvorlage soll dem Kunden/der Kundin die Kaufentscheidung erleichtern sowie das Verkaufsgespräch vereinfachen und damit verkürzen.

Der Verkäufer/die Verkäuferin sollte dabei folgende **Grundsätze der Warenvorlage** beachten:

- Die vorgelegte Ware sollte keine Mängel aufweisen und den Kundenerwartungen entsprechen.
- Die Anzahl der vorzulegenden Artikel ist zwar häufig situationsabhängig und hängt von der Art des Geschäfts ab. Sie sollte dem Kunden/der Kundin aber immer eine geeignete Auswahl bieten und einen Sortimentsüberblick verschaffen. Sinnvoll erscheint eine Auswahl von drei bis fünf Artikeln.
- Waren, die der Kunde/die Kundin offensichtlich ablehnt, sollten wieder zur Seite gelegt werden.
- Der Verkäufer/die Verkäuferin sollte in der Regel mit Artikeln der mittleren Preislage beginnen, damit ein Handlungsspielraum in eine höhere oder eine niedrigere Preislage bleibt.
- Während der Warenvorlage sollte der Verkäufer/die Verkäuferin möglichst viele Sinne des Kunden/der Kundin ansprechen.  
Das bedeutet, man lässt den Kunden/die Kundin die Ware, wenn möglich, anfassen, an- und ausprobieren, kosten etc.
- Während der Warenvorlage werden die Verkaufsargumente bezogen auf die Kundenerwartungen genannt und die Besonderheiten der Ware herausgestellt.

### 3.2 Nonverbale Kundensignale

Kunden zeigen häufig nur durch ihr Verhalten, ob die vorgelegte Ware ihre Zustimmung findet.

Solche **nonverbalen Äußerungen können sein:**

- zustimmendes Kopfnicken,
- Ware wird wiederholt in die Hand genommen und betrachtet,
- Ware wird ein weiteres Mal aus- oder anprobiert,
- Kopfschütteln,
- Stirnrunzeln,
- der Kunde wendet sich ab oder weicht ein Stück zurück,
- der Kunde schaut sich suchend nach anderen Produkten um.

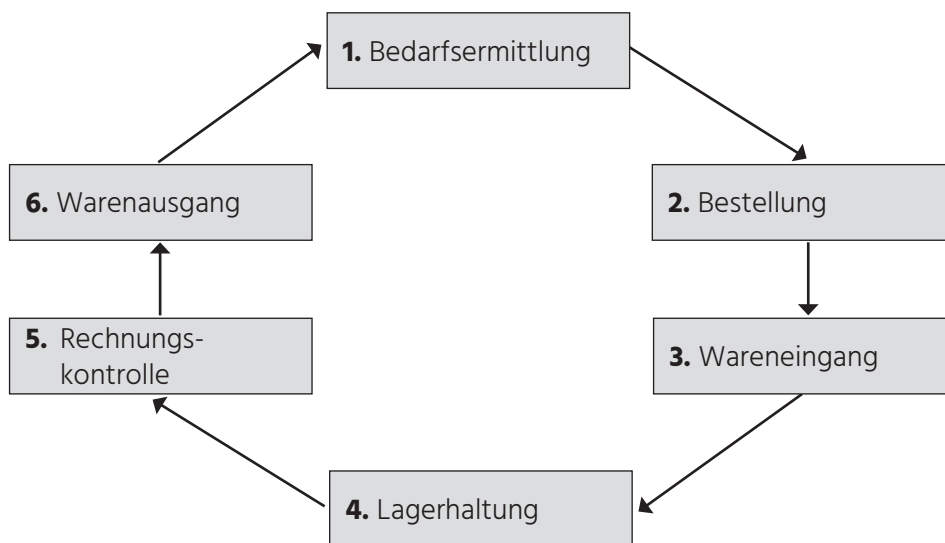
## 2.01

## Warenwirtschaftssystem

Das computergestützte Warenwirtschaftssystem (WWS) dient der Überwachung und Steuerung aller Warenbewegungen innerhalb eines Einzelhandelsunternehmens und bildet damit die Grundlage der betriebswirtschaftlichen Entscheidungen.

Der Datenfluss des WWS berücksichtigt die Erfassung aller notwendigen Informationen innerhalb der Arbeitsbereiche Beschaffung, Wareneingangsbearbeitung, Lagerhaltung, Rechnungsprüfung und Warenausgang.

Der Datenfluss des WWS bildet somit einen geschlossenen Kreislauf.



a) Erfassen der Warenausgänge	6
b) Bestellung der Ware	2
c) Überprüfung der Rechnungen	5
d) Lagerhaltung	4
e) Erfassen der Wareneingänge	3

## 2.02

## Warenwirtschaftssystem

Auswahlantwort **4.** ist richtig.

4

Computergestützte Warenwirtschaftssysteme haben in ihren Programmen automatische Bestellsysteme eingearbeitet, die der Vereinfachung des Bestellvorgangs, der optimalen Warenverfügbarkeit und damit der Sicherung der Verkaufsbereitschaft dienen.

Automatische Bestellsysteme arbeiten entweder nach

- Bestellrhythmusverfahren
- Bestellpunktverfahren
- Bestellvorschlagsverfahren

Die automatischen Bestellsysteme eignen sich nur für Standardartikel, die sich über längere Zeit im Sortiment befinden, die im Jahresverlauf regelmäßig nachgefragt werden und deren Bestand immer wieder ergänzt werden muss.

Beim **Bestellpunktverfahren** erfolgt die Bestellung einer konstanten Menge immer dann, wenn das Warenwirtschaftssystem meldet, dass der Meldebestand erreicht wurde.

Beim **Bestellrhythmusverfahren** wird die Ware auf der Grundlage der Abverkaufszahlen in regelmäßigen Abständen, z. B. jeweils monatlich beim Vertreter oder Großhändler bestellt. Das bedeutet, die Zeitspanne zwischen den Bestellungen ist konstant.

Beim **Bestellvorschlagsverfahren** erstellt das Warenwirtschaftssystem bei Unterschreitung des Meldebestandes auf der Grundlage aller verfügbaren Daten eine Bestellvorschlagsliste. Nach Auswertung und ggf. Korrektur der Liste durch die Einkaufsabteilung wird die Bestellung beim Lieferanten veranlasst.

Bei einer bestehenden Onlineverbindung mit dem Lieferanten bieten die Warenwirtschaftssysteme auch die Möglichkeit, diesen Bestellvorschlag direkt an den Lieferanten weiterzuleiten und damit automatisch eine Bestellung auszulösen.

Da die Verkaufszahlen der meisten Artikel allerdings saisonalen Schwankungen unterworfen sind, wird diese Form des Bestellverfahrens seltener genutzt.

### Automatische Bestellsysteme

	<b>Bestellpunktverfahren</b>	<b>Bestellrhythmusverfahren</b>	<b>Bestellvorschlagsverfahren</b>
<b>Bestellzeitpunkt</b>	variabel	konstant	variabel
<b>Abstände zwischen den Bestellungen</b>	variabel	konstant	variabel
<b>Bestellmenge</b>	konstant	variabel	variabel

## 2.03

## Datenverarbeitung

Die elektronische **Datenerfassung** beschreibt den Vorgang, bei dem die Daten auf maschinenlesbaren Datenträgern gesammelt und in eine vom Computer bearbeitbare Form gebracht werden. Daten können entweder über entsprechende Peripheriegeräte oder direkt über den Computer erfasst werden. Man unterscheidet die Offline- und Online-Datenerfassung.

Bei der **Offline-Erfassung** ist das Daten erfassende Peripheriegerät nicht mit der Zentraleinheit verbunden, sondern speichert die Daten zunächst auf einem internen Speicher ab. Die Übertragung der erfassten Daten an die Zentraleinheit erfolgt später.

Bei der **Online-Verarbeitung** steht das Daten erfassende Gerät direkt mit der Zentraleinheit in Verbindung.

Unter **Datenübertragung** versteht man alle Vorgänge, die bewirken, dass die gesammelten Daten von den Peripheriegeräten oder der Zentraleinheit auf andere Peripheriegeräte oder Zentraleinheiten übertragen werden.

Der Begriff **Datenverarbeitung** beschreibt die Verarbeitung von Informationen und Daten mit Hilfe von Programmen (Software) und elektronischen Hilfsmitteln (Zentraleinheit).

Unter **Datensicherung** versteht man alle Maßnahmen, die dem Erkennen und Korrigieren von Übertragungsfehlern dienen und die die gespeicherten Daten vor Verlust oder Verfälschung schützen, z. B. durch Sicherungskopien und Backups.

Die Sicherung der Daten gegen den Zugriff Unbefugter bezeichnet man als **Datensicherheit**. Sie wird u. a. durch Zugangs- und Zugriffskontrollen erreicht und stellt damit eine Voraussetzung des Datenschutzes dar.

- |                                                                                                              |   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
| a) Alle erforderlichen Bestelldaten werden in elektronischer Form gesammelt.                                 | 1 |
| b) Mit Hilfe entsprechender Programme erfolgt in den Zentraleinheiten die Aufbereitung der Daten.            | 3 |
| c) Daten werden von den Peripheriegeräten an die Zentraleinheiten gesendet.                                  | 2 |
| d) Daten werden regelmäßig auf externen Medien oder in der Cloud abgespeichert, um Datenverlust vorzubeugen. | 4 |
| e) Daten werden durch Programme vor dem Zugriff Unbefugter geschützt.                                        | 5 |

## Information

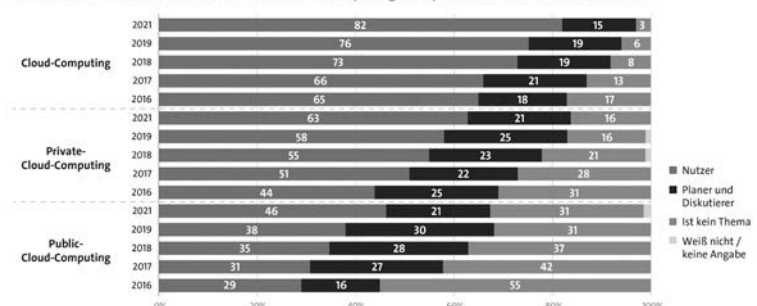
### Cloud Computing

Cloud Computing beschreibt eine Technologie, die es einem Nutzer ermöglicht, bestimmte IT-Leistungen (Rechenkapazität, Speicher oder Software) bei Bedarf, jederzeit und von jedem Ort aus von einem externen Anbieter über ein Netzwerk zu beziehen.

Die Vorteile liegen u. a. in einer hohen Flexibilität, da unabhängig vom Standort auf alle notwendigen Daten zugegriffen werden kann, einer meist automatischen Softwareaktualisierung, regelmäßigen Backups zur Datensicherung und der Verringerung der Kosten durch den Wegfall teurer eigener Hard- und Software.

### Im Corona-Jahr bekommt Cloud-Computing einen Schub

Inwieweit nutzt Ihr Unternehmen bereits Cloud-Computing bzw. plant oder diskutiert den Einsatz?



Basis: Alle befragten Unternehmen, n=596 | 355 | 313 | 537 | 334, Von 100 abweichende Werte ergeben sich aus Rundungsdifferenzen  
Quelle: Bitkom Research 2021

KPMG

bitkom  
research