EUROPA-FACHBUCHREIHE
für wirtschaftliche Bildung

Lösungen zu:

Schwerpunkt Einzelhandel

Situation – Aktion – Training

Schuljahr 1

2. Auflage

Lektorat: Joachim Beck

VERLAG EUROPA-LEHRMITTEL · Nourney, Vollmer GmbH & Co. KG
Düsselberger Straße 23 · 42781 Haan-Gruiten

Europa-Nr.: 97880

Verfasser
Joachim **Beck**, (Lektorat)
Dr. Reinhard **Löbbert**
Dr. Helmut **Lungershausen**,
Matthias **Mann**
Christel **Eichhoff**

Das vorliegende Buch wurde auf der **Grundlage der aktuellen amtlichen Rechtschreibregeln** erstellt.

2. Auflage 2012
Druck 5 4 3 2 1
Alle Drucke derselben Auflage sind parallel einsetzbar, da bis auf die Behebung von Druckfehlern untereinander unverändert.

ISBN 978-3-8085-9844-3

Alle Rechte vorbehalten.
Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der gesetzlich geregelten Fälle muss vom Verlag schriftlich genehmigt werden.

© 2012 by Verlag Europa-Lehrmittel, Nourney, Vollmer GmbH & Co. KG, 42781 Haan-Gruiten
http://www.europa-lehrmittel.de

Umschlaggestaltung: Media Creativ, G. Kuhl, 40723 Hilden
Satz: Meis satz&more, 59469 Ense
Druck: Strauss GmbH, 69509 Mörlenbach

Inhalt

		Seite
Schwerpunkt Betriebswirtschaft		
Lernfeld 1:	**Aufgaben, Leistungen und die organisatorische Struktur des Einzelhandelsunternehmens darstellen**	**4 – 13**
Lernfeld 2:	**Verkaufsgespräche kundenorientiert führen**	**14 – 44**
Lernfeld 3:	**Rechtsgrundlagen und Zahlungsarten beim Warenverkauf erarbeiten**	**45 – 56**
Lernfeld 4:	**Waren präsentieren**	**57 – 65**
Lernfeld 5:	**Werben und den Verkauf fördern**	**66 – 75**
Schwerpunkt Steuerung und Kontrolle		
Lernfeld 11:	**Geschäftsprozesse erfassen und kontrollieren**	**76 – 84**
Schwerpunkt Gesamtwirtschaft		
Lernfeld 15:	**In Ausbildung und Beruf orientieren**	**85 – 93**

Wir Autoren wünschen Ihnen eine erfolgreiche Arbeit mit dem Einsatz des Arbeitsheftes in Ihrem Unterricht. Bitte berücksichtigen Sie, dass in vielen Fällen die Lösungen bzw. Lösungsvorschläge exemplarisch zu verstehen sind und dass dadurch Kreativität und Einfallsreichtum Ihrer Schülerinnen und Schüler nicht eingeschränkt werden sollen.

Bei mehreren Aufgaben werden Sie den Hinweis „schülerindividuelle“ oder „schülerabhängige“ Lösung. In solchen Fällen scheint es uns nicht möglich, das zu erwartende Handeln der Schülerinnen und Schüler als „Lösung“ zu beschreiben. Dabei sollten Leistungen, die sich durch eigenständige Ideen und kreative Ansätze auszeichnen, besonders positiv bewertet werden.

Hinweis: Die Seitenangabe vor der Kapitelüberschrift verweist auf die Seite im Arbeitsheft.

Alle Rechte vorbehalten. Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der gesetzlich geregelten Fälle muss vom Verlag schriftlich genehmigt werden. © 2012 by Verlag Europa-Lehrmittel

Seite 6 1.1 Der Ausbildungsbetrieb wird präsentiert

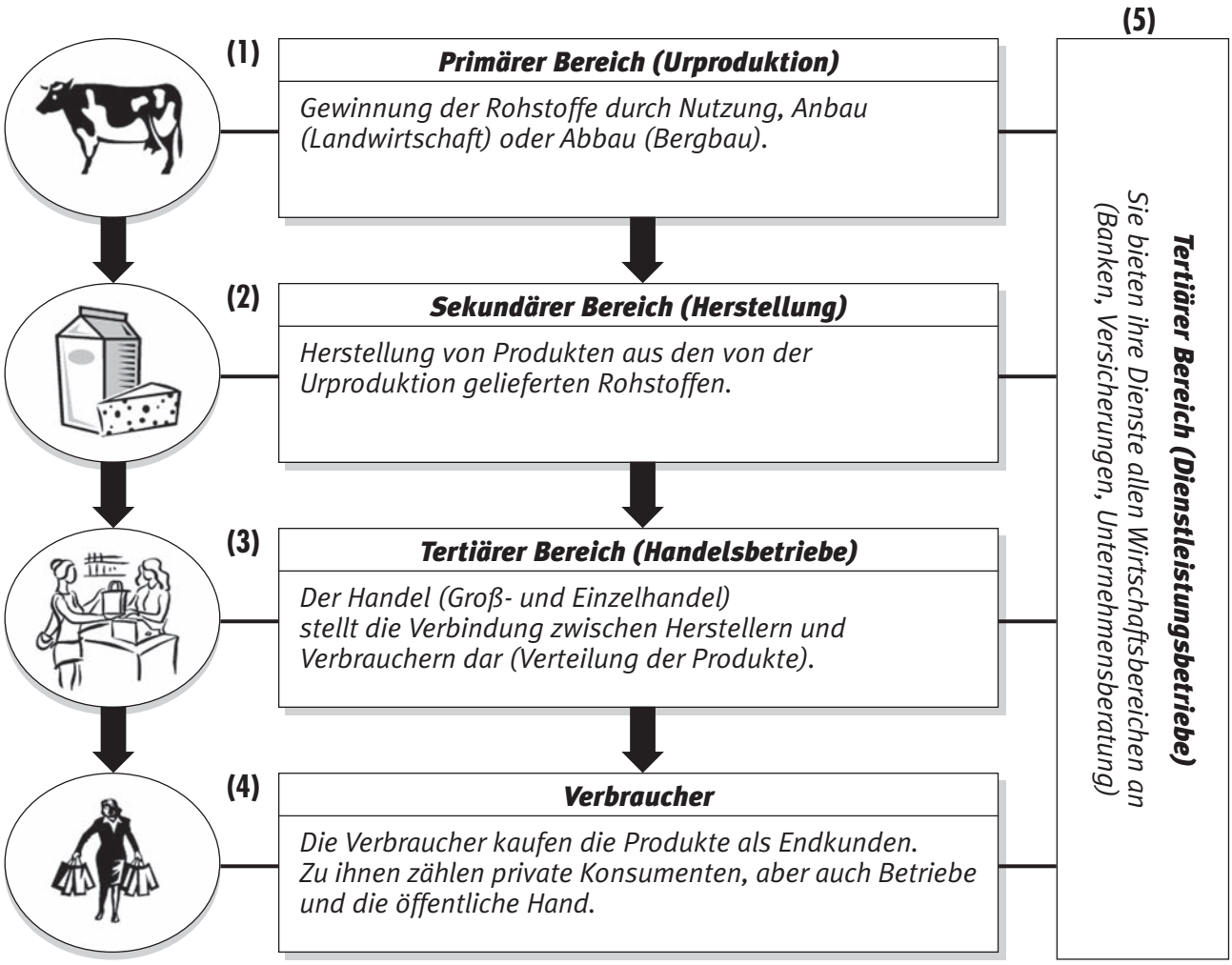
1.1.1 und 1.1.2 schülerindividuelle Lösung

1.1.3 Das erwarte ich von meinem Ausbildungsbetrieb! Musterlösung:

Erwartungen an:	
Unternehmen	**Vorgesetzte**
– gute Ausbildung, – Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen, – gute Vorbereitung auf die Abschlussprüfungen, – nach erfolgreicher Prüfung Übernahme in ein Angestelltenverhältnis.	– gerechte Behandlung, – Förderung, – Hilfe bei Problemen in der Ausbildung, – Verständnis, – Hilfsbereitschaft.
Kollegen	**Kunden**
– Hilfsbereitschaft, – Verständnis, wenn man nicht alles gleich richtig macht, – Teamarbeit, – Vermittlung von Fachwissen.	– akzeptieren, dass man als Auszubildender nicht alles weiß, – Freundlichkeit, – gerechte Behandlung.

Seite 9 1.2 Die Bedeutung des Einzelhandels in der Gesamtwirtschaft

Gliederung der Wirtschaft



Alle Rechte vorbehalten. Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der gesetzlich geregelten Fälle muss vom Verlag schriftlich genehmigt werden. © 2012 by Verlag Europa-Lehrmittel

Alle Rechte vorbehalten. Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der gesetzlich geregelten Fälle muss vom Verlag schriftlich genehmigt werden. © 2012 by Verlag Europa-Lehrmittel

Seite 10 1.3 Aufgaben des Einzelhandels werden erkannt

Sie sollen im folgenden Text die Aufgaben (Funktionen) des Einzelhandels erkennen und die entsprechenden Textzeilen der jeweiligen Funktion zuordnen.

Inga und Mark führen ein Unternehmen

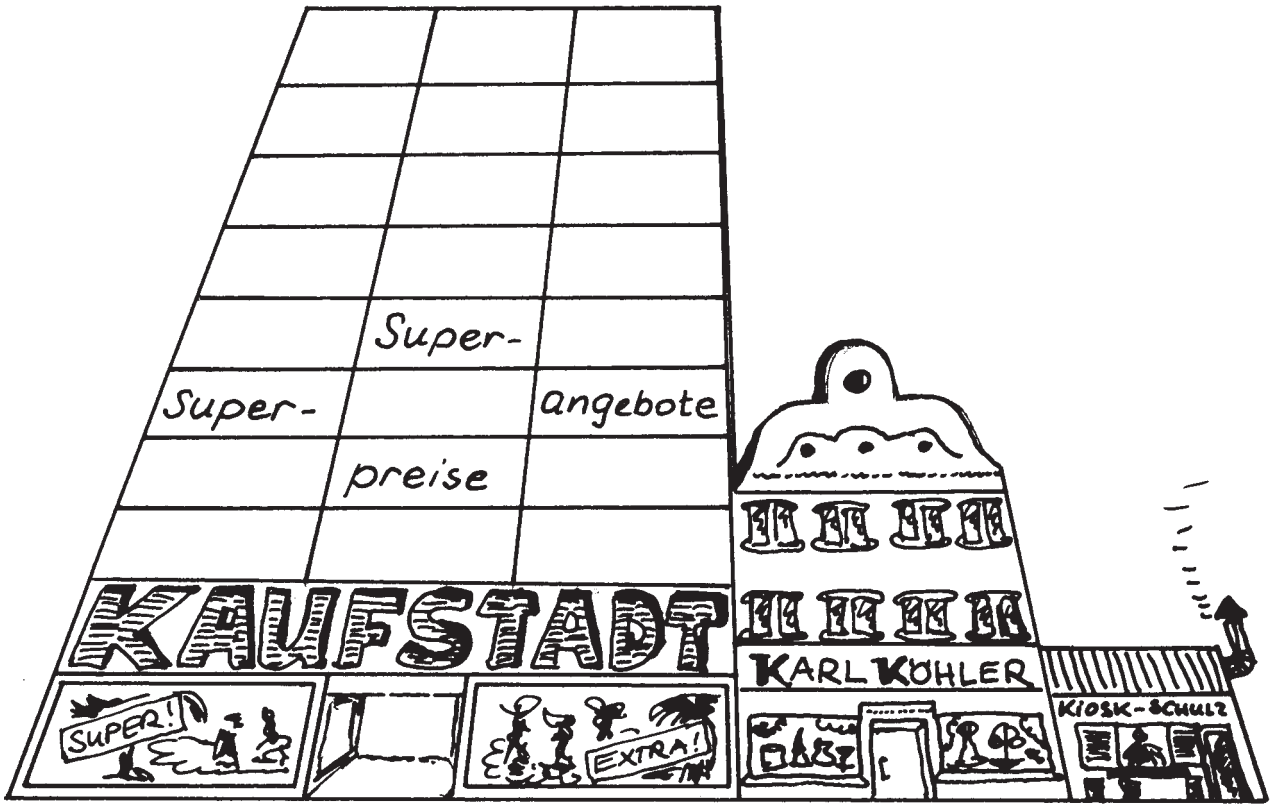
Inga und Mark Heider führen seit fünf Jahren selbstständig eine Lederboutique. Ihre Geschäftsräume sind klein, liegen aber günstig am Rande der Fußgängerzone. Ihre Spezialität sind Lederwaren aus Spanien. Bei einer Fahrt nach Spanien verbinden die beiden Urlaub und Geschäft: Neben einer Badewoche benutzen sie die Zeit zum Einkauf, und ihr kleiner Lieferwagen ist bei der Rückfahrt voll gepackt bis oben hin mit neuer Ware. Da sie direkt beim Produzenten einkaufen, kennen sie die Ware ganz genau und können ihre Kunden bestens beraten. Außerdem achten sie bei ihren Einkäufen darauf, dass sie keine Ware aus minderwertigem Leder oder in schlechter Verarbeitung beziehen. In ihrer Boutique bieten die Heiders Jacken und Hüte, Gürtel und Riemen, Beutel und Taschen sowie Handschuhe und Lederkleinteile an. Regelmäßig stellen sie einen Artikel relativ günstig als „Angebot des Monats“ heraus. Auf diese Weise können sie auch Artikel absetzen, die sie in großer Zahl beziehen müssen (Mindestabnahmemenge). Da sie nur zweimal im Jahr in Spanien einkaufen, haben sie einen Lagerraum, um die eingekaufte Ware fachgerecht zu lagern. Außerdem bieten die Heiders Lederpflegemittel an; dazu können sie ihren Kunden Tipps zur Pflege und Reinigung von Leder geben. Hartnäckig verschmutzte Teile nehmen die Heiders im Auftrag einer Spezialfirma für Lederreinigung entgegen. Stammkunden der beiden nutzen diese Möglichkeit gern, um ihre Ledersachen fachgerecht reinigen zu lassen. Auf ihre Stammkunden verlassen sich die beiden auch, wenn es um die Gewinnung neuer Kunden geht. Sie verteilen Handzettel an ihre Kunden und bitten diese, die Empfehlung weiterzugeben. Da eine Vielzahl von Kunden mit Kreditkarten zahlen möchten, haben sich Heiders entschlossen, Zahlungen mit Kreditkarten zu akzeptieren.

Funktionen des Handels	**Textzeilen**
A. Räumliche Überbrückungsfunktion	*3, 4, 7*
B. Zeitliche Überbrückungsfunktion	*15 – 17*
C. Mengenausgleichsfunktion	*6, 7, 14, 15*
D. Sortimentsfunktion	*11, 12, 17, 18*
E. Qualitätsfunktion	*9, 10*
F. Beratungs- und Werbefunktion	*8, 18, 19, 22 – 25*
G. Servicefunktion	*19, 20, 25 – 28*
H. Kreditfunktion	*25 – 28*

Seite 11 1.4 Betriebsformen werden verglichen

Betriebe mit ähnlichen Warenangeboten (Sortimenten) kann man durch Beobachtung vergleichen. In der Fachsprache des Einzelhandels werden solche Beobachtungen „Konkurrenzgänge“ genannt.

Um sich mit den Betriebsformen des Einzelhandels vertraut zu machen, sollen Sie solch einen Beobachtungsgang durchführen.



Arbeitsschritte

1. Bilden Sie Arbeitsgruppen mit gleichem Ausbildungssortiment.
2. Wählen Sie drei möglichst unterschiedliche Betriebe (verschiedene Betriebsformen) mit einem Warenangebot entsprechend Ihrem Ausbildungssortiment aus.
3. Besuchen Sie diese Betriebe, und ermitteln Sie genau die Punkte des nachfolgenden Beobachtungsbogens. Notieren Sie alle Angaben, die Sie feststellen können.
4. Werten Sie die ausgefüllten Bögen aus:
   - Welche Unterschiede kommen innerhalb einer Branche vor?
   - Sind die Betriebe „Konkurrenten“ oder machen sie sich keine Konkurrenz?
5. Fassen Sie Ihre Ergebnisse hinsichtlich der verschiedenen Betriebsformen zusammen. Vergleichen Sie Ihre generellen Feststellungen zu den einzelnen Betriebsformen sortimentsübergreifend innerhalb Ihrer Klasse.

Alle Rechte vorbehalten. Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der gesetzlich geregelten Fälle muss vom Verlag schriftlich genehmigt werden. © 2012 by Verlag Europa-Lehrmittel

Zu 3. *Stellen Sie sich kurz im ausgesuchten Geschäft vor, damit Sie sich in Ruhe umschauen können!*

Beobachtungsbogen

	Betriebe		
	1	**2**	**3**
1. **Name** des Unternehmens			
2. **Standort** des Ladengeschäftes			
3. **Sortiment** a. Kennzeichnung (Branche) b. Sortimentsbreite c. Sortimentstiefe			
4. **Verkaufsformen** a. Bedienung b. Vorwahlsystem c. Selbstbedienung			
5. **Betriebsgröße** B = Beschäftigte V = Verkaufsfläche a. sehr groß (mehr als 100 B/ mehr als 3000 m^2 V) b. groß (40 – 100 B/ 1000 – 3000 m^2 V) c. mittel (10 – 39 B/ 400 – 999 m^2 V) d. klein (2 – 9 B/ 50 – 399 m^2 V/ e. mini (1 B/sehr geringe V)	*Lösung erfolgt anhand konkreter Beispiele!*		
6. **Geschäftsausstattung und Warenpräsentation** a. sehr gediegen, vornehm und elegant b. poppig, fetzig und jugendlich c. durchschnittlich, ohne besondere Akzente d. einfach, schlicht, Discounter-Prinzip e. _____			
7. **Betriebsform** Warenhaus, Kaufhaus, Verbrauchermarkt, Supermarkt, Discountgeschäft, Fachgeschäft, Spezialgeschäft oder … _____			

Alle Rechte vorbehalten. Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der gesetzlich geregelten Fälle muss vom Verlag schriftlich genehmigt werden. © 2012 by Verlag Europa-Lehrmittel

Seite 13 1.5 Eine Sortimentspyramide wird erstellt

Sie sollen für eine Warengruppe Ihres Sortiments eine Sortimentspyramide erstellen. Anschließend sollen Sie die Sortimentspyramiden in Ihrer Klasse präsentieren und gegenseitig bewerten.

Arbeitsschritte

1. Wählen Sie eine Warengruppe aus Ihrem Sortiment aus und notieren Sie die dazu gehörigen Warenarten mit ihren Artikeln und Sorten innerhalb der Warengruppe.
2. Fertigen Sie auf Grundlage der erstellten Liste eine Skizze für die Sortimentspyramide an.
3. Legen Sie einen Termin für die Präsentation und Kriterien für die Bewertung fest. Erstellen Sie dazu einen Bewertungsbogen.
4. Übertragen Sie Ihre Skizze auf ein Plakat. Berücksichtigen Sie dabei und in der Vorbereitung Ihrer Präsentation die festgelegten Bewertungskriterien. Gestalten Sie Ihre Darstellung möglichst anschaulich, z. B. durch Bilder, Fotos usw.
5. Planen Sie den Ablauf der Präsentation und verfassen Sie eine Tagesordnung dafür.
6. Präsentieren Sie Ihre Sortimentspyramiden in der Klasse. Verwenden Sie dabei Fachbegriffe zur Beschreibung des Sortiments. Bewerten Sie die Vorträge Ihrer Mitschülerinnen und Mitschüler gemäß vorbereitetem Bewertungsbogen und geben Sie sachliche Rückmeldungen.
7. Überprüfen Sie gemeinsam, in welchem Maße Sie die Bewertungskriterien in der Präsentation und während der Vorbereitung berücksichtigt haben. Erstellen Sie eine Checkliste für die Vorbereitung von Warenpräsentationen.

Zu 1. Übersicht über die Warengruppe (erweitern Sie die Tabelle falls nötig)

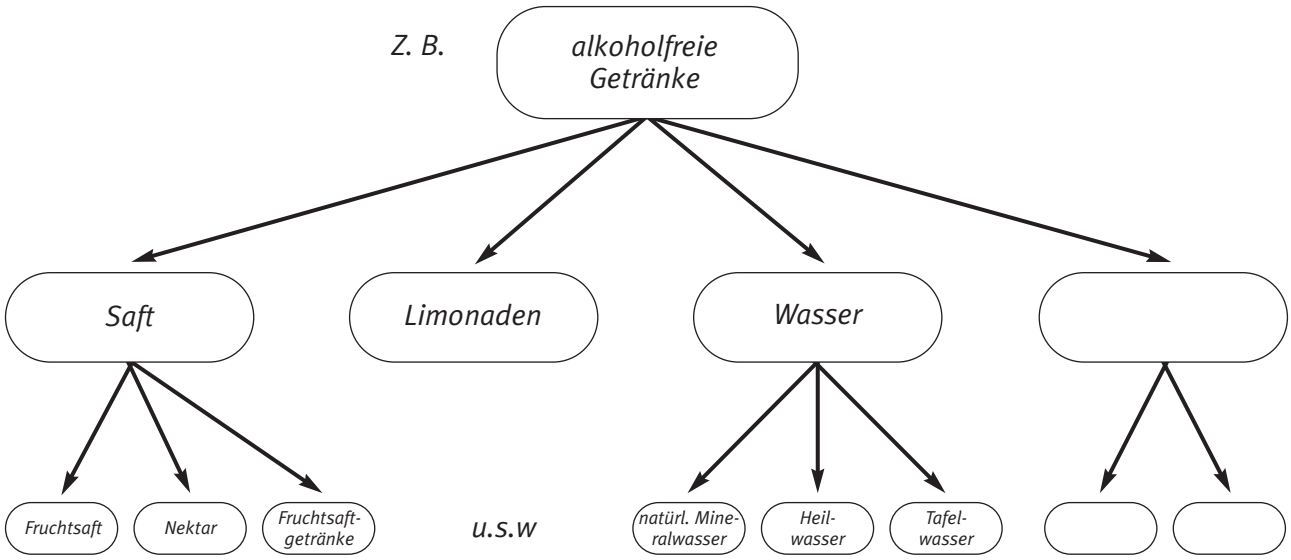
Warengruppe:				*z. B. alkoholfreie Getränke*
Warenarten:				*Saft*
Artikel und Sorten:	*individuelle Lösung*			*Fruchtsaft, Fruchtnektar, Fruchtsaftgetränke, Gemüsegetränke, ACE-Drinks*

Alle Rechte vorbehalten. Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der gesetzlich geregelten Fälle muss vom Verlag schriftlich genehmigt werden. © 2012 by Verlag Europa-Lehrmittel

Alle Rechte vorbehalten. Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der gesetzlich geregelten Fälle muss vom Verlag schriftlich genehmigt werden. © 2012 by Verlag Europa-Lehrmittel

Zu 2. Skizze der Sortimentspyramide

Ihre Sortimentspyramide sollte gemäß der folgenden Grundstruktur gestaltet werden (Beispiel). Überprüfen Sie Ihre Liste und die Skizze in Ihrem Ausbildungsbetrieb und mithilfe geeigneter Fachbücher und des Internets. Versuchen Sie, die gewählte Warengruppe möglichst genau abzubilden.



Zu 3. Kriterien und Bewertungsbogen

Überlegen Sie sich in Gruppenarbeit mögliche Kriterien zur Bewertung. Stellen Sie Ihre Kriterien in der Klasse vor und entscheiden Sie gemeinsam, welche davon zur Bewertung herangezogen werden sollen. Entwickeln Sie anschließend einen möglichen Bewertungsbogen in Word oder Excel. Überlegen Sie dabei auch, nach welchem Bewertungssystem verfahren werden soll (z. B. Punkte oder Noten). Wählen Sie in Ihrer Klasse die am besten geeignete Übersicht aus.

Mögliche Bewertungskriterien:

1. *Sauberkeit/Aussehen*
2. *Kreativität*
3. *Präsentation*
4. *inhaltliche Richtigkeit*
5. *Übersichtlichkeit*
6. *Umfang*

Zu 5. Tagesordnung

Planen Sie in Gruppenarbeit den Ablauf der Präsentationen und erstellen Sie eine Tagesordnung, die diesen Ablauf übersichtlich darstellt. Entscheiden Sie in der Klasse, welcher Tagesablauf gewählt werden soll.

Diese Tagesordnung sollte als Plakat oder am Flip-Chart festgehalten werden.

Zu 6. Präsentation

Mögliche Fachbegriffe während der Präsentation können z. B. sein:

- Sortiment
- Warengruppe
- Warenart
- Artikel
- Sorte
- Sortimentsbreite und -tiefe
- Sortimentszusammensetzung
- Kern- und Randsortiment.

Denken Sie immer daran:
Sie sind der Experte in Ihrem Sortiment!

Tipps für eine gelungene Präsentation

… im Allgemeinen
laut sprechen
normales Sprechtempo einhalten
Pausen machen
der Gruppe zugewendet sprechen
angemessene Mimik und Gestik einsetzen
Begeisterung ausstrahlen

… von Sortimentspyramiden
den Sortimentsbereich benennen
zur Beschreibung Fachbegriffe verwenden
wichtige Zusammenhänge herausstellen
auf Rückfragen vorbereitet sein

Seite 15 1.6 Der organisatorische Aufbau eines Einzelhandelsbetriebs wird dargestellt

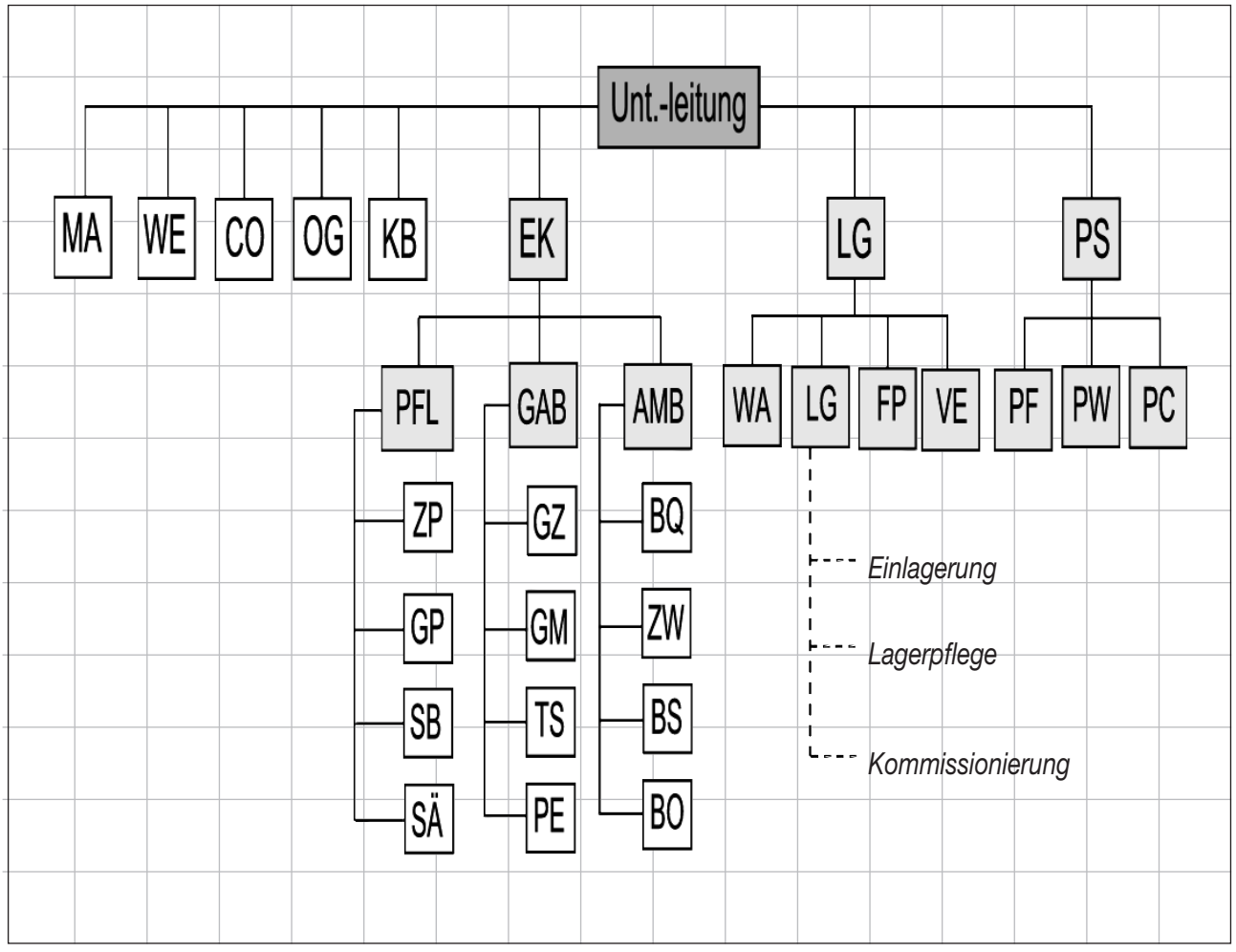
Situation

In der Unternehmenszentrale des Großgartencenters Grünland sind organisatorisch unterhalb der Unternehmensleitung folgende Unternehmensbereiche angesiedelt: Einkauf, Logistik, Marketing, Werbung, Controlling mit Finanz- und Rechnungswesen, Organisation und EDV, Kundenbetreuung sowie das Personalwesen.

Der Einkauf ist in die drei Hauptabteilungen Pflanzen, Gartenbedarf und Ambiente gegliedert. Der Hauptabteilung Pflanzen sind die Abteilungen Zimmerpflanzen (ZP), Gartenpflanzen (GP), Schnittblumen (SB) und Sämereien (SÄ) zugeordnet. Zur Hauptabteilung Gartenbedarf zählen Gartenzubehör (GZ), Gartenmöbel (GM), Teichshop (TS) und Pflanzenerde (PE). Die Abteilungen Boutique (BQ), Zoowelt (ZW), der Buchshop (BS) sowie das Bistro (BO) bilden die dritte Hauptabteilung Ambiente. Der Logistikbereich gliedert sich in die Hauptabteilungen Warenannahme (WA), Lager (LG), Fuhrpark (FP) und Versand (VE). Zum Personalbereich gehören die Abteilungen Personalführung (PF), Personalentwicklung (PW) und Personalcontrolling (PC).

Aufgaben

1. Stellen Sie die Aufbauorganisation dieses Gartencenters dar. Dazu zeichnen Sie anhand der Informationen aus der Situation ein Organigramm. Verwenden Sie dabei die Abkürzungen.
2. Bilden Sie zu einem in der Situation nicht weiter untergliederten Unternehmensbereich mindestens drei zu diesem Bereich passende Abteilungen und ergänzen Sie entsprechend Ihren Organisationsplan.



Alle Rechte vorbehalten. Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der gesetzlich geregelten Fälle muss vom Verlag schriftlich genehmigt werden. © 2012 by Verlag Europa-Lehrmittel

Seite 16 1.7 Verkaufen als Geschäftsprozess darstellen

Arbeitsschritte

1. a) Leiten Sie aus der Beschreibung des Verkaufsvorgangs die einzelnen Prozessschritte ab. Achten Sie dabei auf die korrekte zeitliche Abfolge.

b) Benennen Sie die im Prozess vorkommenden Organisationseinheiten.

c) Notieren Sie die durch den Prozess ausgelösten Ereignisse und Funktionen und ordnen Sie diese den entsprechenden Organisationseinheiten zu.

d) Ergänzen Sie, wo notwendig, Funktionen um die dazu passenden Informationsobjekte.

Zu 1. a)

Alex betritt Sportabteilung ➔ Alex betrachtet Jacke ➔ Jonas begrüßt und nimmt Kontakt auf ➔ Jonas informiert über Jacke ➔ Alex probiert Jacke an ➔ Jacke gefällt, aber Ärmel zu lang ➔ Jonas schlägt Änderung vor ➔ Alex akzeptiert Änderung ➔ Jonas erfasst Kunden- und Änderungsdaten und händigt Änderungsschein aus.
➔ Alex geht zu Kasse und bezahlt ➔ Alex holt am nächsten Tag Jacke an Zentralkasse gegen Vorlage des Änderungsscheins ab.
➔ Jonas gibt Jacke zum Ändern ➔ Jacke wird geändert ➔ Jacke wird an Zentralkasse zur Abholung bereitgehalten.

Zu 1. b)

Verkaufsraum, Änderungsschneiderei, Kasse

Zu 1. c)

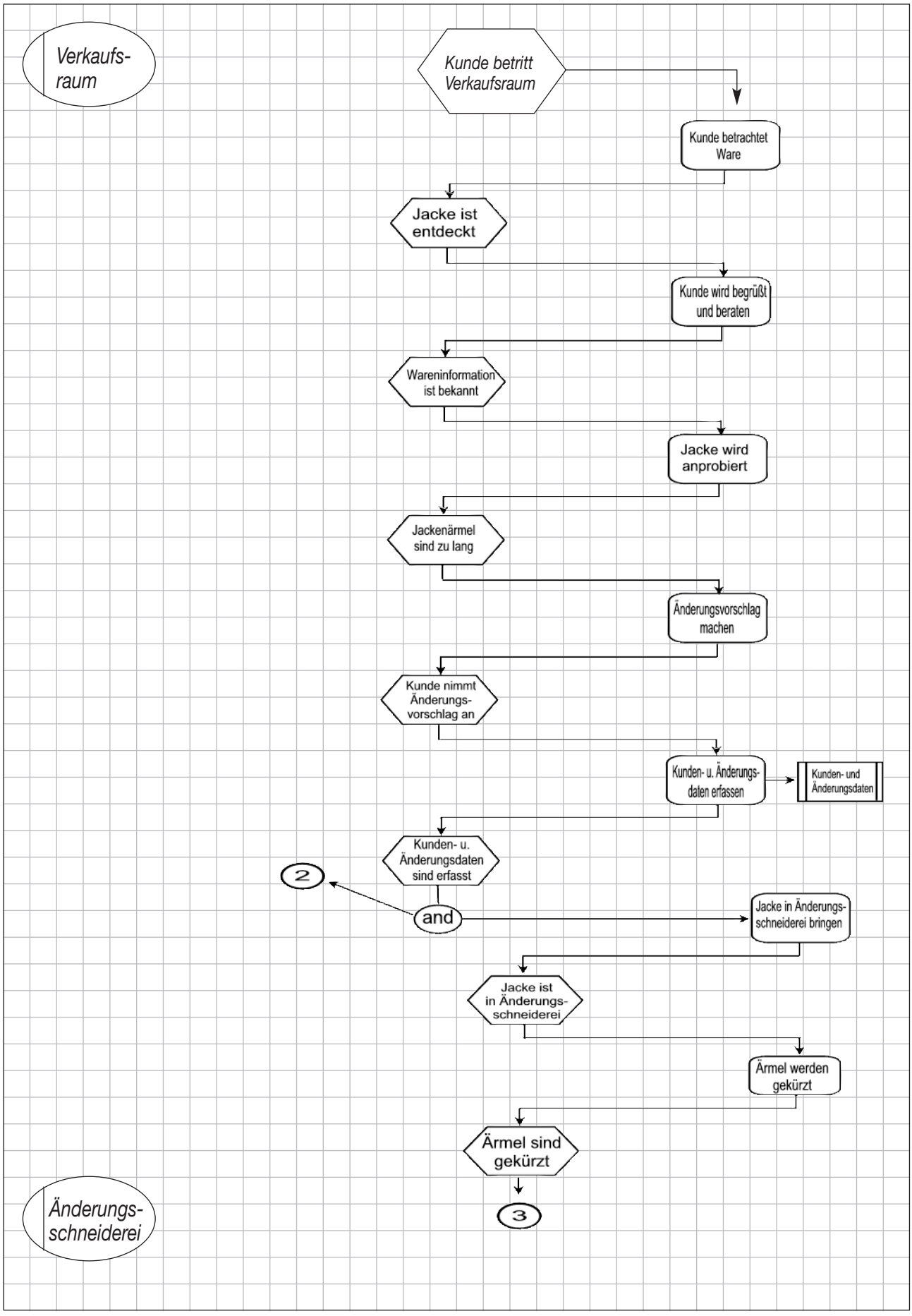
Organisationseinheit Verkaufsraum: *Verkaufsraum ist betreten, Jacke ist entdeckt, Kontakt ist erfolgt (Ereignisse/Kunde begrüßen, über Eigenschaften der Ware informieren (Funktionen).*
Jacke wird anprobiert, Jacke passt nicht, Änderungsangebot angenommen (Ereignisse)/ Änderungsvorschlag machen, Kunden- und Änderungsdaten erfassen, Jacke an Änderungsschneiderei weiterleiten (Funktionen).
Änderungsschein ist ausgestellt (Ereignis), Änderungsschein ausstellen (Funktion).
Organisationseinheit Änderungsschneiderei: *Jacke ist in Änderungsschneiderei (Ereignis), Jacke wird geändert (Funktion).*
Jacke ist an Zentralkasse (Ereignis), Jacke wird zur Zentralkasse gebracht (Funktion).
Organisationseinheit Kasse: *Änderungsschein ist in Empfang genommen, Kassenbon ist ausgehändigt, Kaufpreis ist kassiert, Jacke ist übergeben, Kunde ist verabschiedet (Ereignisse)/Änderungsschein entgegennehmen, Kassenbon wird erstellt und übergeben, Kaufpreis wird kassiert, Jacke wird übergeben, Kunde wird verabschiedet (Funktionen).*

Zu 1. d)

Kunden- und Änderungsdaten erfassen ➔ Änderungsschein
Kassenbon erstellen ➔ Kassenbon

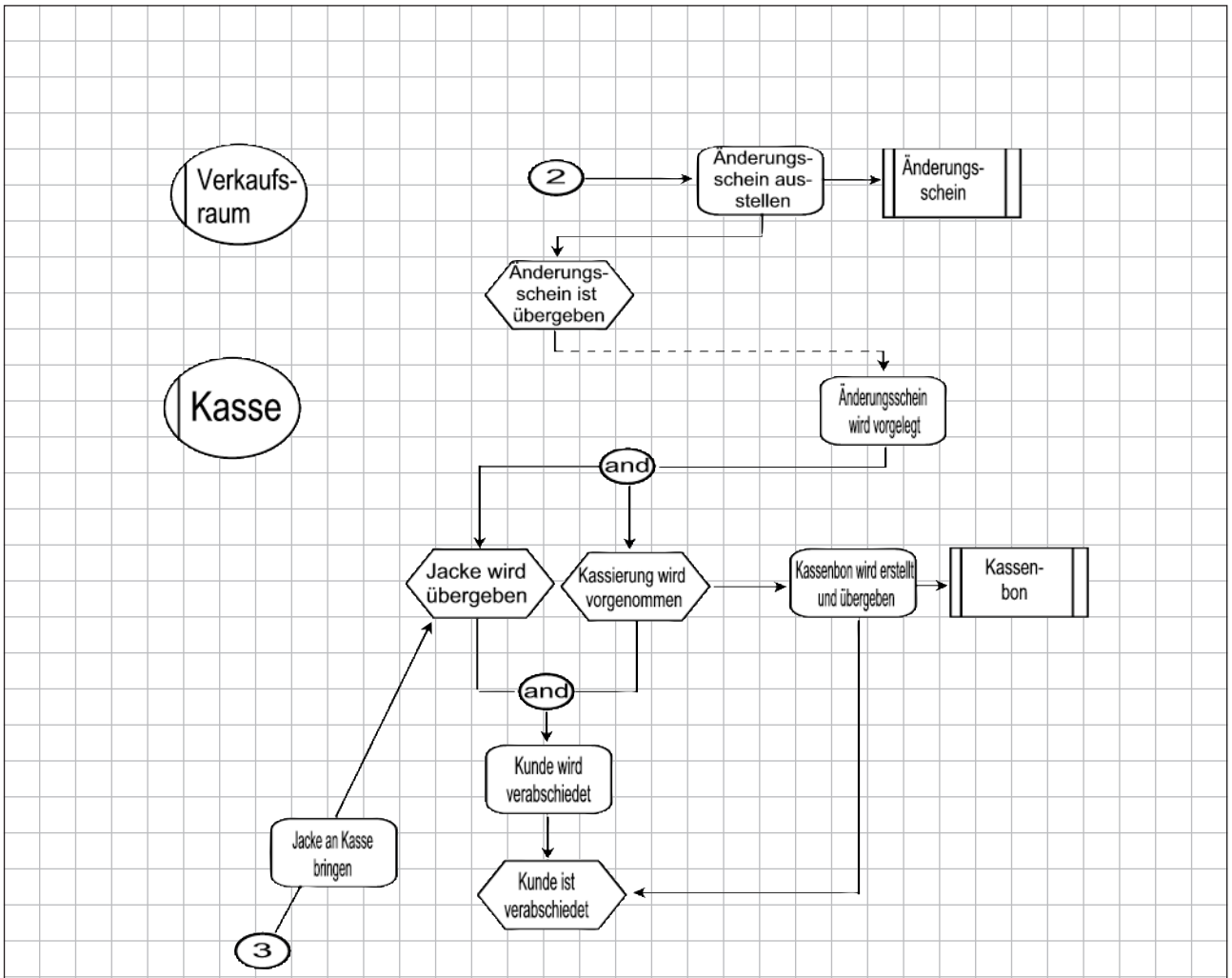
Alle Rechte vorbehalten. Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der gesetzlich geregelten Fälle muss vom Verlag schriftlich genehmigt werden. © 2012 by Verlag Europa-Lehrmittel

Zu 1 und 2. Darstellung des Geschäftsprozesses „Alex kauft eine Jacke“ : grafische Darstellung



Alle Rechte vorbehalten. Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der gesetzlich geregelten Fälle muss vom Verlag schriftlich genehmigt werden. © 2012 by Verlag Europa-Lehrmittel

Zu 1 und 2. Darstellung des Geschäftsprozesses „Alex kauft eine Jacke“ : grafische Darstellung



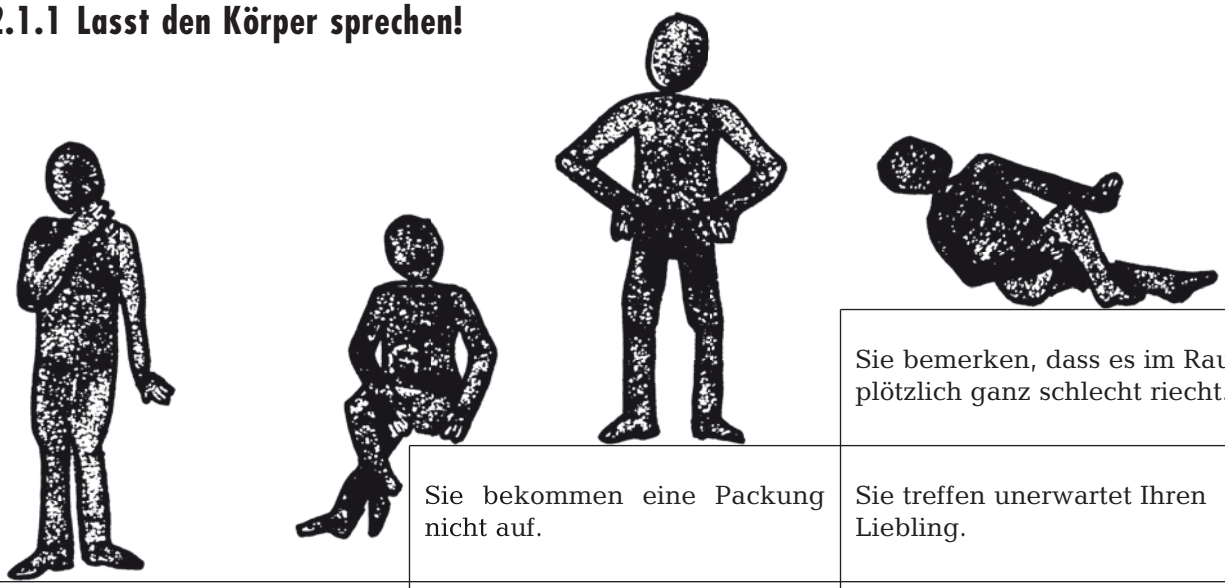
Zu. Aufgabe 2:

Nach „Jacke wird anprobiert“, geht es mit der Organisationseinheit „Kasse“ ab der Und-verknüpfung weiter.

Alle Rechte vorbehalten. Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der gesetzlich geregelten Fälle muss vom Verlag schriftlich genehmigt werden. © 2012 by Verlag Europa-Lehrmittel

Seite 19 2.1 Erfolgreich kommunizieren

2.1.1 Lasst den Körper sprechen!



		Sie bemerken, dass es im Raum plötzlich ganz schlecht riecht.
	Sie bekommen eine Packung nicht auf.	Sie treffen unerwartet Ihren Liebling.
Sie stellen fest, dass Ihr Portemonnaie verschwunden ist.	Sie sind in einen Hundehaufen getreten.	Im Fernsehen werden genau Ihre 6 Lottozahlen gezogen.
Sie haben einen fürchterlichen Schluckauf.	Sie essen, was extrem sauer schmeckt.	Ein klebriges Kaugummi hängt an Ihren Fingern fest.
Sie reklamieren eine Dose mit verdorbenem Inhalt.	Ein großer, gefährlicher Hund erschreckt Sie.	Sie verbrennen sich die Zunge am heißen Kaffee.
Ihnen juckt der Rücken ganz fürchterlich.	Sie schleichen an einer schlafenden Person vorbei.	Sie entschuldigen sich für eine Verspätung Ihres Zuges.

Aufgaben

1. Bilden Sie zwei große Gruppen!
2. Beschriften Sie Kärtchen mit den Beispielen. Denken Sie sich weitere Situationen für Körpersprache aus. Für jedes Mitglied der Gegengruppe muss ein Kärtchen vorliegen.
3. Ein Mitglied der Gruppe A zieht ein Kärtchen aus dem Stapel der Gruppe B. Auf Kommando spielt er die Situation. Seine Gruppe muss raten, was er darstellt!
4. Dann spielt ein Mitglied der Gruppe B die Situation auf einem Kärtchen der Gruppe A. So geht es weiter, bis jedes Gruppenmitglied einmal seine Körpersprache eingesetzt hat!
5. Spielen Sie einen zweiten Durchgang, in dem Sie jeweils Situationen aus dem Verkauf im Rollenspiel darstellen (Partnerarbeit)! *Beispiele: Ein Kunde möchte sich nur einmal umsehen. Ein Verkäufer bedankt sich für einen großen Einkauf.*

1. – 5. *Lösungen sind situationsabhängig und individuell.*

Alle Rechte vorbehalten. Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der gesetzlich geregelten Fälle muss vom Verlag schriftlich genehmigt werden. © 2012 by Verlag Europa-Lehrmittel

Seite 20 2.1.2 Sprechfehler und ihre Folgen

A. Wenn V zu leise und undeutlich spricht, dann

1. *... kann der K ihn nicht verstehen.*
2. *Wenn V laut und deutlich spricht, dann kann K die Verkaufsargumente gut verstehen.*

B. Wenn V viele Fachbegriffe gebraucht und lange redet, dann

1. *... wird der K abgeschreckt.*
2. *Wenn V verständlich spricht, dann fühlt sich K angesprochen und versteht die Argumente.*

C. Wenn V sehr monoton, gleichmäßig und langweilig spricht, dann

1. *... wird der K gelangweilt und abgestoßen.*
2. *Wenn V abwechslungsreich spricht und wichtige Argumente betont, dann ist das Verkaufsgespräch für K interessant.*

D. Wenn V eine abweisende Miene beim Sprechen aufsetzt, dann

1. *... fühlt sich der K abgewiesen und zurückgesetzt.*
2. *Wenn V ein interessiertes und freundliches Gesicht macht, dann fühlt sich K angesprochen.*

E. Wenn V zu laut und aufdringlich spricht, dann

1. *... fühlt sich der K bedrängt.*
2. *Wenn V in mittlerer Lautstärke spricht und freundlich spricht, dann kann K den V gut verstehen und fühlt sich nicht überfahren.*

F. Wenn V sehr langsam oder ganz wenig spricht und alle wichtigen Verkaufsargumente nennt, dann *ist K leichter zu überzeugen.*

G. Wenn V sehr unruhig ist und ständig mit den Armen schlenkert, dann

1. *wird K nervös und abgelenkt.*
2. *Wenn V ruhig ist und nur wichtige Argumente mit Gesten unterstreicht, dann ist K aufmerksam und interessiert.*

H. Wenn V sehr schnell spricht und hastig wirkt, dann

1. *... fühlt sich der K überfahren.*
2. *Wenn V nicht zu schnell spricht und wirkungsvolle Pausen einlegt, dann kann K dem V folgen und fühlt sich nicht überfahren.*

Zu Aufgabe 3.:

a) *„Bedenken Sie bitte, dass wir nur noch wenige Stücke haben!“*

b) *„Sicher erinnern Sie sich noch, was ich Ihnen vor einer Woche sagte!“*

c) *„Wenn Sie ein leicht zu bedienendes Navigationssystem wünschen, dann wäre dies hier genau richtig!“*

d) *„Ja, Sie haben schon recht, aber bedenken Sie bitte, dass ...!“*

Alle Rechte vorbehalten. Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der gesetzlich geregelten Fälle muss vom Verlag schriftlich genehmigt werden. © 2012 by Verlag Europa-Lehrmittel

Seite 21

2.2 Warenkenntnisse erwerben

2.2.1 Leistungen der Ware

Artikel (genaue Bezeichnung). *z. B. Anzug aus Kammgarn (Flanell)*

Leistungen aus Herstellung, Material, Verarbeitung und Veredelung *aus reiner Schurwolle hergestelltes Kammgarn ergibt feinen, beidseitig aufgerauten, weichen und schmiegsamen grauen Flanell, ausgerüstet mit spotguard-Fleckschutz; klassisch-zeitlose Stilrichtung und aufwendige Verarbeitung des Anzugs*	Nutzungseigenschaften und Leistungen durch technische Merkmale *Straßenanzug für die Übergangszeit*
Leistungen aus Lagerung, Pflege und Wartung *Fleckschutzausrüstung mit wasserabweisender Wirkung macht den Stoff unempfindlich und pflegeleicht*	Leistungen durch Gesundheits-, Umwelt- und Sozialverträglichkeit *angenehme Trageeigenschaften, gute Haltbarkeit, problemlos zu entsorgen*

Aufgaben

1. Notieren Sie einen Artikel aus Ihrem Ausbildungssortiment!

2. Stellen Sie fest, welche Leistungen dieser Artikel erbringen kann!

3. Tragen Sie je zwei Leistungen in die entsprechenden Kästen ein!

Alle Rechte vorbehalten. Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der gesetzlich geregelten Fälle muss vom Verlag schriftlich genehmigt werden. © 2012 by Verlag Europa-Lehrmittel

Seite 22 2.2.2 Label & Co

	CMA-Zeichen der Centralen Marketinggesellschaft der deutschen Agrarwirtschaft
	VDE-Prüfzeichen des Verbandes deutscher Elektrotechniker für elektrische Sicherheit
	Qualitätsurteil im Rahmen einer Untersuchung der Stiftung Warentest
	„Blauer Engel“ der Jury Umweltzeichen für umweltfreundliche Produkte
	„Geprüfte Sicherheit“ nach einer Untersuchung durch den Technischen Überwachungs-Verein (TÜV)
	„Wollsiegel“, vom RAL anerkanntes Gütezeichen für Textilien aus reiner Schurwolle (RAL = Reichsausschuss für Lieferbedingungen und Gütesicherung, heute dem Rationalisierungskuratorium der Deutschen Wirtschaft angeschlossen)
	„Deutsches Weinsiegel“ nach einer Prüfung durch die Deutsche Landwirtschaftsgesellschaft
	„Teppich-Siegel“ nach einer Überprüfung durch das Deutsche Teppich-Forschungsinstitut

Aufgaben

1. Überprüfen Sie, welche Label Sie in Ihrer Branche finden. Zeichnen oder kleben Sie die entsprechenden Zeichen in die dafür vorgesehenen Zeilen ein und erläutern Sie deren Bedeutung.

2. Listen Sie fünf Artikel mit diesen Zeichen auf, und geben Sie an, welche Informationen die Zeichen jeweils geben.

1. – 2. Beispiele mit den geforderten Erläuterungen sind abhängig vom Ausbildungssortiment, z. B.:
Lebensmittel: Deutsche Landwirtschaftliche Markenware, CMA-Zeichen, Weinsiegel der verschiedenen Regionen, Demeter, bioland …
Textilien: Leinen, Halbleinen, Baumwolle, Pflegekennzeichnung, schadstoffgeprüfte Textilien …

Alle Rechte vorbehalten. Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der gesetzlich geregelten Fälle muss vom Verlag schriftlich genehmigt werden. © 2012 by Verlag Europa-Lehrmittel

Seite 23 2.2.3 Woher erhalte ich Informationen über Waren?

Mein Ausbildungssortiment: _____

Fachzeitschriften:	Fachbücher:

Testinstitute:	Verbraucherorganisationen:

Schulungsmaterial der Unternehmen:	Schulungsmaterial der Verbände:

1. – 4. Individuelle Lösung, abhängig vom Ausbildungssortiment, von der Erreichbarkeit von Materialien und von den örtlichen Verhältnissen.

Aufgaben

1. Sammeln Sie die Titel von Fachzeitschriften und Fachbüchern für Ihre Ausbildungsbranche und tragen Sie diese in das Blatt ein.

2. Notieren Sie die Namen von Testinstituten und Verbraucherorganisationen, die für Ihre Branche wichtig sind und tragen Sie diese in das Blatt ein.

3. Notieren Sie die Titel von Schulungsmaterial der Unternehmen und Verbände, das bei Ihnen im Ausbildungsbetrieb oder bei überbetrieblichen Schulungen eingesetzt wird.

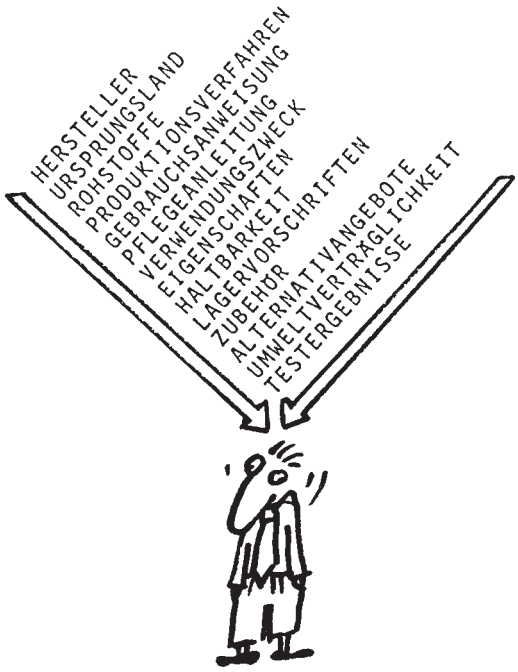
4. Setzen Sie sich in branchenbezogenen Gruppen zusammen und werten Sie Ihre Informationsquellensammlung aus (evtl. nach Internet-Recherche).

Alle Rechte vorbehalten. Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der gesetzlich geregelten Fälle muss vom Verlag schriftlich genehmigt werden. © 2012 by Verlag Europa-Lehrmittel

Seite 24 2.2.4 Warenbeschreibungsbogen

1. Bezeichnung der Ware

   Bohrhammer, Moteba PBH 20 eletronic



2. Herkunft der Ware

   Bundesrepublik Deutschland

3. Rohstoffe und Produktionsverfahren

   Industrielle Fertigung

4. Beschreibung der Ware

   450 Watt Leistungsaufnahme
   270 Watt Leistungsabgabe oder
   600 Watt Leistungsaufnahme
   400 Watt Leistungsabgabe

5. Klassifizierung und Standardisierung

   GS-Zeichen, funkentstört
   VDE-geprüft, schutzisoliert.

6. Gebrauchs-/Verbrauchseigenschaften

   Zusatzgriff benutzen,
   Kollektor sauberhalten,
   Bohrfutter sauberhalten und fetten.

7. Gesundheits-, Umwelt-, Sozialverträglichkeit der Ware

   Der Bohrhammer ist schneller, leiser, langlebiger und energiesparender als eine Schlagbohrmaschine.

Alle Rechte vorbehalten. Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der gesetzlich geregelten Fälle muss vom Verlag schriftlich genehmigt werden. © 2012 by Verlag Europa-Lehrmittel

8. Gebrauchshinweise und Verwendungsvorschriften

Zu verwenden als Bohrmaschine, Schraubendreher, pneumatischer Bohrhammer; Rechts-Linkslauf, Rutschkupplung, Vollwellenelektronik, Pistolenschalter, Bohrtiefenanschlag, Bohrhammer

9. Verpackung der Ware

Verkaufskarton mit Tragegriff, gleichzeitig Werbe- und Informationsträger.

10. Vertriebswege und Verkaufsformen

Vertrieb über den Fachhandel (in der Regel nur Beratung)

11. Warenpflege und Lagerfähigkeit

Haltbarkeit bei normaler Belastung ca. 10 Jahre.
Trocken lagern.

12. Serviceleistungen

z. B. Reparaturservice, Ersatzteillager, Testgeräte, Ersatzgeräte bei Reparatur

13. Ergänzungen/Alternativangebote

Nur Bohrer SDS verwendbar, Schraubenbits, Staubabsaugung, Zusatzgeräte (z. B. Polierbürste), Transportkasten aus Metall
Alternativangebot: Bohrhammer EAG 800 S

14. Preis der Ware

189,– €

Aufgaben

1. Nehmen Sie eine Ware aus Ihrem Ausbildungssortiment oder aus einem Ihrer Interessengebiete zur Hand. Beschaffen Sie sich die notwendigen warenkundlichen Informationen. Dabei sollten Sie nicht ausschließlich Herstellerprospekte verwenden, sondern auch Warentests und Materialien der Verbraucher- und Umweltorganisationen einbeziehen!

2. Übertragen Sie die gewonnenen Informationen in den Warenbeschreibungsbogen!

3. Überprüfen Sie, ob alle wesentlichen Merkmale mit diesem Warenbeschreibungsbogen erfasst werden. Nehmen Sie notwendige Ergänzungen oder Veränderungen vor!

Alle Rechte vorbehalten. Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der gesetzlich geregelten Fälle muss vom Verlag schriftlich genehmigt werden. © 2012 by Verlag Europa-Lehrmittel