

**FACHBUCHREIHE**  
für wirtschaftliche Bildung

# **Schwerpunkt Einzelhandel**

Situation – Aktion – Kompetenztraining

## **Lösungen – Arbeitsheft**

**Schuljahr 2**

**2. Auflage**

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

**Europa-Nr.: 98085**



## **Verfasser**

Joachim **Beck** †

Steffen **Berner**

2. Auflage 2015

Druck 5 4 3 2 1

Alle Drucke derselben Auflage sind parallel einsetzbar, da bis auf die Behebung von Druckfehlern untereinander unverändert.

ISBN 978-3-8085-9654-8

Alle Rechte vorbehalten.

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

© 2015 by Verlag Europa-Lehrmittel, Nourney, Vollmer GmbH & Co. KG, 42781 Haan-Gruiten  
<http://www.europa-lehrmittel.de>

Satz: Satz+Layout Werkstatt Kluth GmbH, 50374 Erftstadt  
Coverfoto: © adisa – Fotolia.com

# Inhalt

	Seite
<b>Schwerpunkt Betriebswirtschaft</b>	
<b>Lernfeld 6: Besondere Verkaufssituationen bewältigen</b>	<b>4 – 23</b>
<b>Lernfeld 7: Waren beschaffen, annehmen und lagern</b>	<b>24 – 36</b>
<b>Schwerpunkt Steuerung und Kontrolle</b>	
<b>Lernfeld 12: Geschäftsprozesse bei der Beschaffung, Kalkulation und Lagerung der Ware erfolgsorientiert planen, kontrollieren und steuern</b>	<b>37 – 71</b>
<b>Lernfeld 13: Kennziffern im Verkauf analysieren und erfolgswirksame Geschäftsprozesse erfassen</b>	<b>72 – 88</b>
<b>Schwerpunkt Gesamtwirtschaft</b>	
<b>Lernfeld 16: Wirtschaftliches Handeln des Ausbildungsbetriebes in der Sozialen Marktwirtschaft verstehen und beurteilen</b>	<b>89 – 94</b>

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

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 exemplarische zu verstehen sind und dass dadurch Kreativität und Einfallsreichtum Ihrer Schülerinnen und Schüler nicht eingeschränkt werden sollen.

Bei mehreren Aufgaben finden 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, dies durch eigenständige Ideen und kreative Ansätze auszeichnen, besonders positiv bewertet werden.

Schwerpunkt Einzelhandel setzt die Intention des Lehrplanes für die Fachstufen konsequent um: **Handlungs- und prozessorientierte** Elemente finden sich in nahezu allen Eingangssituationen und den Aufgabenstellungen im Aktionsteil des Schulbuches und in diesem Arbeitsheft, die in erheblichem Umfang **projektorientiert** gestaltet wurden.

Schwerpunkt Einzelhandel ermöglicht einen Unterricht, wie es das Lernfeldkonzept vorsieht. Die Konkretisierung der Lernfelder für den Unterricht durch die Gestaltung von **Lernsituationen** wird durch den ausführlichen und umfangreichen Informationsteil im Schulbuch erleichtert und unterstützt.

Wir freuen uns auf eine positive Aufnahme dieses Arbeitsheftes, aber auch auf Hinweise, die zu seiner Verbesserung führen. Ihre Anregungen und Stellungnahmen sind uns sehr willkommen. Bitte senden Sie diese an [lektorat@europa-lehrmittel.de](mailto:lektorat@europa-lehrmittel.de).

Für die Autoren  
Steffen Berner

## Seite 6 ▶ 6.1 Kundeneinwände erkennen

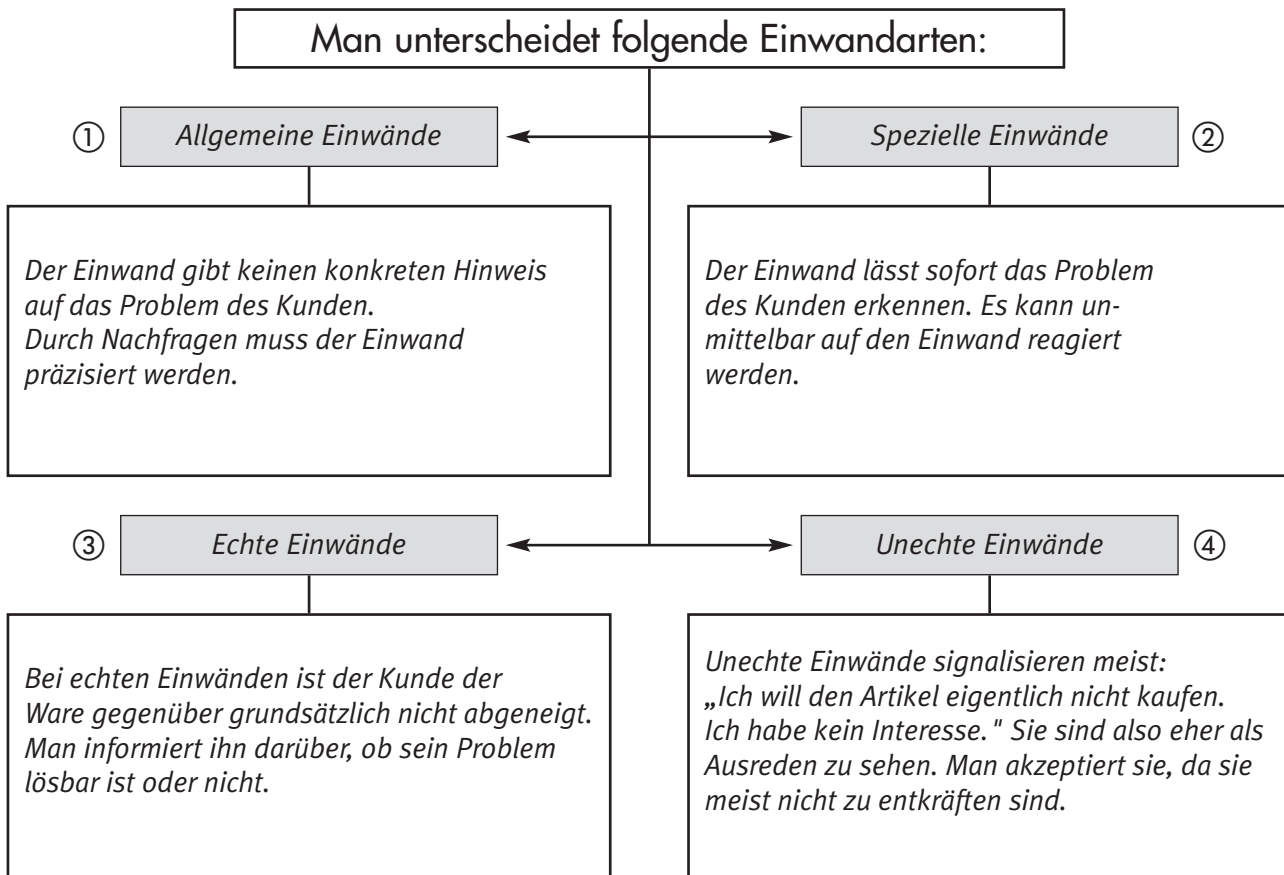
### Situation

Eine Kundin lässt sich bei einem Optiker Brillengestelle zeigen. Unter anderem äußert sie im Beratungsgespräch folgende Einwände:



### Aufgabe

Ordnen Sie diese Einwände den Einwandarten „Allgemeine Einwände“, „Spezielle Einwände“, „Echte Einwände“ und „Unechte Einwände“ zu. Dazu füllen Sie das folgende Schaubild entsprechend aus und erläutern stichwortartig, wie Sie als Berater/in mit diesen Einwänden umgehen.



**Seite 7** ▶ **6.2 Kundeneinwände entkräften**

*Sie finden die passenden Worte!*

Die Fälle:	Ihre Antwort:
<p>A. Junggeselle Brösel möchte Papiertaschentücher kaufen. Die preisgünstige Vorratspackung mit 25 Päckchen ist ihm zu groß.</p> <p>Methode:</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin-left: 20px;">Bumerang</div>	<p><i>Sie erhalten die Taschentücher in der Vorratspackung aber erheblich günstiger. Außerdem: Taschentücher können Sie immer gebrauchen.</i></p>
<p>B. Frau Buber benötigt Mignonzellen. Sie zeigen ihr die wieder aufladbaren Akkus. Die sind ihr viel zu teuer.</p> <p>Methode:</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin-left: 20px;">Ja – Aber</div>	<p><i>Sie haben recht: Verglichen im Preis sind die Akkus höher. Aber ihre Anschaffung rentiert sich im Laufe der Zeit. Sie können die Akkus nämlich bis zu 1000 Mal aufladen.</i></p>
<p>C. Der Schülerin Christine ist das hellgraue Recycling-Papier nicht „schön“ genug.</p> <p>Methode:</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin-left: 20px;">Bumerang</div>	<p><i>Natürlich: Für den, der grau nicht mag, ist grau nicht schön! Aber wenn du etwas für die Umwelt tun willst, kannst du beim Schreibpapier auf Schönheit verzichten.</i></p>
<p>D. Herr Gobrecht probiert eine Goretex-Jacke an. Die Jacke passt gut, aber Herrn Gobrecht ist sie zu hell. Er befürchtet, dass sie leicht verschmutzt.</p> <p>Methode:</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin-left: 20px;">Minus – Plus</div>	<p><i>Sie haben Recht, helle Stoffe verschmutzen schnell. Dieser Mantel jedoch ist besonders imprägniert und schmutzabweisend. Außerdem können Sie ihn selbst in der Waschmaschine waschen.</i></p>

**Aufgaben**

1. Entscheiden Sie sich für eine geeignete Methode der Einwandbehandlung und tragen Sie diese in der 1. Spalte ein. Formulieren Sie Ihre Antwort zu diesen Einwänden (2. Spalte).
  2. Vergleichen Sie Ihre Formulierungen in der Klasse/Gruppe!
  3. Wählen Sie eine gute Antwort, und führen Sie die Einwandbehandlung im Rollenspiel vor!
2. und 3. Individuelle Lösung

## Seite 8 ▶ 6.3 Alternativen anbieten

### 6.3.1 Sie können es besser!



Das Ehepaar Schlieper plant eine Reise. Eine Menge Vorbereitungen und Einkäufe sind nötig. Beide erstellen zusammen eine Einkaufsliste für den Einkauf am kommenden Samstag. Im größten Warenhaus am Ort wollen sie ihre Einkäufe tätigen. Schon um neun Uhr betreten sie die Lederabteilung des Warenhauses. Aus dem Werbeprospekt hatten sie sich zwei Hartschalenkoffer ausgesucht. Sie suchen alle Kofferregale durch, vergeblich! Die zuständige Verkäuferin bedient gerade. Das Ehepaar Schlieper wartet geduldig bis zum Ende des Verkaufsgesprächs.

Die Verkäuferin geht auf das Ehepaar lächelnd zu und begrüßt es mit den Worten: „Guten Tag, wie kann ich Ihnen helfen?“ – „Wir suchen zwei Hartschalenkoffer. Nächste

Woche fliegen wir nach Spanien. Sie haben ein Modell aus schlagfestem Kunststoff im Sonderangebot. Wir haben schon überall nachgesehen, konnten das Angebot aber leider nicht finden.“

„Das ist richtig, diese Koffer sind leider schon ausverkauft.“ Enttäuscht verlässt das Ehepaar Schlieper die Abteilung und geht weiter. In der Elektroabteilung ist Hochbetrieb. Herr Schlieper möchte für seinen Urlaub den CD-Player Yanso CS kaufen. In der Zeitschrift „Warentest“ hat er einen positiven Bericht über dieses Gerät gelesen.

Er fragt einen vorbeieilenden Verkäufer nach dem Standort des Gerätes. „Hinten in der Ecke, letztes Regal“, bekommt er zur Antwort. Er findet den gesuchten Ort, kann aber das gewünschte Gerät unter der großen Auswahl nicht finden. Da wird er angesprochen: „Wie kann ich Ihnen helfen?“ – „Ich suche den Yanso CS, können Sie mir das Gerät zeigen?“ – „Die Produkte der Firma Yanso haben wir nicht im Programm. Ich kann Ihnen nur Geräte von Playa, Philippo, Klango und Sterato zeigen.“ – „Danke sehr, aber ich will den Yanso CS!“.

Das Ehepaar Schlieper verlässt das Warenhaus!

### Aufgaben

1. Welche Fehler macht das Personal des Warenhauses? Markieren Sie die entsprechenden Textstellen!
2. Wie verhalten Sie sich, wenn ein Artikel nicht (oder nicht mehr) vorrätig ist?
  - a) Hartschalenkoffer aus dem Sonderangebot sind ausverkauft.
  - b) Der CD-Player Yanso CS wird nicht geführt.

Schreiben Sie Ihre Reaktion zu den Beispielen auf!

2. a) „Das ist richtig, die Koffer sind schon ausverkauft.“

---

*Ich kann Ihnen eine interessante Alternative anbieten.“*

---

- b) „Darf ich Ihnen den CD-Player der Firma Sterato vorführen?“
- 

*Sie werden von der Klangqualität und dem Bedienungskomfort begeistert sein.*

---

*Die Geräte der Firma Yanso haben wir nicht mehr in unserem Programm.“*

---

**Seite 9** **6.3.2 Sie bieten eine Alternative**

Alle Rechte vorbehalten. Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der gesetzlich geregelten Fälle muss vom Verlag schriftlich genehmigt werden. © 2014 by Verlag Europa-Lehrmittel

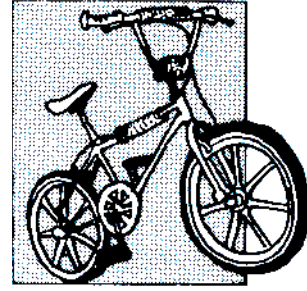
<b>Kundenwunsch:</b>	<b>Alternative vorrätig:</b>	<b>Formulierungen des Alternativangebotes:</b>
A. Grüner Pullover	Pullover in aktuellen Modefarben	A. <i>Schauen Sie bitte einmal diese Pullover in den Farben der Saison an!</i>
B. Weiße Sportschuhe	Sportschuhe in den Farben beige, hellgrau, hellblau	B. <i>Darf ich Ihnen unsere Sportschuhe in den aktuellen Modefarben zeigen?</i>
C. Bohrmaschine Marke X	Bohrmaschine Marke Y	C. <i>Ich kann Ihnen eine vergleichbare Bohrmaschine der Firma Y anbieten.</i>
D. Trockener Moselwein	trockener Wein aus der Pfalz oder von der Nahe	D. <i>Probieren Sie doch einmal den trockenen Pfälzer! Den haben wir gerade im Angebot.</i>
E. Tennisschläger Sausa	Tennisschläger Rasa	E. <i>Haben Sie den Tennisschläger Rasa schon in der Hand gehabt? Durch den neuen Griff wird Ihr Armgelenk entlastet.</i>
F. Porzellan von Rosenstock	Porzellan von Fürstental	F. <i>Das Porzellan der Firma Fürstental ist vom Dekor und der Qualität her gleichwertig. Sie können sogar noch Geld sparen.</i>
G. Bikini-Modell „Ariane“	Bikini-Modell „Elasto“	G. <i>Probieren Sie einmal das Modell „Elasto“. Sie werden von der Passform begeistert sein.</i>
H. Cognac	Spanischer Brandy	H. <i>Dieser ausgezeichnete spanische Brandy ist besonders weich und mild. Außerdem ist er preiswerter.</i>
I. Kugelschreiber von Hega	Faserschreiber von Hega	I. <i>Schreiben Sie einmal ein paar Zeilen mit diesem Faserschreiber von Hega.</i>
K. Nachtcreme „Polico“	Nachtcreme „Nimela“	K. <i>Nehmen Sie bitte eine Probe der neu entwickelten Nachtcreme „Nimela“.</i>
L. Film Marke Fujo, 36 Aufn., 2,99 €	Film Marke Foto-Profi, 36 Aufn., 2,49 €	L. <i>Testen Sie bitte den Film der Firma Foto-Profi. Sie werden von der Bildqualität begeistert sein.</i>
M. Schreibtischstuhl „Comfort“	Schreibtischsessel „Top“	M. <i>Setzen Sie sich bitte einmal in den Schreibtischsessel „Top“.</i>

**Aufgaben**

1. Schreiben Sie auf, wie Sie Ihren Kunden diese Alternativangebote schmackhaft machen können!
  2. Vergleichen Sie die Formulierungen mit Ihrem Partner/Ihrer Partnerin und suchen Sie gemeinsam den besten Vorschlag aus!
  3. Zeigen Sie Ihren besten Vorschlag im Rollenspiel!
2. und 3. Individuelle Lösung

## Seite 10 ► 6.4 Erfolgreich abschließen

### 6.4.1 Entscheidung für das BMX-Rad



K = Kunde/Kundin; V = Verkäufer/-in bzw. Kundenberater/-in

- A. **K:** Ich suche ein Fahrrad für meinen Sohn, als Geburtstagsgeschenk.  
**V:** Ja, gern. Wie alt ist denn Ihr Sohn?  
**K:** Er wird 10 Jahre alt und ist ziemlich sportlich.

*Wunschfeststellung*

- B. **V:** Ich zeige Ihnen mal einige Möglichkeiten.  
 Hier ist ein normales Sportrad, hier ein Rennrad mit 24 Gängen, dort ein BMX-Rad.

*Warenvorlage*

- C. **K:** Was bedeutet eigentlich BMX?

**V:** BMX ist die Abkürzung des englischen Bicycle-Motor-Cross, das heißt ungefähr Rad fahren im Gelände, also über Stock und Stein.

**K:** Das finde ich nicht schlecht!

**V:** Wenn Ihr Sohn praktisch orientiert ist, machen Sie ihm mit dem BMX-Rad sicher eine große Freude!

*Verkaufsargumente*

- D. **K:** Aber ist denn dieses BMX-Fahren nicht gefährlich?

**V:** Das Fahren im Gelände ist im Prinzip nicht gefährlicher als auf der Straße. Ihr Sohn lernt, das Rad sicher zu beherrschen. Außerdem sind die möglichen Aufprallstellen am Rad dick gepolstert. Sehen Sie hier!

*Einwandbehandlung*

- E. **K:** Und das Rad ist nicht zu teuer?

**V:** Das hier ist das Modell „Super-Cross“ für 149 €. Das Grundmodell mit vollständiger Sicherheitsausrüstung können Sie schon für 109 € bekommen.

**K:** Ja, das geht schon eher.

*Preisnennung*

- F. **V:** Sie haben die Wahl zwischen den Farben rot und gelb.

**K:** Ich weiß nicht so recht ...

**V:** Dann schlage ich Ihnen das Grundmodell in gelb vor. Das ist eine Sicherheitsfarbe, und zusammen mit der blauen Ausstattung sieht es sehr gut aus. Ihr Sohn wird begeistert sein!

**K:** Ja, Sie haben Recht. Das nehme ich!

*Entscheidungshilfe  
Verkaufsabschluss*

### Aufgaben

1. Lesen Sie den Text mit verteilten Rollen vor! *Individuelle Lösung*
2. Überprüfen Sie, was in den Abschnitten A bis F geschieht, und benennen Sie jeden Abschnitt (Kasten)!
3. Stellen Sie fest, wie V den Verkaufsabschluss herbeiführt!  
*Alternative angeboten; weil Kundin zögert, Vorschlag unterbreitet (direkte Kaufaufforderung).*
4. Spielen Sie die Verkaufssituation nach:
  - a) wie vorgegeben, *a) und b) Individuelle Lösung*
  - b) mit Veränderungen, die Sie selbst vornehmen!



## Seite 11 ► 6.4.2 Wie führe ich den Verkaufsabschluss herbei?

### A. Alternativfrage

**Beispiel:** Möchten Sie die preiswerte Normalausführung oder bevorzugen Sie die attraktive Luxusausführung?

**Eigene Beispiele:**

- *Nehmen Sie das T-Shirt in rot oder blau?*
- 
- 

- *Möchten Sie die Jacke gleich anziehen oder darf ich sie Ihnen einpacken?*
- 
- 

### B. Direkte Kaufaufforderung

**Beispiel:** Greifen Sie zu, solange unser Sonderangebot noch gilt!

**Eigene Beispiele:**

- *Entscheiden Sie sich für das Automatik-Modell. Für einen geringen Mehrpreis haben Sie große Bequemlichkeit!*
- 

- *Nehmen Sie doch unsere Großpackung! Sie sparen 30 % gegenüber der Normalpackung.*
- 
- 

### C. Suggestivfrage

**Beispiel:** Ist das nicht genau das Richtige für Sie?

**Eigene Beispiele:**

- *Bis zur Fußball-WM in 2 Wochen sollen wir Ihnen die Satellitenanlage sicher noch installieren?*
- 
- 

- *Diese Bluse wollen Sie sicher auch mal zur Jeans tragen, nicht wahr?*
- 
- 

### D. Zusammenfassung der Argumente

**Beispiel:** Sie wollen einen stabilen Laufschuh. Er soll für Straße und Gelände geeignet sein. Und Sie wollen nicht mehr als 100 € ausgeben. Dann ist der „Pacemaker ZX“ genau der richtige Schuh für Sie!

**Eigene Beispiele:**

- *Das Kind soll Freude haben, und das Spielzeug soll ungefährlich sein. Sie wollen höchstens 20 € ausgeben. Dann ist die Stoffente das, was Sie suchen!*
- 

- *Dieser Wein ist trocken und sehr gut bekömmlich. Er wird Ihren Gästen bestimmt gut schmecken. Er ist sicher der richtige Tropfen für Sie.*
- 
- 

### Aufgaben

1. Formulieren Sie jeweils zwei eigene Beispiele aus Ihrer Branche oder Ihrem Interessengebiet!
2. Stellen Sie Ihre Vorschläge in Partnerarbeit (Rollenspiel) der Klasse/Gruppe vor!
2. Individuelle Lösung

## Seite 12 6.4.3 Kaufentscheidung bekräftigen

Nach dem Kauf bekräftigen Sie die Entscheidungen des Kunden. Dabei können Sie Tipps, Hinweise und Anregungen für die weitere Verwendung geben.

Gartenstuhl Annika, Hochlehner, weißer Kunststoff mit farbiger Polsterauflage aus Polyesterstoff, zusammenklappbar	Wanderschuh Allgäu mit verschweißter Profilsohle, wassergeschützt durch versiegelte Nähte, mit gepolstertem Schaft	Regenschirm Däumling, klein zusammenlegbar mit Stoffhülle, geringes Gewicht und extrem geringer Platzbedarf
Frische Ananas, Markenware aus Hawaii, süß, aromatisch und saftig, mit Vitaminen und Mineralstoffen	Jeans Buffalo, Karotte aus superstarkem Denim, mit Kupfernieten und aktuellen Applikationen	Servierwagen Dinese, mit zwei Fachböden, hitzebeständige und kratzfeste Oberflächen, Laufrollen, voll zusammenlegbar
Puppe Sabrina, unverwüstliches Markenmodell mit verstellbaren Körperteilen, Schlaftaugen, reiche Ausstattung mit Bekleidung	Weingläser Rheinland, Römer mit feinem Rebenschliff (Handarbeit) mit stilechtem Fuß, mit Korkuntersetzern	Toaster Gourmet, Bräunungsautomatik, Überhitzungsschutz, Reinigungsschutz, Brötchenaufsatz

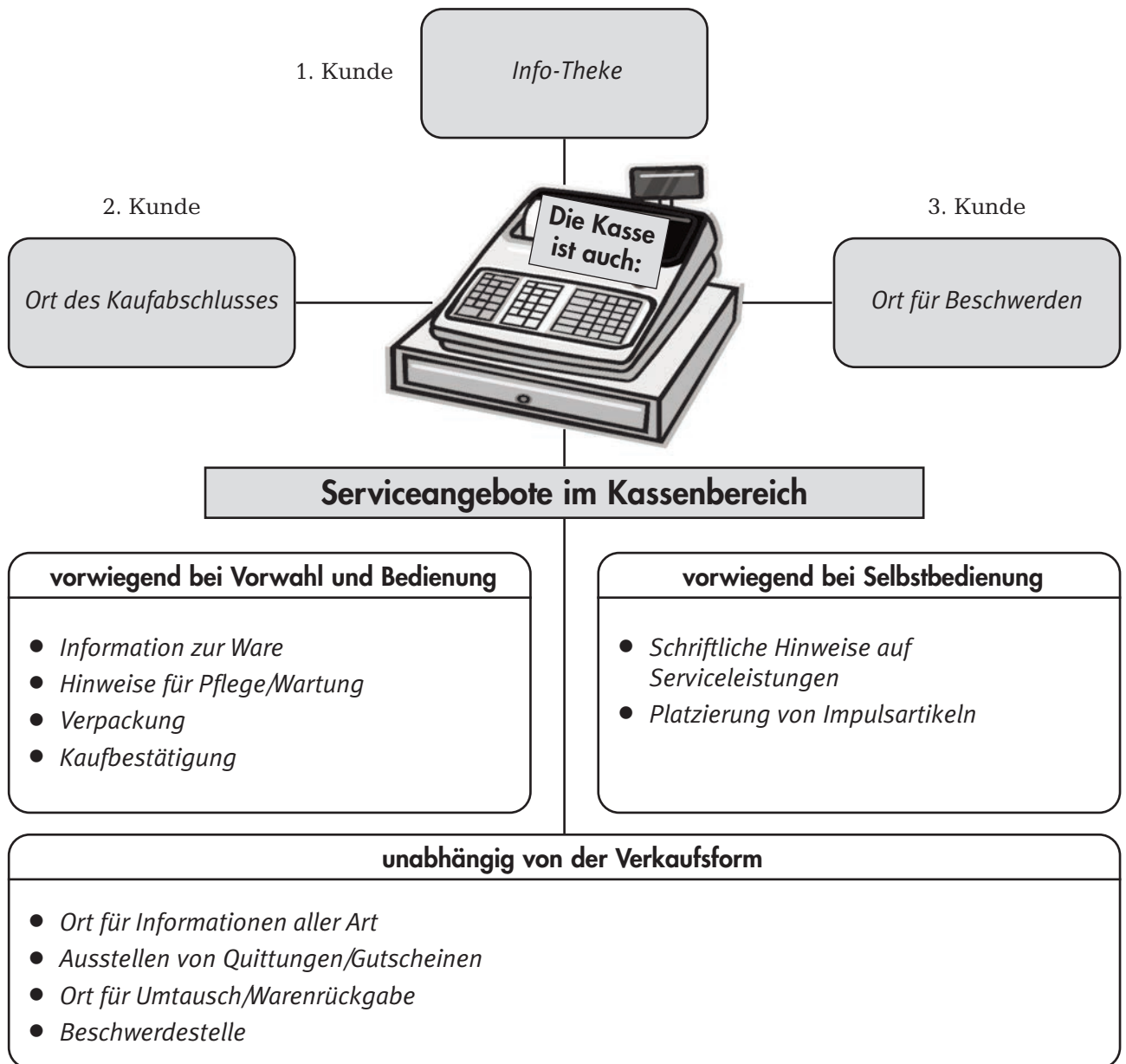
### Aufgaben

- Jeder beschriftet einen Zettel, ähnlich den Beispielen im Kasten.
- Alle Zettel werden eingesammelt und gemischt.
  - und 2. Individuelle Lösung
- Der Reihe nach kommt jeder nach vorn, zieht einen Zettel und bekräftigt die Kaufentscheidung für diesen Artikel.

*Gut, dass Sie sich für den Gartenstuhl Annika entschieden haben. Nehmen Sie bei Regen die Auflage ab. Sie ersparen sich Ärger und haben mehr Freude an Ihrem Sessel.*

## Seite 13 ▶ 6.5 Serviceleistungen an der Kasse anbieten

Die Kasse ist in einem Einzelhandelsbetrieb der Ort, an dem die Kunden ihre gekauften Waren bezahlen und sie meist auch in Empfang nehmen. In vielen Einzelhandelsbetrieben erfüllt die Kasse noch zusätzliche Funktionen.



### Aufgaben

- Ermitteln Sie, welche Funktion die Kasse in einem Einzelhandelsunternehmen aufgrund der folgenden Kundenäußerungen übernimmt. Tragen Sie die entsprechenden Begriffe in die grauen Kästen des Schemas ein.

Erster Kunde: „Sagen Sie mal, wo sind denn die Angebote aus Ihrem Prospekt platziert?“

Zweiter Kunde: „Haben Sie kein anderes Geschenkband?“

Dritter Kunde: „Gestern habe ich diese Schuhe gekauft. Da löst sich ja schon die Sohle!“

- Nennen Sie mögliche Serviceangebote im Kassenbereich. Ordnen Sie diese den jeweiligen Verkaufsformen bzw. unabhängig von der Verkaufsform zu.
- Entwerfen Sie ein Rollenspiel zwischen einem Kunden und einer Kassierkraft in dem mindestens vier Serviceangebote angesprochen werden. Beachten Sie dabei auch die Grundregeln einer kundenfreundlichen Verabschiedung.

*Schülerindividuelle Lösung*

## Seite 14 ► 6.6 Kunden verabschieden

### Zum Abschied „Mach's gut – mach's besser!“

#### Kundin/Kunde:

Frau Weiß, die jede Woche zu Ihnen kommt und Sie gut kennt.

Eine Schülerin der benachbarten Grundschule.

Eine Geschäftsfreund Ihres Chefs, dessen Namen Sie nicht wissen.

Eine ehemalige Mitschülerin aus der Abschlussklasse.

Eine sehr selbstbewusst auftretende und elegante Dame.

Rentner Aumeier, der häufig kleinere Einkäufe bei Ihnen macht.

#### Verabschiedung: (Beispiele)

„Auf Wiedersehen, Frau Weiß!  
Bis nächste Woche!“

„Ade!“, „Tschüss!“  
„Mach's gut!“ „Servus!“

„Auf Wiedersehen“

„Na dann, bis bald!“  
„So long!“ „Tschüss!“

„Auf Wiedersehen und vielen Dank für Ihren Besuch!“

„Bis bald, Herr Aumeier!“

### Aufgaben

- Schreiben Sie auf, wie Sie die betreffenden Personen nach einem Einkauf verabschieden!
  - Vergleichen Sie Ihre Vorschläge in der Klasse/Gruppe!
2. Schülerindividuelle Lösung

**Seite 15** ▶ **6.7 Kunden einschätzen**

In der Kundenberatung sollten Sie sich nicht vom Aussehen der Kunden und Vorurteilen ihnen gegenüber leiten lassen, denn dies kann zu einer groben Fehleinschätzung dieser Kunden führen. Die Folge ist ein möglicher Kundenverlust.



Abbildung 1

**Aufgaben**

- 1.1 alkoholabhängig, arbeitslos, obdachlos, arm; das Äußere und die Situation, in der sich die junge Frau befindet, führen zu einer solchen Einschätzung.
- 1.2 Auf den ersten Blick passen die beiden nicht zusammen. Der junge Mann wirkt wie ein „Business-man“ (Kleidung, Wirtschaftszeitung), während die junge Frau durch ihr Äußeres und die Flasche in der Hand nach einer Pennerin aussieht. Solche Frauen gehören eigentlich nicht zu den Kundinnen dieser Boutique. Es könnte aber auch ganz anders sein: Dem jungen Mann gehört eine Werbeagentur und die junge Frau ist seine beste Fotografin. Die Flasche Sekt haben sie soeben in einem Feinkostgeschäft gekauft, weil sie einen lukrativen Auftrag erhalten haben. Als Dankeschön für die tollen Fotos spendiert der Chef seiner Mitarbeiterin ein Designerkleid.
- 2. ... wenn Sie zu jeder Fehleinschätzung eine Situation, bei der Sie die ... ang entdeckten.

Möglicherweise .....	Fehleinschätzung erkannt, weil:
... ist der Kunde sparsamer, als ich annahm.	Kundenäußerung: „So viel wollte ich eigentlich nicht ausgeben!“ „Kann ich bei Ihnen in Raten zahlen?“
... ist der Kunde trotz seines Alters aufgeschlossen für Modisches.	Kundenäußerung: „Etwas modischer dürfte der Anzug schon sein!“ „So was trug doch nicht mal mein Opa vor 50 Jahren!“
... kennt sich der Kunde bei der Ware besser aus, als ich.	Der Kunde benutzt warentypische Fachausdrücke. Der Kunde fragt sehr gezielt nach bestimmten Eigenschaften der Ware.
... ist der Kunde vermögender, als es den Anschein hat.	Kundenäußerung: „Haben Sie denn nichts Besseres?“ „Der Preis ist für mich nicht wichtig, was zählt sind Qualität und Exklusivität!“

## Seite 16 ▶ 6.8 Kleine Kunden – große Probleme!

- A. Das Ehepaar Schlie hat zwei kleine Kinder. Am verkaufsoffenen Samstag geht die ganze Familie einkaufen. Annika und Jens brauchen für den bevorstehenden Skiurlaub eine Skiausrüstung.



Die Kinder freuen sich schon auf eigene Ski, Skischuhe und Skistöcke. Gemeinsam besuchen sie das Sportgeschäft Rahmig. Ein Verkäufer kommt auf sie zu und begrüßt sie freundlich.

Herr Schlie äußert die Wünsche seiner Kinder. Der Verkäufer nickt und bittet die Familie in die Skiabteilung. Annika und Jens lassen sich geduldig die Fußgröße messen.

Der Verkäufer stellt dann die Familie Schlie vor ein großes Problem. Mehr als 200 Paar Ski in der Abteilung stellt er zur Auswahl. Annika findet ein rotes und Jens ein weißes Paar besonders toll. Das Ehepaar Schlie freut sich zunächst mit den Kindern. Als es aber den Preis von 159 € bzw. 169 € für die Wünsche ihrer Kinder erfährt, bekommen beide einen Schreck. Sie wollten höchstens 200 € für jedes Kind ausgeben. Dabei fehlen noch die Schuhe und die Stöcke! Sie scheuen sich aber, dies vor dem Verkäufer zuzugeben. Der sieht seine Chance und unterstützt die Wünsche der Kinder. Gemeinsam bereden sie die Eltern. Vater Schlie ist ratlos. Da greift Frau Schlie ein. Sie nimmt ihre Kinder bei der Hand und sagt zu dem Verkäufer: „Besten Dank für Ihre Mühe, aber wir müssen uns das noch einmal in Ruhe überlegen.“

- B. Frau Seewald geht mit ihrer vierjährigen Tochter einkaufen. Sie hat bereits das vierte Kostüm anprobiert. Ihre Tochter liegt gelangweilt vor dem Probierspiegel. „Mama, wann gehen wir endlich?“ – „Gleich, mein Schatz, ich probiere nur noch dieses Kostüm an!“ Monika, die Verkäuferin, unterstützt Frau Seewald: „Deine Mutter ist gleich fertig!“ Frau Seewald findet sich chic. Das letzte Kostüm hat es ihr angetan. Selbstgefällig dreht sie sich vor dem Spiegel. „Das ist aber eine hässliche Farbe! Mama, du siehst in diesem Kostüm richtig blöde aus. Ich möchte jetzt nach Hause gehen!“ – „Deine Mutter sieht nicht blöde aus!“ – „Doch, meine Mama sieht so blöde aus! Ich möchte nach Hause gehen!“ Wütend stampft die kleine Katja mit beiden Beinen auf den Boden. „Haben Sie das Kostüm eine Nummer kleiner?“ – „Einen kleinen Moment, ich schaue kurz im Lager nach.“

Als die Verkäuferin nach einigen Minuten mit der richtigen Größe wiederkommt, ist Frau Seewald mit ihrer Tochter verschwunden.

### Aufgaben

1. Welche Fehler macht das Verkaufspersonal? Notieren Sie die Mängel in Stichworten!
2. Welches Verhalten empfehlen Sie für diese beiden Fälle? Schreiben Sie Ihre Vorschläge auf!
3. Nennen Sie Situationen mit Kindern im Verkauf, die für Ihre Branche typisch sind. Geben Sie an, wie Sie sich dabei verhalten.

1. und 2.

A. Der Verkäufer aus der Skiabteilung ist nicht auf die Einkaufsprobleme seiner Kunden eingegangen. Er hätte die Wünsche der Kinder und der Eltern berücksichtigen müssen. Ein Ausweichen in eine niedrigere Preisklasse durch einen Kompromissvorschlag wäre hilfreich gewesen. Außerdem wurden zu viele Waren angeboten. Die Kunden wurden verunsichert. Erfahrungen haben gezeigt, dass drei Angebote nicht zu viel und nicht zu wenig sind.

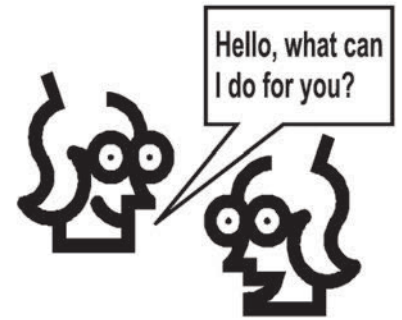
B. Kleine Kinder interessieren sich in der Regel nicht für die Waren, die die Eltern kaufen wollen. Dem Kind war langweilig. Es quengelte herum und störte das Verkaufsgespräch. Die Verkäuferin hätte für das Kind Beschäftigungsmöglichkeiten finden müssen (z. B. Spielecke, Prospekte usw.) oder einen Kollegen bitten müssen, mit dem Kind eine Weile zu spielen.

3. Individuelle Lösung

## Seite 17 ▶ 6.9 Kunden in englischer Sprache beraten

### Arbeitsauftrag A

Bereiten Sie in Partnerarbeit ein Verkaufsgespräch in Englisch vor. Wählen Sie dazu eine der angegebenen Situationen aus oder entwerfen Sie selbst einen Beratungsanlass!



Eine schwedische Touristin sucht eine wasserfeste Sonnencreme mit hohem Lichtschutzfaktor.	Ein englischer Messebesucher möchte eine Flasche möglichst typischen deutschen Weines kaufen.	Eine amerikanische Austauschschülerin sucht ein Geschenk für ihre Gasteltern im Wert von ca. 30 €.
Ein indonesischer Student sucht eine möglichst kompakte Digitalkamera mit Tasche für höchstens 150 €.	Eine Englisch sprechende Frau sucht einen Strampler aus 100 Prozent Baumwolle in der Farbe Blau für ihr Baby.	Ein Geschäftsmann benötigt ein pflegeleichtes und möglichst bügelfreies weißes Hemd mit Manschetten.
Ein japanischer Tourist soll für seine Freunde eine original Schwarzwälder Kuckucksuhr besorgen.	Eine junge Frau sucht eine möglichst bruchfeste Thermoskanne mit ca. 0,7 l Inhalt für die Reise.	Ein Ausländer vom Campingplatz will grillen. Sie können ihm würzig marinierte Nackensteaks anbieten.
Ein Jugendlicher sucht ein Federballspiel, das er mit seinem Freund im Freien spielen kann.	<b>Eigener Vorschlag:</b>	

1. Ermitteln Sie die erforderlichen Fachbegriffe und entwerfen Sie den Dialog.
2. Feilen Sie das Gespräch aus und üben Sie es in richtiger Aussprache ein.
3. Zeichnen Sie das Gespräch auf.
4. Spielen Sie die aufgezeichneten Verkaufsgespräche in der Klasse vor.

### Arbeitsauftrag B

Stellen Sie eine Einkaufsstraße auf Englisch vor!

1. Wählen Sie eine Einkaufsstraße aus (z. B. die, in der Ihr Ausbildungsbetrieb liegt oder in der Sie selbst gerne einkaufen).
  2. Malen Sie einen Plan der Straße auf Flipchart-Papier oder Leinwand.
  3. Entwerfen Sie die Vorstellung anhand des Plans (Wo liegt die Straße, wie ist sie beschildert, welche Geschäfte gibt es dort, welche Möglichkeiten sind gegeben?).
  4. Bereiten Sie sich auf die Präsentation vor (Übersicht über die Einkaufsstraße, Beschreibung der Geschäfte, etc.).
  5. Falls Ihre Englisch-Kenntnisse für eine eigenständige Durchführung nicht ausreichen, bietet sich eine Zusammenarbeit mit der Fachlehrkraft für Englisch an. Die Übung kann ggf. zu einer fächerübergreifenden Einheit ausgebaut werden. Synergieeffekte ergeben sich daraus, dass die Leistungen im Verkaufsgespräch für das Fach Englisch und den berufsbezogenen Unterricht bewertet werden können.
- Während der Präsentation Kontakt halten, die Lautstärke und deutliche Aussprache achten, die Vorstellungen am Flipchart oder an der Leinwand verdeutlichen. (Aber daran denken: Sprechpause beim Umdrehen, um etwas zu zeigen!)

## Seite 18 ► 6.10 Bei Hochbetrieb den Überblick behalten

### Frau Müller in Bedrängnis!

Samstagmorgen in einem Jeansgeschäft. Frau Müller ist dabei, neue Ware einzusortieren. Plötzlich geht die Ladentür auf. Wie so oft kommt nicht ein Kunde, sondern eine ganze Kundentraube. Ihre beiden Kolleginnen machen gerade Frühstückspause.

Frau Müller wendet sich der ersten Kundin zu. „Fräulein, ich suche eine schicke Jeans – nicht zu teuer – wissen Sie, etwas für alle Tage.“ – „Bitte kommen Sie mit, ich glaube, ich habe das Richtige für Sie.“ Gekonnt führt Frau Müller das Verkaufsgespräch. Bereits nach der dritten Anprobe hat sich die Kundin entschieden. Sie möchte die Hose kaufen. So, wie sie es gelernt hat, bietet Frau Müller passende T-Shirts als Ergänzungsartikel an. Doch die Kundin kann sich nicht recht entscheiden. Frau Müller schränkt durch geschickte Fragen die Auswahl ein, sodass die Kundin eine Kaufentscheidung fällen kann. Nachdem die Ware verpackt, bezahlt und die Kundin verabschiedet ist, wendet sich Frau Müller den anderen Kunden zu.

Zwei Jugendliche, ein Ehepaar und eine Familie mit zwei Kindern warten bereits ungeduldig auf eine Beratung. „Wer ist jetzt dran?“ – „Ich möchte eine grüne Cordhose!“ – „So eine Unverschämtheit. Ich war zuerst hier!“ – „Ausgerechnet heute nur eine Verkäuferin!“ Frau Müller fängt an, nervös zu werden. „Immer mit der Ruhe. Sie sehen ja, dass ich im Moment allein bin. Zerreißen kann ich mich nicht! Wen darf ich also jetzt bedienen?“

„Bitte zeigen Sie mir, wo grüne Cordjeans sind. Ich komme dann allein zurecht.“ – „Gleich neben der Eingangstür rechts!“ Frau Müller wendet sich dann dem nächststehenden Ehepaar zu. „Wie kann ich Ihnen helfen?“ – „Wir suchen für uns zwei Freizeithosen.“ – „Wenn Sie sich hier an dem rechten Hosenständer schon einmal umsehen wollen. Ich komme dann später zu Ihnen.“

Frau Müller bedient dann nach und nach die restlichen Kunden. Endlich hat sie es geschafft. Der Laden ist leer. Erschöpft setzt sich Frau Müller einen Augenblick hin, um sich auszuruhen. Da fallen ihr die Kundin mit der grünen Cordhose und das Ehepaar mit den Freizeithosen ein.

„Komisch“, denkt sie, „warum sind die bloß schon gegangen?“

### Aufgaben

1. Was läuft in diesem Jeansgeschäft falsch? Listen Sie die Fehler auf, und erläutern Sie, welche Folgen sich einstellen können!
2. Wie hätten Sie sich in dieser Situation verhalten? Erarbeiten Sie in der Gruppe einen Vorschlag und notieren Sie, wie alle Kunden zufrieden gestellt werden können!
3. Zeigen Sie die Lösung Ihrer Lerngruppe im Rollenspiel!

1. + 2. – Schlechte Pausenregelung.  
 – Während der Anprobe hätte die Verkäuferin die wartenden Kunden nach ihren Wünschen fragen können.  
 – Bei Hochbetrieb auf Zusatzangebote nur kurz hinweisen.  
 – Die Verkäuferin muss sich merken, in welcher Reihenfolge die Kunden den Laden betreten.  
 – Mit der Frage: „Wer ist der Nächste?“ fördert die Verkäuferin Auseinandersetzungen zwischen den Kunden.  
 – Kunden, die sich bei Hochbetrieb mit der Ware beschäftigen, dürfen nicht vergessen werden. Sie haben ebenso ein Recht, in der richtigen Reihenfolge bedient zu werden.
- Folgen: Kunden fühlen sich unbeachtet, ungerecht behandelt und meinen, unnötig warten zu müssen. Sie wandern zur Konkurrenz ab.



Seite 19 ▶ **6.11 Auf Begleiter der Kunden einstellen**

**Situation**

**1** Ein Haus für elegante Damenmode plant die Einrichtung einer Ecke, in der männliche Begleiter von Kundinnen während der Anprobe anspruchsvoll unterhalten und beschäftigt werden.

**2** Ein Einrichtungshaus plant einen Bereich, in dem Kinder betreut werden, während ihre Eltern sich beraten lassen und ihre Auswahl treffen.

**3** Ein Baumarkt beabsichtigt eine Zone einzurichten, in der Begleiterinnen von männlichen Kunden über Haus und Garten in geschlechtsspezifischer Weise informiert werden.

**Arbeitsaufträge**

**A. Wählen Sie ein Vorhaben für Ihre Gruppe aus und klären Sie die folgenden Fragen:**

1. Weshalb sind die Begleiter der Kunden am Einkauf weniger oder gar nicht interessiert?
2. Welche anderen Interessen oder Vorlieben haben sie?
3. Über welche Themen oder Angebote sind sie ansprechbar?

**B. Wenn Sie über diese Punkte in der Gruppe ein Einverständnis erzielt haben, steigen Sie in die Ideensammlung ein. Halten Sie alle Ideen schriftlich fest:**

1. Wo soll/kann der Bereich eingerichtet werden? (Lage)
2. Wie kann der Bereich gestaltet werden? (Einrichtung)
3. Welche Medien können zur Verfügung gestellt werden?
4. Welche Angebote sind möglich?

Bei einer Ideenschmiede können Lösungswege nicht aufgezeichnet werden, insbesondere weil es um die Originalität der Ideen und die Kreativität der Kombinationen geht.

Bei der Würdigung/Beurteilung sollte neben der Originalität/Kreativität berücksichtigt werden:

**C** – der Bezug und die Abstimmung zwischen der Ansprechbarkeit der Begleiter/der Betriebsform/dem Sortiment/den Angeboten

– Veranschaulichung und Präsentation

**D** – führen Sie Ihre Ideen auf eine Ideenskizze, bei der die einzelnen Ideen

1. Zeichnen Sie Ihre Ideen auf einem Flipchart.
2. Legen Sie fest, wer die Vorüberlegungen (A.) vorträgt und die einzelnen Punkte (B.) vorstellt.
3. Präsentieren Sie Ihre Ergebnisse in der Klasse.

## Seite 20 ► 6.12 Kauf mit Finanzierung

### Arbeitsauftrag

Wie sollen die beiden bei der Finanzierung ihrer Küche vorgehen?  
Untersuchen Sie in Gruppen die Handlungsmöglichkeiten für Mona und Mike.

1. Stellen Sie fest, welche verschiedenen Finanzierungsmöglichkeiten in diesem Fall bestehen.
2. Ermitteln Sie die Kosten der verschiedenen Alternativen.
3. Stellen Sie die Möglichkeiten anschaulich dar.
4. Sprechen Sie eine Empfehlung für die Finanzierung aus.
5. Vergleichen Sie Ihre Ergebnisse mit denen der anderen Gruppen.

Lösungsvorschlag zum Arbeitsauftrag:

1. a) *Küchen-Blitz-Finanzierungsangebot mit Ratenzahlung*  
 b) *Überziehungskredit per Girokonto*  
 c) *Kleinkredit*

2./3.

Nr.	Berechnung der Finanzierung	Kosten/Jahr
a)	Finanzierungssumme: 2900 davon 12 %	348,00 €
b)	Finanzierungssumme nach Abzug von 2 % Skonto: 2.842,00 € Mtl. durchschnittlich 1.421,00 (AB 2842 – EB 0) : 2 davon 12,5 %	177,63 €
c)	Finanzierungssumme: 2900 minus Skonto (2%) 2842 davon 8 %	227,36 €

4. *Die Kosten für den Überziehungskredit sind in diesem Beispiel die niedrigsten. Mona und Mike sollte diese Form der Finanzierung empfohlen werden.  
Zur Finanzierungsform Überziehungskredit sollten Mona und Mark darauf hingewiesen werden, dass dieser Vorteile bietet, wenn der eingeräumte Kreditrahmen nicht überschritten wird. Zwingen unvorhergesehene Ausgaben zur Überschreitung dieses Limits, können die Kosten durch eine zusätzliche Überziehungsprovision sprunghaft ansteigen.*
5. *Bei dem Vergleich der Gruppenergebnisse sollte neben den rechnerischen Ergebnissen auch die Form der Darstellung und die Präsentation in die Bewertung einbezogen werden.*

**Seite 21** ▶ **6.13 Kundenreklamationen professionell bearbeiten**

Kunde/-in sagt	Verkäufer/-in denkt sich	Verkäufer/-in sagt	Verkäufer/-in sollte sagen
A. Diese Glühlampe habe ich gestern bei Ihnen gekauft. Sie funktioniert nicht.	Die hat sie sicher vor langer Zeit schon gekauft.	Das kann nicht sein. Wir überprüfen jede Lampe.	<i>Normalerweise überprüfen wir jede Lampe. Zeigen Sie mir bitte Ihren Kassenbon. Ich tausche Ihnen die Lampe dann selbstverständlich um.</i>
B. Einmal habe ich diese Hose erst angezogen, und schon klemmt der Reißverschluss.	Das ist kein Wunder. Der ist viel zu dick für die Hose.	Sie haben den Reißverschluss sicher mit Gewalt zugezogen.	<i>Zeigen Sie mir bitte Ihre Hose. Der Reißverschluss lässt sich sicher reparieren.</i>
C. Sehen Sie sich diese Tasse an. Sie hat einen Sprung.	Die ist ihr sicher runtergefallen.	Wir geben nur einwandfreie Ware heraus.	<i>Normalerweise überprüfen wir jede Tasse. Wir haben sicher diesen Sprung übersehen, Sie erhalten selbstverständlich Ersatz.</i>
D. Mit diesem Bohrer habe ich nur einmal gebohrt, und schon ist er stumpf.	Vor 10 Tagen hat er den Bohrer gekauft, und er baut. Wahrscheinlich hat er ihn die ganze Zeit benutzt.	Das ist unmöglich.	<i>Welches Material haben Sie mit diesem Bohrer bearbeitet?</i>
E. Das Brot war alt, als ich es kaufte. Ich möchte immer frisches Brot.	Warum fehlt dann das halbe Brot?	Das kann nicht sein! Wir verkaufen nur frisches Brot.	<i>Entschuldigen Sie bitte. Selbstverständlich erhalten Sie ein frisches Brot.</i>
F. Bei dieser Marmelade ist das MHD überschritten.	Wahrscheinlich stand das Glas schon ein halbes Jahr zu Hause.	Unmöglich! Wir prüfen täglich unsere Lebensmittel.	<i>Das tut mir leid. Sie erhalten sofort ein neues Glas Marmelade.</i>

1. A. – kann berechtigt sein,                      B. – kann berechtigt sein,                      C. – unberechtigt,  
 D. – unberechtigt,                                  E. – unberechtigt,                                  F. – kann unberechtigt sein.

**Aufgaben**

- In welchen Fällen sind die Reklamationen berechtigt?
- In welchen Fällen halten Sie Kulanz für angemessen, selbst wenn kein Kassenzettel vorgelegt werden kann? A – F
- Beurteilen Sie, ob das Verhalten der Verkäufer angemessen ist! Schreiben Sie auf, wie Sie sich verhalten hätten! A – F falsch
- Nehmen Sie zwei gelungene Lösungen auf. Stellen Sie diese Fälle Ihrer Klasse vor!

*Schülerindividuelle Lösung*

## Seite 22 ► 6.14 Unterschiede zwischen Umtausch und Reklamation

Umtausch und Reklamation sind völlig unterschiedliche Vorgänge. Dennoch werden sie manchmal durcheinander gebracht.

### Arbeitsaufträge

1. Erarbeiten Sie in Partnergruppen die Unterschiede zwischen Umtausch und Reklamation. Fertigen Sie dazu eine Gegenüberstellung an.

	Umtausch	Reklamation
Was ist vorher geschehen?	<i>Ware gefällt oder passt dem Kunden nicht</i>	<i>Ware hat einen nachweisbaren Mangel (Schlechtleistung)</i>
Was wollen die Kunden?	<i>Andere Ware oder Gutschrift</i>	<i>Mangelfreie Ware oder Geld zurück</i>
Wie verhalten sich die Kunden?	<i>Eher freundlich, da sie einen Wunsch haben.</i>	<i>Eher ärgerlich oder fordernd, da sie etwas verlangen.</i>
Gibt es Rechtsansprüche?	<i>Nein, Kunden sind auf Kulanz angewiesen.</i>	<i>Ja, Kunde hat je nach Sachlage verschiedene Rechtsansprüche</i>
Welche Voraussetzungen müssen vorliegen?	<i>Umtauschregeln müssen beachtet werden: Ware ist unbeschädigt und nicht vom Umtausch ausgeschlossen, Bon liegt vor.</i>	<i>Mangel ist nachweisbar und Bon liegt vor.</i>
Wie verhalten wir uns als Verkaufspersonal?	<i>Freundlich und hilfsbereit.</i>	<i>Entschuldigung für den Ärger, freundlich und hilfsbereit</i>

2. Bereiten Sie eine Präsentation vor, die aus zwei Teilen besteht:

- a) Rollenspiel zu Umtausch und Reklamation  
(Achten Sie auf eine knappe, aber treffende Darstellung!)
- b) Allgemeine Darstellung der Unterschiede (Tafel, Flipchart oder OH-Projektor)  
(Denken Sie an eine übersichtliche Aufstellung mit gut lesbarer Schrift!)

Überlegen Sie, wie Sie Ihre Präsentation aufbauen. Die Rollenspiele können auch nach der Präsentation der allgemeinen Darstellung erfolgen!