



EUROPA-FACHBUCHREIHE
für wirtschaftliche Bildung

Zukunft im Einzelhandel

Situation – Aktion – Training

1. Ausbildungsjahr

2. Auflage

Das Arbeitsheft zu „Zukunft im Einzelhandel – 1. Ausbildungsjahr“

Lektorat: Joachim Beck

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

Europa-Nr.: 99907

Verfasser

Joachim **Beck** (Lektorat)

Christel **Eichhoff**

Hans-Georg **Grahle**

Ulrich **Leimser**

Dr. Reinhard **Löbbert**

Dr. Helmut **Lungershausen**

Matthias **Mann**

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

2. Auflage 2011

Druck 5 4 3 2 1

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

ISBN 978-3-8085-9970-9

Alle Rechte vorbehalten.

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

© 2011 by Verlag Europa-Lehrmittel, Nourney, Vollmer GmbH & Co. KG, 42781 Haan-Gruiten

<http://www.europa-lehrmittel.de>

Umschlaggestaltung: braunwerbeagentur, Stefanie Braun, 42477 Radevormwald

Satz: Satz+Layout Werkstatt Kluth GmbH, 50374 Erftstadt

Druck: Medienhaus Plump, 53619 Rheinbreitbach

Inhaltsverzeichnis

Lernfeld 1 Das Einzelhandelsunternehmen repräsentieren **7**

1.1	Der Ausbildungsbetrieb wird präsentiert <i>komplexe Arbeitsaufgabe</i>	7
1.2	Leitbild und Ziele der Unternehmung <i>Arbeitsaufgabe</i>	10
1.3	Bedürfnisse werden erkannt <i>Arbeitsblatt</i>	11
1.4	Die Bedeutung des Einzelhandels in der Gesamtwirtschaft <i>Arbeitsblatt</i>	12
1.5	Geld und Güter im Kreislauf der Wirtschaft <i>Arbeitsblatt</i>	13
1.6	Von Märkten und Preisen <i>Arbeitsblatt</i>	14
1.7	Preise bilden sich auf dem Markt <i>komplexe Arbeitsaufgabe</i>	16
1.8	Aufgaben des Einzelhandels werden erkannt <i>Arbeitsblatt</i>	18
1.9	Eine Sortimentspyramide wird erstellt <i>Anleitung zur Bearbeitung und Präsentation</i>	19
1.10	Eine Standortentscheidung wird getroffen <i>komplexe Arbeitsaufgabe</i>	21
1.11	Betriebsformen werden verglichen <i>Anleitung für Erkundung</i>	24
1.12	Der organisatorische Aufbau eines Einzelhandelsbetriebs wird dargestellt <i>Arbeitsblatt</i>	25
1.13	Ein Berufsausbildungsvertrag wird abgeschlossen <i>komplexe Arbeitsaufgabe</i>	26
1.14	Rechtsfälle zur Berufsausbildung werden beurteilt <i>Arbeitsblatt für Gruppenarbeit</i>	31
1.15	Lebensrisiken absichern <i>Arbeitsblatt</i>	33
1.16	Ein Betriebsrat wird gegründet <i>komplexe Arbeitsaufgabe mit Rollenspiel</i>	34

Lernfeld 2 Verkaufsgespräche kundenorientiert führen **38**

2.1	Erfolgreich kommunizieren <i>Spiel- und Arbeitsanleitungen</i>	38
-----	--	----

2.2	Warenkenntnisse erwerben <i>Arbeits- und Erkundungsauftrag</i>	40
2.3	Kontakt aufnehmen und Bedarf ermitteln <i>Training und Übungen</i>	45
2.4	Kunden einschätzen <i>Gruppenarbeitsanleitungen und Rollenspiel</i>	50
2.5	Nutzenbezogen argumentieren <i>Arbeitsaufgaben</i>	54
2.6	Kundenbezogen argumentieren <i>Formulierungsübungen</i>	56
2.7	Problemlösungen anbieten <i>Arbeitsaufgabe und Lernspiel</i>	58
2.8	Serviceleistungen einbeziehen <i>Rollenspiel und Erkundungsauftrag</i>	60
2.9	Preis in Verhältnis zur Leistung setzen <i>Arbeitsblatt</i>	64
2.10	Kundeneinwände erkennen <i>Arbeitsblatt</i>	65
2.11	Kundeneinwände entkräften <i>Formulierungsübung mit Training</i>	66
2.12	Alternativen anbieten <i>Arbeitsblatt mit Training</i>	67
2.13	Erfolgreich abschließen <i>Training mit Übungen</i>	69
2.14	Ergänzungen vorschlagen <i>Arbeitsblatt und Aufgabe</i>	72
2.15	Testbericht auswerten <i>Arbeitsblatt</i>	74

Lernfeld 3

Kunden im Servicebereich Kasse betreuen

75

3.1	Serviceleistungen an der Kasse anbieten <i>Arbeitsblatt und Rollenspiel</i>	75
3.2	Kaufrecht – was sollte ich wissen? <i>Arbeits- und Präsentationsanleitung</i>	76
3.3	Mit wem kann ich Geschäfte machen? <i>Lückentext</i>	77
3.4	Rechtsgeschäfte – was geht mich das an? <i>Aufgabenblatt</i>	78
3.5	Rechtsgeschäfte – immer gültig? <i>Test</i>	79
3.6	Wie wird ein Kaufvertrag abgeschlossen und erfüllt? <i>Arbeitsblatt</i>	80

3.7	Allgemeine Geschäftsbedingungen werden entwickelt <i>Recherche- und Gestaltungsaufgabe</i>	81
3.8	Ware wird bezahlt <i>komplexe Arbeitsaufgabe</i>	82
3.9	Umsatzübersichten werden ausgewertet <i>dreiteiliges Arbeitsblatt</i>	87
3.10	Rechentechniken anwenden – Aufgabe 1 <i>Training</i>	90
3.11	Rechentechniken anwenden – Aufgabe 2 <i>Training</i>	91

Lernfeld 4

Waren präsentieren

92

4.1	Waren werden ausgezeichnet <i>Arbeitsblatt</i>	92
4.2	Ein Shop wird geplant <i>Aufgabe mit Anleitung zur Präsentation</i>	93
4.3	Läden werden bewertet <i>Anleitung zur Erkundung</i>	95
4.4	Schaufenster werden untersucht <i>Arbeitsblatt für Gruppenarbeit</i>	97
4.5	Eine Ware wird herausgestellt <i>komplexe Arbeitsaufgabe</i>	99
4.6	Waren werden eingeräumt <i>Arbeitsblatt</i>	100

Lernfeld 5

Werben und den Verkauf fördern

101

5.1	Werbearten werden zugeordnet <i>Arbeitsblatt</i>	101
5.2	Werbemaßnahmen werden gestaltet <i>komplexe Gestaltungsaufgabe</i>	102
5.3	Ein Werbeplan wird erstellt <i>komplexe Gruppenaufgabe</i>	104
5.4	Verbraucher informieren sich <i>Arbeitsblatt</i>	108
5.5	Den Verkauf durch Aktionen fördern <i>Arbeitsblatt</i>	109

**Lernfeldübergreifend
Arbeitsaufgaben zur Warenwirtschaft (WinCOWAS)****111**

1.	Barverkauf – Sie wickeln Kassiervorgänge ab	111
2.	Stammdaten anlegen – Sie nehmen einen neuen Artikel in das Obstsortiment auf	111
3.	Kalkulation – Sie kalkulieren den Verkaufspreis für einen neuen Artikel	112
4.	Bestellung und Wareneingang – Sie bestellen Waren und kontrollieren den Bestand	112
5.	Rechnungsverkauf – Sie verkaufen Waren an Großkunden gegen Rechnung	112
6.	Erfolgsanalyse – Sie werten Umsätze aus	113

1.1 Der Ausbildungsbetrieb wird präsentiert

1.1.1 Kopiervorlage „Steckbrief“ zur Lösung der Eingangssituation im Lehrbuch auf Seite 12

Mein Ausbildungsbetrieb:	
Branche	
Rechtsform	
Inhaber/ Geschäftsführer	
Standort und Adresse	
Mitarbeiterzahl	
Jahresumsatz	
Mitgliedschaft	
Sortimentsbeschreibung	
Kundenstruktur	
Einzugsgebiet	
Werbemaßnahmen	
Ladenöffnung	

1.1.2 Das ist mein Ausbildungsbetrieb!



Arbeitsauftrag

In Partnerarbeit interviewen Sie sich gegenseitig. Dazu „verwandeln“ Sie Ihr Klassenzimmer in ein Fernsehstudio mit Publikum.

Zeichnen Sie die Gespräche zusätzlich mit einer Videokamera auf.

Beachten Sie: Ziel der Interviews ist es, dass Ihre Mitschülerinnen und Mitschüler möglichst viel über Sie und Ihren Ausbildungsbetrieb erfahren.

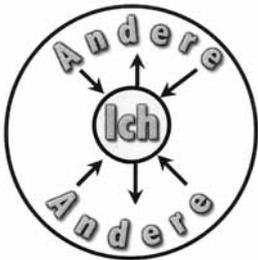
Arbeitsschritte

1. Bereiten Sie das Gespräch sorgfältig vor. Dazu nutzen Sie auch den ausgearbeiteten Steckbrief zum eigenen Ausbildungsunternehmen.

2. Wählen Sie durch Zufallsauswahl fünf der aufgezeichneten Interviews aus und besprechen Sie diese in Ihrer Klasse. Bewerten Sie die Interviews anhand folgender Kriterien:

- Informationsgehalt und Verständlichkeit,
- Art der Fragestellung und der Antworten,
- Aussprache und Lautstärke,
- Betonung und Sprechtempo,
- Einsatz von Körpersprache.

1.1.3 Das erwarte ich von meinem Ausbildungsbetrieb!



Ausgangssituation

Vom ersten Tag Ihrer Ausbildung an bestehen zwischen Ihnen und Ihrem beruflichen Umfeld eine Fülle von Beziehungen (vgl. Lehrbuch Kap. 4.4).

Diese Beziehungen sind wechselseitig. Dies bedeutet, Sie haben bestimmte Erwartungen an andere und diese wiederum haben gewisse Erwartungen an Sie.

Arbeitsauftrag

Formulieren Sie jeweils fünf Erwartungen, die Sie als Auszubildende(r) haben an:

- a) das eigene Unternehmen, b) die Vorgesetzten, c) die Kollegen, d) die Kunden.

Arbeitsschritte

1. a) Führen Sie dazu eine Kartenabfrage durch. Bilden Sie in der Klasse Gruppen, die jeweils einen der vier Bereiche auswerten. Das Ergebnis wird zeigen, welche Erwartungen bei Ihnen in der Klasse eine besonders wichtige Rolle spielen und welche Erwartungen für Sie einen eher geringen Stellenwert haben. Diskutieren Sie das Ergebnis.
- b) Notieren Sie Ihre Erwartungen auch auf das Arbeitsblatt der folgenden Seite. Überprüfen Sie im Lauf Ihrer Ausbildung, ob sich Ihre Erwartungen erfüllt, nicht erfüllt oder geändert haben!
2. Schlüpfen Sie in die Rolle eines Ihrer Vorgesetzten, eines Kollegen und eines Kunden. Formulieren Sie wiederum fünf Erwartungen. Dieses Mal aber an Sie als Auszubildende und Mitarbeiter im Verkauf. Überprüfen Sie, in welchen Bereichen übereinstimmende Erwartungen vorliegen und wo es zu unterschiedlichen Bewertungen gekommen ist. Welche Schlussfolgerungen können Sie daraus ziehen?

Zu 1 b) Meine Erwartungen an mein berufliches Umfeld

... Unternehmen

... Vorgesetzte



Erwartungen an: ...

... Kollegen

... Kunden

1.2 Leitbild und Ziele der Unternehmung

Situation

Das Leitbild der Textil-Markt GmbH beschreibt die für dieses Unternehmen geltenden Werte und Ziele. Für die Unternehmensleitung und die Mitarbeiter ist es der verbindliche Rahmen für ihre tägliche Arbeit.

Leitbild Textil-Markt GmbH	Unternehmensziele
<p>Wir sind in Deutschland die attraktive Einkaufsstätte für aktuelle und in der Gesellschaft durchgesetzte Mode mit einem interessanten Preis-Leistungs-Angebot. Für unsere Kunden wollen wir der beste Textileinzelhändler in dem Marktsegment sein, in dem wir vertreten sind. Das bedeutet, dass wir für Damen, Herren und Kinder modisch aktuelle und qualitativ gute Textilien zu außerordentlich günstigen Preisen anbieten wollen.</p>	_____
<p>Es ist unser Ziel dies durch möglichst geringe Kosten zu erreichen.</p>	_____
<p>Die damit verbundene Gewinnerzielung ist für uns kein Selbstzweck, sondern damit soll das Unternehmen gesund erhalten werden und eine Expansion aus eigener Kraft möglich sein. Gewinne sichern auch Arbeitsplätze und schaffen neue.</p>	_____
<p>Als Mitarbeiter denken und handeln wir absolut kundenorientiert. Den Kunden gegenüber sehen wir uns in der Rolle des Gastgebers und haben stets sein Wohl im Auge.</p>	_____
<p>Alle Mitarbeiter leisten Überdurchschnittliches und tragen durch Ihren Einsatz dazu bei, dass Textil-Markt ein leistungsstarkes Unternehmen bleibt. Dabei denken und handeln die Mitarbeiter im Rahmen ihrer Position in unternehmerischen Zusammenhängen, selbstständig und ergebnisorientiert. Wir fördern Mitarbeiter, die sich bei ihrer Arbeit für die Ziele des Unternehmens einsetzen und beteiligen sie am Erfolg des Unternehmens. Wir unterstützen sie durch zahlreiche freiwillige soziale Leistungen und helfen in persönlichen Notsituationen.</p>	_____
<p>Mit unseren Lieferanten pflegen wir einen fairen und partnerschaftlichen Umgang. Wir achten besonders darauf, dass bei der Produktion der Schutz der Umwelt so weit wie möglich gewährleistet wird. Besonders wichtig ist uns, dass die Menschen, die für unsere Lieferanten arbeiten, fair und mit Respekt behandelt werden.</p>	_____

Arbeitsaufträge

1. Welche Ziele können Sie aus dem Leitbild entnehmen? Tragen Sie diese in der zweiten Spalte ein.
2. Mit welchen Maßnahmen sollen diese Ziele erreicht werden?
3. Erläutern Sie, wie Sie als Verkäufer mitwirken können, Unternehmensziele zu verwirklichen.
4. Nicht immer können alle Ziele gleichzeitig erreicht werden. Es kann immer wieder dazu kommen, dass die Verwirklichung eines Zieles dazu führt, dass andere Ziele vernachlässigt werden. Verdeutlichen Sie einen solchen Zielkonflikt anhand des Leitbildes der Textil-Markt GmbH.

1.3 Bedürfnisse werden erkannt



Es ist Montagmorgen. Oberstudienrat Gerber bemüht sich vergeblich das Thema „Wie funktioniert die Wirtschaft?“ einer noch vom Wochenende übermüdeten Klasse zu vermitteln. „Also Leute, wenn Lernen gerade nicht zu euren Bedürfnissen zählt, was habt ihr denn dann für Bedürfnisse? Schreibt doch mal was auf unsere allseits beliebten Kärtchen!“ Und siehe da, es kommen eine Menge Antworten, die an der Pinnwand folgende Liste ergeben:

Döner, essen, Schlaf, chillen, im Internet surfen, Fitness, rauchen, Sex, Nase putzen, SMS-verschicken, Urlaub machen, Freunde besuchen, lernen, Zigarette, ins Sonnenstudio gehen, shoppen, Führerschein, Cola, Fußball spielen, Party machen, kuscheln, neue Schuhe.

Aufgaben

1. Stellen Sie fest, welche der Schülerantworten Bedürfnisse, welche ein Mangelempfinden und welche die Mittel zur Beseitigung dieses Mangelempfindens benennen. Wählen Sie fünf Antworten der Schüler und füllen Sie die Tabelle aus! Das Beispiel „trinken“ zeigt wie es geht.

Mangelgefühle	Bedürfnis	Mittel zur Befriedigung des Bedürfnisses
<i>Durst</i>	<i>trinken</i>	<i>Mineralwasser</i>

2. Die Antworten führten anschließend zu einer lebhaften Diskussion in der Klasse, wobei ein Schüler meinte: „Viele unserer Bedürfnisse hätten wir gar nicht, aber die Werbung redet uns ein, dass wir alles Mögliche unbedingt brauchen!“

Diskutieren Sie diese Ansicht. Falls Sie die Meinung des Schülers teilen, dann notieren Sie bitte drei Beispiele aktueller Fernsehwerbung, von der Sie glauben, dass Sie zum Kauf bestimmter Produkte beeinflusst werden sollen.



1.4 Die Bedeutung des Einzelhandels in der Gesamtwirtschaft

Situation:



Michael, Konrad, Lukas und Ralf sind Mitglieder im Neuburger Männerkochclub „Pfeffer & Salz“. Mit Vorliebe kochen Sie Gerichte, bei denen Käse eine wichtige Rolle spielt, denn auch beruflich haben drei mit diesem Milchprodukt zu tun: Konrad arbeitet als Qualitätsmanager in einem großen Molkereibetrieb, Ralf bewirtschaftet einen Hof mit über 50 Milchkühen und Lukas fährt jeden Tag mit seinem „Käsemobil“ in Orte der Neuburger Umgebung, um dort seinen Kunden über 100 verschiedene Käsesorten anzubieten. Michael hat als Polizist beruflich nichts mit Käse zu tun, ist aber begeisterter Käseliebhaber und gibt monatlich gut und gerne

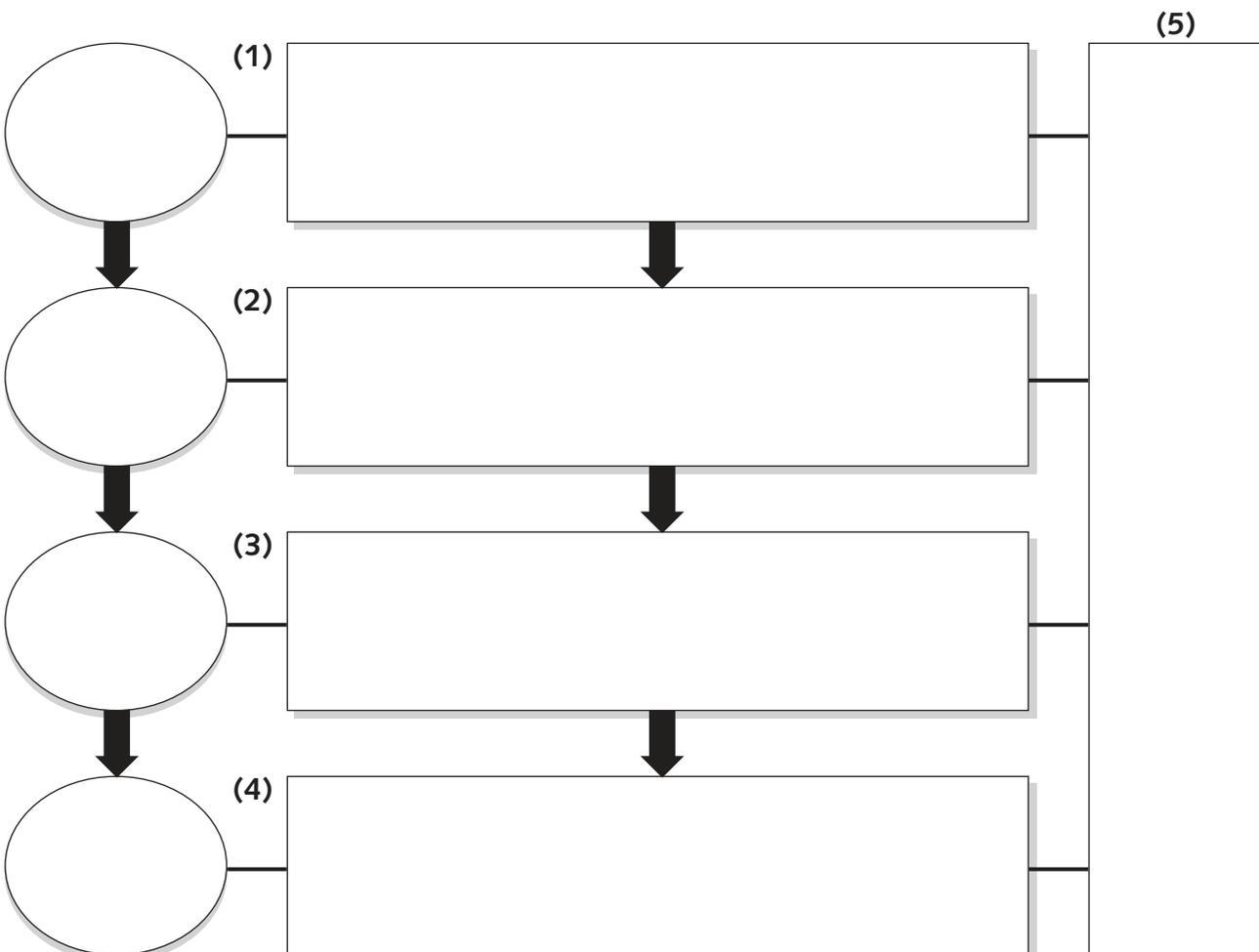


über 50 € für Käsespezialitäten aus.

Aufgabe

Aus den Informationen der Situation können Sie die Bedeutung bzw. Einordnung des Einzelhandels in die Gesamtwirtschaft erkennen und somit auch die Gliederung einer Volkswirtschaft in unterschiedliche Wirtschaftsbereiche darstellen. Füllen Sie dazu das folgende Schema aus und kennzeichnen Sie die Kreise mit einem einprägsamen Symbol für den jeweiligen Wirtschaftsbereich (1 bis 4) am Beispiel des Produkts „Käse“. Was tragen Sie in den Kästen mit der Nummer 5 ein?

Gliederung der Wirtschaft



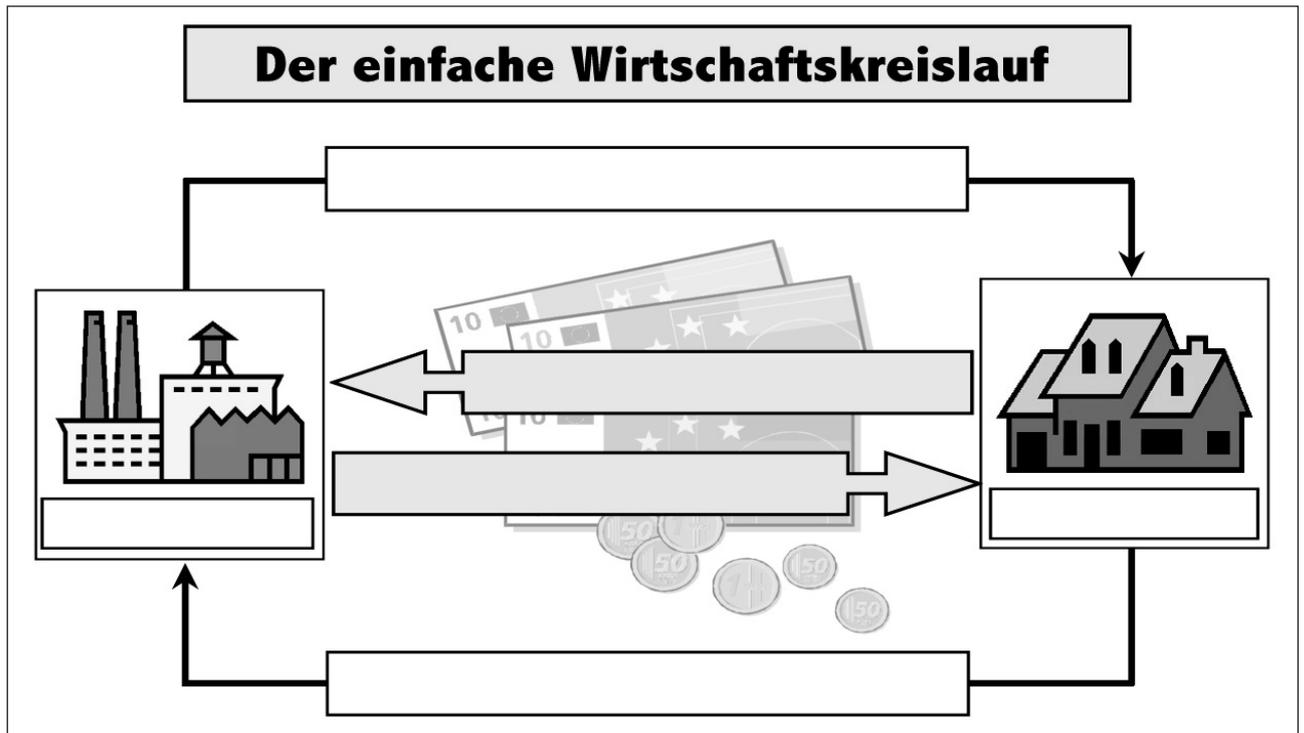
1.5 Geld und Güter im Kreislauf der Wirtschaft

Situation

David braucht dringend einen neuen Fahrradhelm. Für 98,00 € kauft er im „Radhaus Neuburg“ ein Modell mit besonders guter Passform.



Nennen Sie drei mögliche „Quellen“, aus denen sich David die benötigten finanziellen Mittel beschaffen kann!

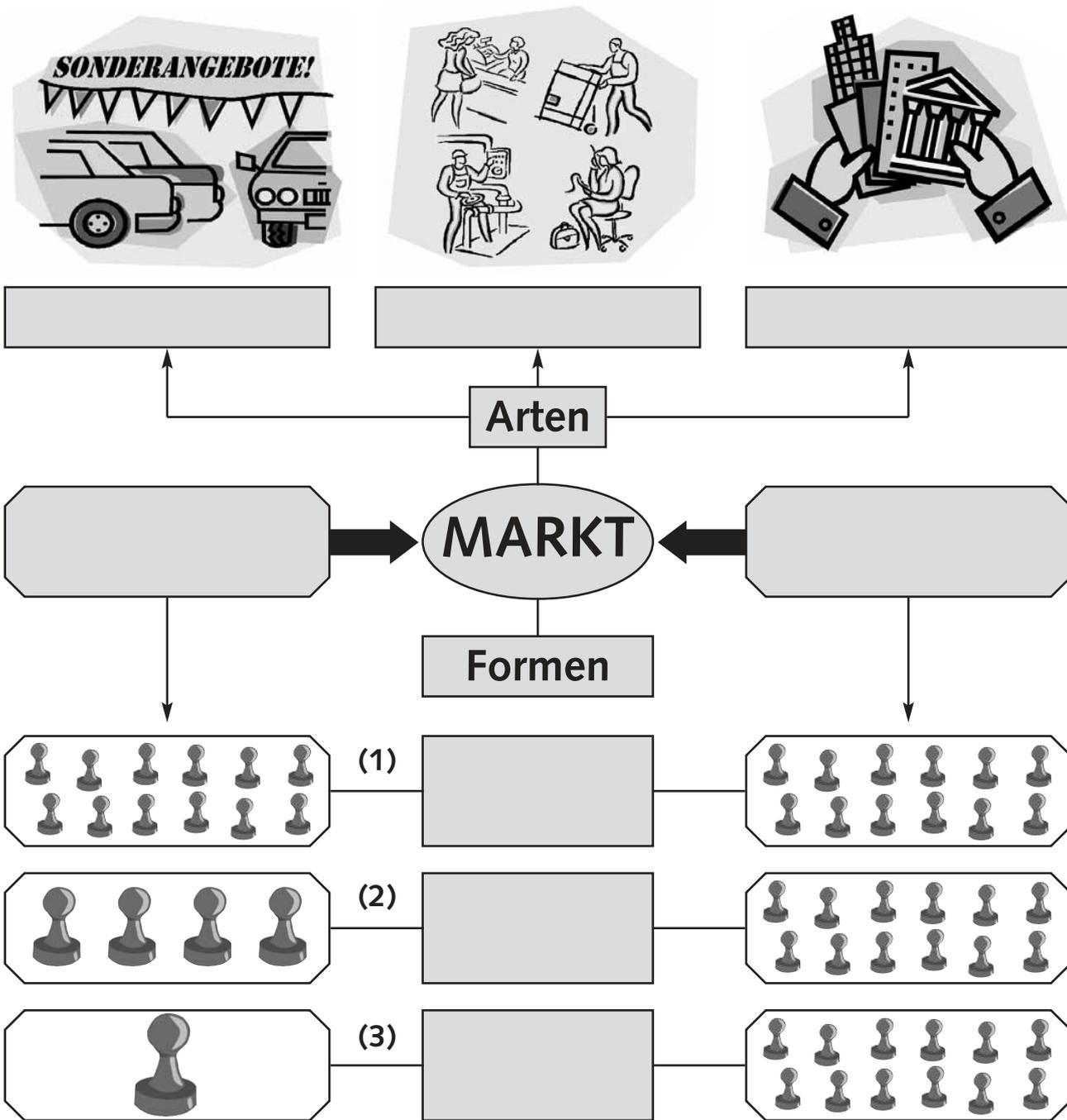


Der einfache Wirtschaftskreislauf ist eine _____ Darstellung der _____ zwischen Haushalten und Unternehmen. Dabei stellen die _____ (Nachfrager) den _____ (Anbieter) ihre _____ zur Verfügung. Als Gegenleistung erhalten die Haushalte von den Unternehmen _____ in Form von _____. Dieses _____ verwenden die Haushalte zum _____ von _____ bei den Unternehmen. Der einfache Wirtschaftskreislauf wird somit durch einen _____ und einen _____ gebildet.

Aufgaben

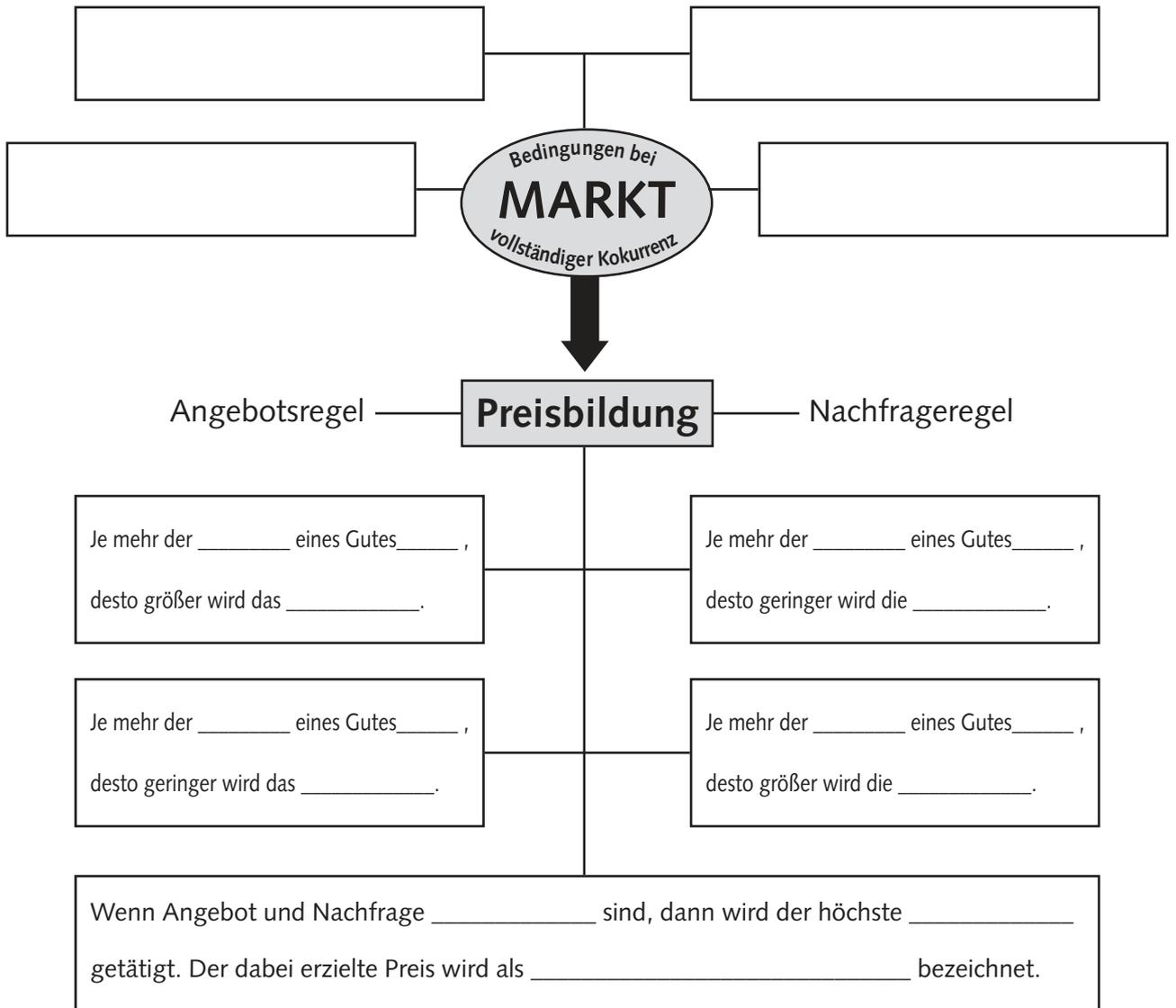
1. Stellen Sie die Beziehungen zwischen den am Wirtschaftsgeschehen Beteiligten dar, indem Sie die passenden Begriffe in das Schaubild eintragen.
2. Vervollständigen Sie den Lückentext. Nehmen Sie zur Lösung Ihr Schulbuch als Hilfe.
3. Erläutern Sie, warum das Modell des einfachen Wirtschaftskreislaufes nicht der Realität entspricht.

1.6 Von Märkten und Preisen



Aufgaben

1. Vervollständigen Sie das Schaubild durch Einsetzen der entsprechenden Begriffe.
2. Notieren Sie mindestens zwei Beispiele für die im Schaubild dargestellten Marktformen.
 - (1) _____
 - (2) _____
 - (3) _____
3. Wie wirkt sich die jeweilige Marktmacht der Beteiligten auf die Preisgestaltung aus?



Alle Rechte vorbehalten. Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der gesetzlich geregelten Fälle muss vom Verlag schriftlich genehmigt werden. © 2011 by Verlag Europa-Lehrmittel

Aufgaben

1. Formulieren Sie die vier Bedingungen, die vorliegen müssen, damit man von einem Markt mit vollkommener Konkurrenz (Polypol) sprechen kann.
2. Vervollständigen Sie die Angebots- und Nachfragerregel. Die folgenden Informationen helfen Ihnen bei der Lösung dieser Aufgabe.

Steigende Preise veranlassen lieferfähige Anbieter mehr Waren zu produzieren und auf den Markt zu bringen. Dagegen vermindern sinkende Preise den Anreiz Waren zu produzieren und auf den Markt zu bringen.

Sinkende Preise erleichtern den Nachfragern den Kaufentschluss und ermöglichen auch weniger kaufkräftigen Kunden den Kauf einer Ware. Bei steigenden Preisen vermindert sich der Anreiz und die Fähigkeit Waren zu erwerben.

3. Fügen Sie die passenden Begriffe in die letzte Aussage des Schaubildes ein.
4. Welche Folgen ergeben sich, wenn es zu einem dauerhaften Angebots- bzw. Nachfrageüberhang bei bestimmten Gütern kommt?

1.7 Preise bilden sich auf dem Markt



Situation

Seit 25 Jahren gilt Kaffee als unser beliebtestes Getränk. Jeder Deutsche trinkt im Durchschnitt ca. 150 Liter Kaffee im Jahr.

Bereits seit 1882 wird an der New Yorker Kaffeebörse „Coffee, Sugar and Cocoa Exchange“ mit Rohkaffee gehandelt. Ein grundlegender Faktor für die Bildung des Rohkaffeeprices sind dabei Angebot und Nachfrage.

Einem New Yorker Makler liegen für eine Arabica-Sorte folgende Kaufaufträge vor:

Händler	gewünschte Menge	höchstens bereit zu bezahlen
A	1 900 lb	0,60 \$/lb
B	1 200 lb	0,70 \$/lb
C	1 100 lb	0,80 \$/lb
D	600 lb	0,90 \$/lb
E	1 200 lb	1,00 \$/lb

lb = ein amerikanisches Pfund = 454 g

Aufgaben

1. Welche Händler kaufen Rohkaffee bei einem Preis von 0,90 \$/lb oder höher?
2. Wie groß ist die nachgefragte Menge bei diesem Preis?
3. Berechnen Sie die Gesamtnachfrage bei folgenden Preisen:

Preis je lb in \$	Nachfrage in lb					Gesamtnachfrage in lb
	A	B	C	D	E	
0,60						
0,70						
0,80						
0,90						
1,00						

4. Welcher Zusammenhang besteht zwischen Preis und Gesamtnachfrage?

5. Auf der **Anbieterseite** liegen folgende Verkaufsaufträge vor:

Händler	mögliche Verkaufsmenge	folgender Verkaufspreis sollte mindestens erzielt werden
F	600 lb	1,00 \$/lb
G	900 lb	0,90 \$/lb
H	1 200 lb	0,80 \$/lb
I	1 000 lb	0,70 \$/lb
J	700 lb	0,60 \$/lb

Welche Händler verkaufen ihren Rohkaffee zu einem Preis von 0,80 \$/lb?

6. Wie groß ist die angebotene Menge zu diesem Preis?
 7. Berechnen Sie das Gesamtangebot bei folgenden Preisen:

Preis je lb in \$	Angebote in lb					Gesamtangebot in lb
	F	G	H	I	J	
0,60						
0,70						
0,80						
0,90						
1,00						

8. Welcher Zusammenhang besteht zwischen Preis und Gesamtangebot?
 9. Der Makler erhält für seine Tätigkeit eine Provision, die sich nach dem Umsatz bemisst. Er legt deshalb den Preis fest, der den Umsatz maximiert und Angebot sowie Nachfrage nach Rohkaffee zum Ausgleich bringt.
 Ermitteln Sie diesen sogenannten Gleichgewichtspreis rechnerisch anhand der folgenden Tabelle:

Preis je lb in \$	Gesamtnachfrage in lb	Gesamtangebot in lb	Umsatz in lb
0,60	6 000	700	700
0,70			
0,80			
0,90			
1,00			

10. Stellen Sie den Gleichgewichtspreis in einem Koordinatensystem grafisch dar. Die Abszisse (x-Achse) bezeichnet den Preis und die Ordinate (y-Achse) die Menge.
 11. Warum ist ein Gleichgewichtspreis von 0,60 \$/lb bzw. 1,00 \$/lb nicht möglich?

1.8 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

- 1 Inga und Mark Heider führen seit fünf Jahren selbstständig eine Lederboutique. Ihre Geschäftsräume sind klein, liegen aber günstig am
- 2 Rande der Fußgängerzone. Ihre Spezialität sind Lederwaren aus
- 3 Spanien. Bei einer Fahrt nach Spanien verbinden die beiden Urlaub
- 4 und Geschäft: Neben einer Badewoche benutzen sie die Zeit zum
- 5 Einkauf, und ihr kleiner Lieferwagen ist bei der Rückfahrt voll ge-
- 6 packt bis oben hin mit neuer Ware. Da sie direkt beim Produzenten
- 7 einkaufen, kennen sie die Ware ganz genau und können ihre Kun-
- 8 den bestens beraten. Außerdem achten sie bei ihren Einkäufen dar-
- 9 auf, dass sie keine Ware aus minderwertigem Leder oder in schlech-
- 10 ter Verarbeitung beziehen. In ihrer Boutique bieten die Heiders
- 11 Jacken und Hüte, Gürtel und Riemen, Beutel und Taschen sowie
- 12 Handschuhe und Lederkleinteile an. Regelmäßig stellen sie einen
- 13 Artikel relativ günstig als „Angebot des Monats“ heraus. Auf diese
- 14 Weise können sie auch Artikel absetzen, die sie in großer Zahl bezie-
- 15 hen müssen (Mindestabnahmemenge). Da sie nur zweimal im Jahr
- 16 in Spanien einkaufen, haben sie einen Lagerraum, um die einge-
- 17 kaufte Ware fachgerecht zu lagern. Außerdem bieten die Heiders
- 18 Lederpflegemittel an; dazu können sie ihren Kunden Tipps zur
- 19 Pflege und Reinigung von Leder geben. Hartnäckig verschmutzte
- 20 Teile nehmen die Heiders im Auftrag einer Spezialfirma für Leder-
- 21 reinigung entgegen. Stammkunden der beiden nutzen diese Mög-
- 22 lichkeit gern, um ihre Ledersachen fachgerecht reinigen zu lassen.
- 23 Auf ihre Stammkunden verlassen sich die beiden auch, wenn es um
- 24 die Gewinnung neuer Kunden geht. Sie verteilen Handzettel an ihre
- 25 Kunden und bitten diese, die Empfehlung weiterzugeben. Da eine
- 26 Vielzahl von Kunden mit Kreditkarten zahlen möchten, haben sich
- 27 Heiders entschlossen, Zahlungen mit Kreditkarten zu akzeptieren.
- 28

Funktionen des Handels	Textzeilen
1. Räumliche Überbrückungsfunktion	
2. Zeitliche Überbrückungsfunktion	
3. Mengenausgleichsfunktion	
4. Sortimentsfunktion	
5. Qualitätsfunktion	
6. Beratungs- und Werbefunktion	
7. Servicefunktion	
8. Kreditfunktion	

1.9 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

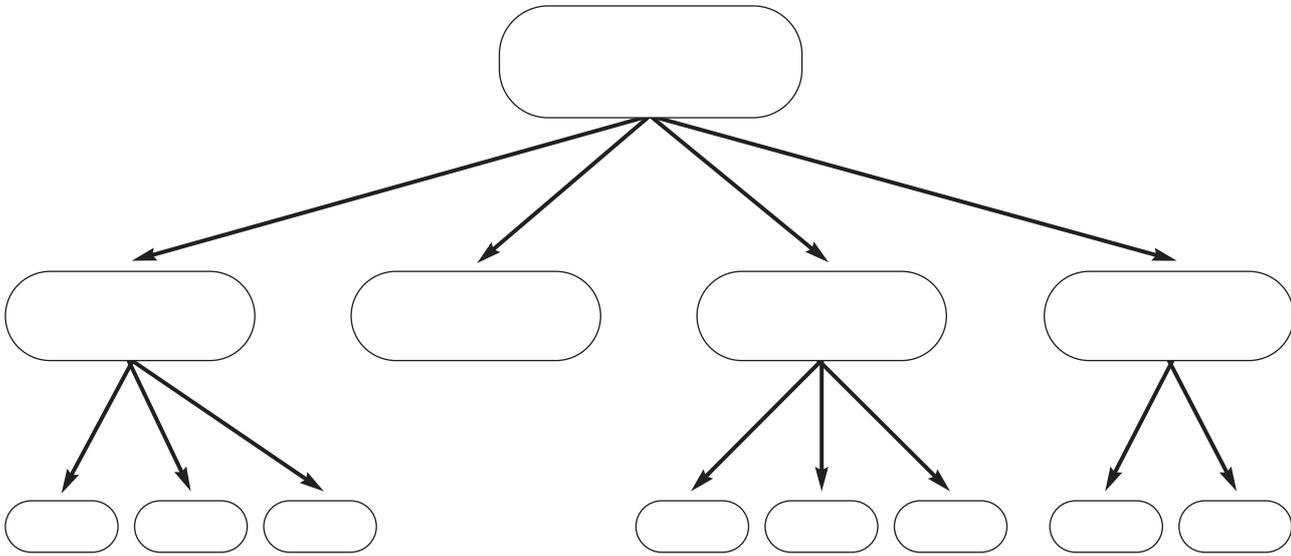
1. Wählen Sie eine Warengruppe aus Ihrem Sortiment aus und notieren Sie die dazu gehörigen Warenarten mit ihren Artikeln und Sorten innerhalb der Warengruppe.
2. Fertigen Sie auf Grundlage der erstellten Liste eine Skizze für die Sortimentspyramide an.
3. Legen Sie einen Termin für die Präsentation und 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:				
Warenarten:				
Artikel und Sorten:				

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. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____

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.

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