

PRÜFUNGSVORBEREITUNG AKTUELL

FÜR

**KAUFFRAU/KAUFMANN IM
EINZELHANDEL**

ABSCHLUSSPRÜFUNG

**GESTRECKTES
PRÜFUNGSVERFAHREN**

GESAMTPAKET

15. AUFLAGE

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

EUROPA-Nr.: 74704

Verfasser:

Dipl.-Hdl. Gerhard Colbus, Studiendirektor, Wehlmichl

15. Auflage 2018

Druck 5 4 3 2 1

ISBN 978-3-8085-2549-4

Alle Rechte vorbehalten.

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

© 2018 by Verlag Europa-Lehrmittel, Nourney, Vollmer GmbH & Co. KG, 42781 Haan-Gruiten
<http://www.europa-lehrmittel.de>

Satz: Gerhard Colbus, 84107 Wehlmichl

Druck: M. P. Media-Print Informationstechnologie GmbH, 33100 Paderborn

Vorbemerkungen

Das vorliegende Buch wurde zur 15. Auflage überarbeitet und an der aktuellen Gesetzeslage angepasst. Fachliche Änderungen, beispielsweise in den Bereichen „Sozialversicherung“ sowie „Produkt-Identifikationsnummer (GTIN)“, wurden berücksichtigt. Das Buch ist abgestimmt auf den Ausbildungsberuf „Kaufmann im Einzelhandel/Kauffrau im Einzelhandel“. Es entspricht den bundesweit einheitlichen Prüfungsanforderungen und deckt mit über 2 000 Aufgaben den gesamten Prüfungsstoff ab.

Der inhaltliche Aufbau richtet sich nach dem aktuellen Prüfungskatalog und berücksichtigt das durchgeführte „**gestreckte Prüfungsverfahren**“ (Zwischenprüfung entfällt).

Teil I bietet nahezu **1 650** Übungsaufgaben zum **1. Prüfungsabschnitt des gestreckten Prüfungsverfahrens**, der gewöhnlich zum Ende des zweiten Ausbildungsjahres stattfindet, und ist gegliedert in die drei Prüfungsfächer „**Verkauf und Marketing**“, „**Warenwirtschaft und Rechnungswesen**“ sowie „**Wirtschafts- und Sozialkunde**“. Da das Fach „Verkauf und Marketing“ offen, das heißt in ungebundener Form geprüft wird, finden Sie über **230** Aufgaben, eingebunden in **23 Situationen**.

Teil II bietet in **39 Situationen** über **410 offene Aufgaben** zur Vorbereitung auf das Prüfungsfach „**Geschäftsprozesse im Einzelhandel**“, das im **2. Prüfungsabschnitt** zum Ende der Ausbildung ebenfalls in **ungebundener** Form geprüft wird.

Die gebundenen Aufgaben sind in kammerüblicher Frageform (auch zusammenhängende, handlungsorientierte und ungebundene Übungen) gehalten und nach Themenbereichen geordnet. Die einzelnen Wissensgebiete werden durch vielfältige Fragestellungen hinterfragt, sodass das Einüben des Lernstoffes schematisiert und damit erleichtert wird.

Die verschiedenen Aufgabentypen verlangen neben der schriftlichen Beantwortung der offenen Fragen entweder das Ankreuzen einer oder mehrerer Antworten, das Übertragen von Lösungsbuchstaben, das Aufstellen von logischen Reihenfolgen oder auch das Berechnen der Ergebnisse. Bei den Reihenfolgeaufgaben ist darauf zu achten, dass die richtige Reihenfolge in den Kästchen **vor** den einzelnen Arbeitsschritten einzutragen ist (siehe Beispiel).

Beispiel einer Reihenfolgeaufgabe:

Bringen Sie folgende Tätigkeiten zur Neueinstellung von Mitarbeitern in die richtige Reihenfolge.

- [5] Arbeitsvertrag
- [1] Stellenangebot im Anzeigenteil der Regionalpresse
- [4] Bewerbungsgespräch (Vorstellungsgespräch)
- [2] Lesen einer Anzeige bei den Stellenangeboten
- [3] Bewerbungsschreiben mit Bewerbungsunterlagen an angegebene Adresse richten

Die Lösung (im Lösungsteil mit **5-1-4-2-3** angegeben) ist von oben nach unten in die Kästchen zu übertragen, sodass die **1** bei „Stellenangebot im Anzeigenteil der Regionalpresse“ steht usw.

Bei der Erstellung des vorliegenden Übungsbuches wurde mit großer Sorgfalt gearbeitet. Dennoch können bei dieser Vielzahl von Aufgaben Fehler nicht völlig ausgeschlossen werden. Verlag und Autor können deshalb keine juristische Verantwortung und auch keinerlei Haftung übernehmen. Sollten Ihnen Unstimmigkeiten auffallen, ist der Autor für eine kurze Nachricht unter info@bvc-colbus.de dankbar.

Vielen Dank.

Im Frühjahr 2018

Autor und Verlag

INHALTSÜBERSICHT

TEIL I

VERKAUF UND MARKETING – OFFENE AUFGABEN

VuM 1 – Information und Kommunikation	Seiten	09 bis	16
VuM 2 – Warensortiment	Seiten	17 bis	22
VuM 3 – Grundlagen von Beratung und Verkauf	Seiten	23 bis	56
VuM 4 – Servicebereich Kasse	Seiten	57 bis	61
VuM 5 – Marketinggrundlagen	Seiten	62 bis	80

WARENWIRTSCHAFT UND RECHNUNGSWESEN

WAWI 1 – Grundlagen der Warenwirtschaft	Seiten	83 bis	94
WAWI 2 – Bestandskontrolle, Inventur	Seiten	95 bis	110
WAWI 3 – Wareneingang, Warenlagerung	Seiten	111 bis	126
WAWI 4 – Kassenabrechnung	Seiten	127 bis	145
REWE 1 – Rechenvorgänge in der Praxis	Seiten	146 bis	157
REWE 2 – Kalkulation	Seiten	158 bis	160

WIRTSCHAFTS- UND SOZIALKUNDE

WISO 1 – Grundlagen des Wirtschaftens	Seiten	163 bis	186
WISO 2 – Rechtliche Rahmenbedingungen	Seiten	187 bis	230
WISO 3 – Menschliche Arbeit im Betrieb	Seiten	231 bis	279
WISO 4 – Arbeitssicherheit, Umweltschutz	Seiten	280 bis	302

TEIL II

GESCHÄFTSPROZESSE IM EINZELHANDEL OFFENE AUFGABEN

GPE 1 – Aufgaben, Organisation u. Leistungen; Handlungsmöglichkeiten an Schnittstellen	Seiten	307 bis	325
GPE 2 – Kernprozesse des Einzelhandels, unterstützende Prozesse	Seiten	326 bis	389
GPE 3 – Qualitätssichernde Maßnahmen, Prozessoptimierung	Seiten	390 bis	399
GPE 4 – Aufgaben des Controllings	Seiten	400 bis	418

LÖSUNGEN

Lösungshinweise Teil I	Seiten	423 bis	466
Lösungshinweise Teil II	Seiten	467 bis	528

PRÜFUNGSVORBEREITUNG AKTUELL

FÜR

Kauffrau/Kaufmann im Einzelhandel

GESTRECKTES PRÜFUNGSVERFAHREN

TEIL I

**Verkauf und Marketing
Warenwirtschaft und Rechnungswesen
Wirtschafts- und Sozialkunde**

GESTRECKTES PRÜFUNGSVERFAHREN

TEIL I

PRÜFUNGSFÄCHER

Verkauf und Marketing	07 bis 80
Warenwirtschaft und Rechnungswesen	81 bis 160
Wirtschafts- und Sozialkunde	161 bis 302

PRÜFUNGSVORBEREITUNG AKTUELL

FÜR

**Kauffrau/Kaufmann im
Einzelhandel**

PRÜFUNGSFACH

**VERKAUF UND
MARKETING**

VERKAUF UND MARKETING

SITUATIONSAUFGABEN

VuM 1 – Information und Kommunikation	Seiten	09 bis	16
VuM 2 – Warensortiment	Seiten	17 bis	22
VuM 3 – Grundlagen von Beratung und Verkauf	Seiten	23 bis	56
VuM 4 – Servicebereich Kasse	Seiten	57 bis	61
VuM 5 – Marketinggrundlagen	Seiten	62 bis	80

Sie arbeiten im Warenhaus Peter Kolb OHG.

Unternehmensbeschreibung

Name:	Peter Kolb OHG
Geschäftssitz:	Luitpoldstr. 56, 84034 Landshut
Betriebsform:	Kauf- und Warenhaus
Handelsregister:	Landshut, HRA 9991
Umsatzsteueridentnummer:	DE 998877665
Mitarbeiter:	150, davon 22 Auszubildende
Geschäftsführer lt. Gesellschaftervertrag:	Peter Kolb sen.
Bankverbindung:	Sparkasse Landshut IBAN: DE70 7435 0000 0000 0123 45 BIC: BYLADEM1LAH

I. INFORMATION UND KOMMUNIKATION

SITUATION 1

Das Warenhaus Peter Kolb OHG beabsichtigt, eine Aktion mit dem Motto „Italienische Wochen“ durchzuführen. Dazu soll eine Sonderfläche mit italienischen Produkten eingerichtet werden. Die Planung dazu soll in Teamarbeit vorgenommen werden.

1. Aufgabe

Erläutern Sie die Begriffe Team und Teamarbeit und nennen Sie Vorteile und Nachteile der Teamarbeit.

Team	
Teamarbeit	
Vorteile	
Nachteile	

4. Aufgabe

Bei der Diskussion um die Produkt- bzw. Sortimentsfrage für die Aktion geraten zwei Teammitglieder aneinander. Machen Sie vier Vorschläge, wie der Teamleiter den entstandenen Konflikt lösen kann.

5. Aufgabe

Im Team werden auch die durchzuführenden verkaufsfördernden Maßnahmen diskutiert. Nennen Sie geeignete verkaufsfördernde Maßnahmen, die zum Erfolg der Aktion beitragen können und begründen Sie Ihre Vorschläge.

Verkaufsfördernde Maßnahmen	Begründung

6. Aufgabe

In Teamarbeit wird beschlossen, wie die Aktion in der Öffentlichkeit bekannt zu machen ist. Dabei einigt man sich auf eine Anzeige in der örtlichen Tageszeitung. Machen Sie Textvorschläge, wie diese Anzeige lauten könnte.

7. Aufgabe

Im Team überlegen Sie, worauf bei der Schaltung der Anzeige in der Tageszeitung noch zu achten ist. Dabei sind alle der Meinung, dass es nicht nur auf den Inhalt der Anzeige ankommt. Nennen Sie weitere Faktoren, die die Werbewirksamkeit einer Anzeige ausmachen.

8. Aufgabe

Ein Mitglied des Teams macht noch weitere Vorschläge, die Aktion zu bewerben. Er möchte zusätzlich die Aktion im Schaufenster groß herausstellen und Radiowerbung im Bayerischen Rundfunk (Bayern 3) betreiben. Wie beurteilen Sie diese Vorschläge? Begründen Sie Ihre Meinung.

Schaufenster	
Bayer. Rundfunk	

9. Aufgabe

Zur Förderung der Teamentwicklung, der offenen Kommunikation und damit zur Verbesserung der Kooperationsfähigkeit aller Beteiligten eines Teams gehört die Methode des Feedback. Beschreiben Sie kurz diese Methode und nennen Sie Regeln, die dabei zu beachten sind.

Feedback	
Regeln	

SITUATION 2

In der Sportabteilung des Warenhauses Peter Kolb OHG soll die Produktpalette um moderne Fitnessgeräte erweitert werden. Auf einer Sonderfläche sollen Laufbänder, Cross- und Ellipticaltrainer, Ergometer, Rudergeräte, verschiedene Hantelsets u. ä. präsentiert werden. Ein Team wird mit der Planung und Durchführung der Sortimentserweiterung beauftragt.

1. Aufgabe

Welche Voraussetzungen müssen für eine erfolgreiche Teamarbeit gegeben sein?

2. Aufgabe

Eine moderne Form des Crosstrainers, der Ellipticaltrainer, soll besonders herausgestellt werden. Sie haben die Aufgabe, für diesen Artikel Informationen zu sammeln, die beim Verkaufsgespräch nützlich eingesetzt werden können. Welche Produktinformationen sind für die Kundenberatung bedeutsam?

3. Aufgabe

Im Team wird überlegt, mit welchem werbewirksamen Slogan die Sonderfläche beworben werden soll. Machen Sie drei Vorschläge.

4. Aufgabe

Im Team wird über geeignete Werbemöglichkeiten nachgedacht. Die Werbung soll sich in der Hauptsache auf das Kundeneinzugsgebiet des Warenhauses Peter Kolb OHG erstrecken. Nennen Sie geeignete Werbemittel.

5. Aufgabe

Die neue Produktpalette soll auf einer Sonderverkaufsfläche präsentiert werden. Welche Vorteile verspricht sich das Warenhaus Peter Kolb OHG von dieser Strategie?

6. Aufgabe

Schon während den einzelnen Phasen und zum Ende der Teamarbeit wurde von den Teammitgliedern ein Feedback erwartet. Was ist unter einem Feedback zu verstehen?

7. Aufgabe

Welche Ziele sind mit dem Geben von Feedback verbunden? Formulieren Sie drei Zielsetzungen des Feedbackgebers in der Ich-Form.

8. Aufgabe

Beim Feedbackgeben und Feedbacknehmen sind Regeln zu beachten. Nennen Sie die wichtigsten Regeln dazu.

Feedback geben	Feedback nehmen

SITUATION 3

Der Abteilungsleiter beobachtet eine Verkäuferin bei der Führung eines Verkaufsgesprächs. In der nächsten Mitarbeiterbesprechung sagt er vor allen Mitarbeitern zu ihr: „Das nächste Mal gehen Sie aber besser auf den Kundenwunsch ein. Sie wissen doch, dass Kunden nur dann kaufen, wenn sie das Gefühl haben, dass man ihnen zuhört.“

1. Aufgabe

Welche Reaktionen kann dieses Verhalten des Abteilungsleiters auslösen?

2. Aufgabe

Der Abteilungsleiter ist sicher im Recht. Wie beurteilen Sie die Art und Weise, wie er seine Beobachtung der Verkäuferin mitteilt?

3. Aufgabe

Versuchen Sie die Mitteilung des Abteilungsleiters sachlicher zu formulieren.

4. Aufgabe

Wie beurteilen Sie die nachstehende Mitteilung des Abteilungsleiters im Vergleich zur Ausgangssituation?

„Bei der Ermittlung des Kundenwunsches ist es sehr wichtig, dem Kunden gut zuzuhören. Meine Erfahrung sagt, dass es viel einfacher ist, die richtigen Verkaufsargumente einzusetzen, wenn man genau weiß, worauf es dem Kunden ankommt“.

5. Aufgabe

Da der Abteilungsleiter mehrere seiner Verkäuferinnen bei ihren Verkaufsgesprächen beobachtet hatte, konnte er auch positive Verhaltensweisen feststellen. In der nächsten Mitarbeiterbesprechung äußerte er sich wie folgt: „Mir ist bei der Beobachtung der einzelnen Verkaufsgepräche aufgefallen, dass einige von Ihnen den Kundenwunsch geschickt ermittelt hatten. Besonders imponiert hat mir dabei, wie gut dem Kunden zugehört wurde, um so die richtige Auswahl treffen und kundengerecht argumentieren zu können.“

Wodurch unterscheidet sich dieses Feedback von dem in Aufgabe 4?

II. WARENSORTIMENT

SITUATION 4

Das Warenhaus Peter Kolb OHG führt ein sehr umfangreiches Sortiment. In einer Mitarbeiterbesprechung werden sortimentspolitische Fragen erörtert. Auch Sie werden aufgefordert, sich an sortimentspolitischen Entscheidungen zu beteiligen.

1. Aufgabe

Bringen Sie die folgenden sortimentspolitischen Begriffe in einen logischen Aufbau: Artikel - Sortiments- bzw. Warenbereich - Warenart - Warengruppe. Beginnen Sie in der ersten Zeile mit dem Oberbegriff. Geben Sie dazu ein erläuterndes Beispiel aus Ihrer Branche (Abteilung).

Sortimentsgliederung	Beispiel aus Ihrer Abteilung (Branche)

2. Aufgabe

Eine Abteilung des Warenhauses Peter Kolb OHG führt u. a. die unten aufgeführten Artikel. Mit welchen passenden Oberbegriffen könnte diese Warengruppe zusammengefasst werden? Geben Sie zwei Vorschläge.

Artikelbezeichnungen	Lösungsvorschläge
Babystrampler Kinderspielzeug Nahrung für Kleinkinder Spezielle Pflegemittel für Kinder Sonnencrème für Kinder Babyschuhe Kinderwagen	

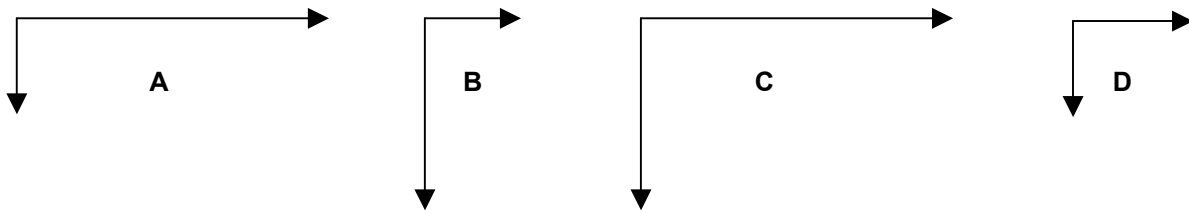
3. Aufgabe

Erklären Sie die folgenden Sortimentsbegriffe und geben Sie Beispiele:

Breites Sortiment	
Tiefes Sortiment	
Schmales Sortiment	
Flaches Sortiment	

4. Aufgabe

Um welche Art der Sortimentsführung handelt es sich bei den grafischen Darstellungen? Nennen Sie Betriebsformen, deren Sortiment in etwa den Darstellungen entspricht.



A	
B	
C	
D	

5. Aufgabe

Nur selten bleibt ein Sortiment über längere Zeit unverändert. So ist es auch beim Warenhaus Kolb OHG. Nennen Sie Gründe, die eine Anpassung des Sortiments an veränderte Bedingungen erfordern.

Gründe		

6. Aufgabe

Das Warenhaus Peter Kolb OHG führt ein Vollsortiment. Erläutern Sie diesen Begriff.

Vollsortiment	

7. Aufgabe

Neben dem Kernsortiment führt das Warenhaus Peter Kolb OHG auch ein Randsortiment. Erläutern Sie diese beiden Begriffe.





Kernsortiment	
Randsortiment	

8. Aufgabe

Mehrere Artikel sind neu in Ihr Sortiment aufgenommen worden. Sie wollen sich über diese Artikel informieren. Welche Informationsquellen können Sie dazu heranziehen?

9. Aufgabe

Ihnen fallen die folgenden Zeichen auf der Verpackung der neuen Produkte auf. Welche Zeichen sind das und wie ist ihre Bedeutung?

10. Aufgabe

In der Lebensmittelabteilung des Warenhauses Peter Kolb OHG werden verschiedene Rotweine geführt. Das Warenwirtschaftssystem liefert folgenden Ausdruck:

RENNER-/PENNERLISTE - Auswertung für Monat September - Rotwein, ausländisch							
Anbauland	Bezeichnung	Verkaufspreis	Bestellmenge	Aktueller Bestand	Monatsabsatz	Monatsumsatz	Rohgewinn
Australien	Rosemount Estate, Jigsaw Red	5,99	1800	180	3240	19.407,60	194,08
Kalifornien	Woodbridge Merlot Robert Mondavi	7,99	1200	0	1200	9.588,00	1.917,60
Frankreich	Pennautier, Vin de Pays d'Ôc Syrah	3,99	750	240	510	2.034,90	406,98
Frankreich	Ch. Mont-Redon AC Cotes du Rhone	8,99	420	240	240	2.157,60	539,40
Italien	Primitivo di Manduria Giravolta Pozzopalo DOC	13,99	120	95	25	349,75	139,90
Frankreich	Cum Laude Sant'Antimo DOC	15,99	120	100	20	319,80	127,92
Portugal	Peninsula tinto Vinho	11,99	150	150	0	0,00	0,00

Warum wird diese Liste als RENNER-/PENNER-LISTE bezeichnet? Erläutern Sie dies kurz mit Hilfe der in der Liste abgedruckten Zahlen.

Renner	
Penner	

11. Aufgabe

Der französische Wein Cum Laude Sant'Antimo DOC wurde zwar nur 20 mal verkauft, gehört also auch noch in gewisser Weise zu den „Pennern“. Warum will das Warenhaus Peter Kolb OHG diesen Wein dennoch im Sortiment behalten?

12. Aufgabe

Die Lebensmittelabteilung des Warenhauses Peter Kolb OHG möchte den ausgezeichneten französischen Wein Cum Laude Sant'Animo DOC (siehe vorherige Aufgabe) besser verkaufen. Machen Sie zwei Vorschläge, wie dies gelingen könnte.
