



PRÜFUNGSVORBEREITUNG AKTUELL FÜR FRISEURE

Schriftliche Gesellenprüfung Teil 2

9. Auflage

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

Europa-Nr.: 65773

Herausgeber:

Lehrer im Berufsfeld Körperpflege, Landesverband Bayern e.V.

Verlagslektorat:

Anke Horst

Bildquellenverzeichnis:

Lehrer im Berufsfeld Körperpflege Landesverband Bayern e. V.: S. 37/38; S. 73/74; S. 75/76; S. 85/86;
S. 135/1+136/1; S. 183/184; S. 187/188

United Nations Economic Commission for Europe, Genf: S. 135/1+136/1

Verlag Europa-Lehrmittel, Haan: S. 135/2-4; S. 136/2-4

9. Auflage 2026

Druck 5 4 3 2 1

Alle Drucke derselben Auflage sind parallel einsetzbar, da sie bis auf die Korrektur von Druckfehlern identisch sind.

ISBN 978-3-7585-6860-2

Bei Fragen zur Produktsicherheit wenden Sie sich bitte an produktsicherheit@europa-lehrmittel.de.

Alle Rechte vorbehalten. Das Werk ist urheberrechtlich geschützt.

Jede Verwertung außerhalb der gesetzlich geregelten Fälle muss vom Verlag schriftlich genehmigt werden.

© 2026 by Verlag Europa-Lehrmittel, Nourney, Vollmer GmbH & Co. KG, 42781 Haan-Gruiten
www.europa-lehrmittel.de

Umschlaggestaltung: Tiff.any GmbH, 10999 Berlin

unter Verwendung eines Bildmotivs von © Subbotina Anna – Fotolia.com

Satz: Satz+Layout Werkstatt Kluth GmbH, 50374 Erftstadt

Druck: Himmer GmbH, 86167 Augsburg

VORWORT

Der vorliegende Titel „Prüfungsvorbereitung aktuell für Friseure“ richtet sich an die Auszubildenden des Friseurhandwerks, die sich intensiv auf die schriftliche Gesellenprüfung Teil 2 vorbereiten möchten.

Neu in der 9. Auflage

Das Buch enthält neue Gesellenprüfungen Teil 2, die vom Verband der Lehrer im Berufsfeld Körperpflege, Landesverband Bayern e.V., erstellt wurden. Der Titel wurde aktualisiert.

Aufgaben und Lösungen

Die Prüfungen enthalten sowohl die Aufgaben als auch die Lösungen. Die Aufgaben stehen jeweils auf der rechten Seite, die entsprechenden Lösungen auf der direkt nachfolgenden linken Seite. So sind die Lösungen während der Bearbeitung der Aufgaben nicht sofort einsehbar, können jedoch durch Umblättern schnell aufgeschlagen werden.

Die in Klammern angegebene Punktzahl gibt den Auszubildenden einen Eindruck über die Wertigkeit der jeweiligen Aufgabe.

Lob und Kritik

Wir wünschen Ihnen viel Freude und Erfolg bei der Arbeit mit diesem Buch. Kritische Hinweise und Vorschläge, die der Weiterentwicklung des Buches dienen, nehmen wir dankbar entgegen: lektorat@europa-lehrmittel.de

Winter 2025/2026, Herausgeber und Verlag



INHALTSVERZEICHNIS

Prüfung 1	• Betriebsorganisation und Kundenmanagement	9
	• Friseurtechniken	23
	• Wirtschafts- und Sozialkunde	41
Prüfung 2	• Betriebsorganisation und Kundenmanagement	55
	• Friseurtechniken	71
	• Wirtschafts- und Sozialkunde	91
Prüfung 3	• Betriebsorganisation und Kundenmanagement	107
	• Friseurtechniken	125
	• Wirtschafts- und Sozialkunde	145
Prüfung 4	• Betriebsorganisation und Kundenmanagement	161
	• Friseurtechniken	175
	• Wirtschafts- und Sozialkunde	195
Prüfung 5	• Betriebsorganisation und Kundenmanagement	209
	• Friseurtechniken	225
	• Wirtschafts- und Sozialkunde	241



PRÜFUNG 1

Schriftliche Aufgabenstellungen zu

- **Betriebsorganisation und Kundenmanagement**
- **Friseurtechniken**
- **Wirtschafts- und Sozialkunde**

*Bei den vorgegebenen Lösungen handelt es sich um Lösungsvorschläge.
Deshalb sind auch andere Lösungen zu akzeptieren.*

Beantworten Sie die Fragen mit eigenen Worten auf den vorgegebenen Zeilen!
Bei Platzmangel benutzen Sie bitte eigene Blätter unter Angabe der Ziffer der Aufgabe!

1. Im September soll ein neuer Auszubildender eingestellt werden.
Nennen Sie 3 Tätigkeitsbereiche, die zum Berufsbild des Friseurs gehören! (3 Punkte)

2. In jedem Friseursalon muss auf Hautschutz geachtet werden.
Nennen Sie 4 Tätigkeiten, bei denen Sie Handschuhe tragen müssen!
Kreuzen Sie danach an, welche Art von Handschuh dabei getragen werden muss! (8 Punkte)

Tätigkeiten	Haushalts- handschuhe	Einmal- handschuhe	Wasch- handschuhe
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. Eine bestimmte Organisation ist zuständig für die Arbeitssicherheit und den beruflichen Gesundheitsschutz im Friseurhandwerk.
Nennen Sie die Organisation mit Abkürzung und vollem Namen! (2 Punkte)

4. Das Auftreten und Aussehen des Friseurs hat Einfluss auf die Kunden.
Nennen Sie 3 Maßnahmen der persönlichen Hygiene, die jeder Friseur durchführen sollte! (3 Punkte)

1. Im September soll ein neuer Auszubildender eingestellt werden.
Nennen Sie 3 Tätigkeitsbereiche, die zum Berufsbild des Friseurs gehören! (3 Punkte)

z. B. Beraten und Betreuen von Kunden (1 Punkt);

z. B. farbverändernde Maßnahmen durchführen (1 Punkt);

z. B. Haare schneiden (1 Punkt); *z. B. Pflegen von Maschinen* (1 Punkt),

Geräten und Werkzeugen (1 Punkt);

z. B. Umweltschutz beachten (1 Punkt); *z. B. Salonhygiene durchführen* (1 Punkt)

2. In jedem Friseursalon muss auf Hautschutz geachtet werden.
Nennen Sie 4 Tätigkeiten, bei denen Sie Handschuhe tragen müssen!
Kreuzen Sie danach an, welche Art von Handschuh dabei getragen werden muss! (8 Punkte)

Tätigkeiten	Haushalts- handschuhe	Einmal- handschuhe	Wasch- handschuhe
<i>z. B. Haare waschen</i> (1 Punkt); <i>z. B. Auftragen von Kopfhautlotion</i> (1 Punkt)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<i>X</i>
<i>z. B. Farbe auftragen</i> (1 Punkt); <i>z. B. Farbe abspülen</i> (1 Punkt); <i>z. B. Blondierung auftragen</i> (1 Punkt)	<input type="checkbox"/>	<i>X</i>	<input type="checkbox"/>
<i>z. B. Reinigen der Waschbecken</i> (1 Punkt); <i>z. B. Putzen der Spiegel</i> (1 Punkt)	<i>X</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>z. B. Fixieren der Dauerwelle</i> (1 Punkt)	<input type="checkbox"/>	<i>X</i>	<input type="checkbox"/>

Korrekturhinweis: Musterlösung kann von der individuellen Schülerlösung abweichen.

3. Eine bestimmte Organisation ist zuständig für die Arbeitssicherheit und den beruflichen Gesundheitsschutz im Friseurhandwerk.
Nennen Sie die Organisation mit Abkürzung und vollem Namen! (2 Punkte)

BGW (1 Punkt);

Berufsgenossenschaft für Gesundheitsdienst und Wohlfahrtspflege (1 Punkt)

4. Das Auftreten und Aussehen des Friseurs hat Einfluss auf die Kunden.
Nennen Sie 3 Maßnahmen der persönlichen Hygiene, die jeder Friseur durchführen sollte! (3 Punkte)

z. B. saubere Kleidung tragen (1 Punkt); *z. B. tägliche Zahn- und Mundhygiene* (1 Punkt);

z. B. regelmäßige Haut-, Haar-, und Nagelpflege (1 Punkt);

z. B. täglich duschen (1 Punkt); *z. B. Deodorantien verwenden* (1 Punkt)

5. Hygienisches Arbeiten ist notwendig, um Mitarbeiter und Kunden vor Infektionen zu schützen.

Entscheiden Sie, ob die Aussagen richtig oder falsch sind!

(5 Punkte)

Aussagen	richtig	falsch
Hygiene ist vorbeugender Gesundheitsschutz durch Ausschalten von Krankheitserregern.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Die Dauer von der Ansteckung mit Krankheitserregern bis zum Ausbruch der Krankheit nennt man Infektion.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Der Hautschutzplan zeigt alle nötigen Schutzmaßnahmen, die man einhalten muss, um die Kunden hygienisch zu bedienen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
In Deutschland regelt das Infektionsschutzgesetz die Bestimmungen für hygienisches Arbeiten.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jeder Friseur muss seine Käämme regelmäßig sterilisieren.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. Die fachgerechte Desinfektion ist die Basis des hygienischen Arbeitens. Im Salon werden mehrere Verfahren eingesetzt.

Nennen Sie für jedes Verfahren 2 Beispiele!

(4 Punkte)

Physikalische Desinfektion (Verfahren)	Chemische Desinfektion (Verfahren)

7. Ihre Chefin möchte das Konzept des Salons verändern und alle Mitarbeiter sollen bei der Planung mitwirken. Im neuen Salonkonzept soll viel Wert auf Natürlichkeit, Umweltschutz und Nachhaltigkeit gelegt werden.

a) Nennen Sie die Zielgruppe, die mit dem neuen Konzept angesprochen werden soll!

(1 Punkt)

b) Das Aussehen des Salons soll das neue Konzept unterstreichen.

Machen Sie je 1 Vorschlag zu Ausstattung, farblicher Gestaltung und Dekoration!

(3 Punkte)

Aspekte der Gestaltung	Beispiele
Ausstattung	
Farben	
Dekoration	

5. Hygienisches Arbeiten ist notwendig, um Mitarbeiter und Kunden vor Infektionen zu schützen.

Entscheiden Sie, ob die Aussagen richtig oder falsch sind!

(5 Punkte)

Aussagen	richtig	falsch
Hygiene ist vorbeugender Gesundheitsschutz durch Ausschalten von Krankheitserregern.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Die Dauer von der Ansteckung mit Krankheitserregern bis zum Ausbruch der Krankheit nennt man Infektion.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Der Hautschutzplan zeigt alle nötigen Schutzmaßnahmen, die man einhalten muss, um die Kunden hygienisch zu bedienen.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
In Deutschland regelt das Infektionsschutzgesetz die Bestimmungen für hygienisches Arbeiten.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jeder Friseur muss seine Käämme regelmäßig sterilisieren.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

6. Die fachgerechte Desinfektion ist die Basis des hygienischen Arbeitens. Im Salon werden mehrere Verfahren eingesetzt.

Nennen Sie für jedes Verfahren 2 Beispiele!

(4 Punkte)

Physikalische Desinfektion (Verfahren)	Chemische Desinfektion (Verfahren)
<i>z. B. Auskochen der Wäsche</i> (1 Punkt); <i>z. B. Dampf</i> (1 Punkt)	<i>z. B. chemische Nassdesinfektion für Friseurwerkzeuge (Tauchbad)</i> (1 Punkt); <i>z. B. Desinfektionsmittel für Haut</i> (1 Punkt)
<i>z. B. UV-Strahlen</i> (1 Punkt); <i>z. B. Flamme</i> (1 Punkt); <i>z. B. trockene Hitze</i> (1 Punkt)	<i>z. B. Desinfektionsmittel für Flächen</i> (1 Punkt); <i>z. B. Alkohol</i> (1 Punkt); <i>z. B. H₂O₂</i> (1 Punkt)

7. Ihre Chefin möchte das Konzept des Salons verändern und alle Mitarbeiter sollen bei der Planung mitwirken. Im neuen Salonkonzept soll viel Wert auf Natürlichkeit, Umweltschutz und Nachhaltigkeit gelegt werden.

a) Nennen Sie die Zielgruppe, die mit dem neuen Konzept angesprochen werden soll!

(1 Punkt)

z. B. umweltbewusste Kunden (1 Punkt); *z. B. Ökos* (1 Punkt);

z. B. naturverbundener Kundentyp (1 Punkt)

b) Das Aussehen des Salons soll das neue Konzept unterstreichen.

Machen Sie je 1 Vorschlag zu Ausstattung, farblicher Gestaltung und Dekoration!

(3 Punkte)

Aspekte der Gestaltung	Beispiele
Ausstattung	<i>z. B. stromsparende Geräte</i> (1 Punkt); <i>z. B. Nachfüllstation für Shampoo und Pflege für Kunden</i> (1 Punkt); <i>z. B. umweltfreundliche Möbel</i> (1 Punkt)
Farben	<i>z. B. Naturtöne</i> (1 Punkt); <i>z. B. zertifizierte, umweltverträgliche Wandfarben</i> (1 Punkt)
Dekoration	<i>z. B. viel natürliches Material wie Holz</i> (1 Punkt); <i>z. B. Pflanzen</i> (1 Punkt); <i>z. B. recyclebare Materialien</i> (1 Punkt)

- c) **Das Sortiment wird ebenfalls dem neuen Konzept angepasst. Nennen Sie 2 Produkte oder Produktserien (keine Marken), die Sie im Sortiment eines „Umweltsalons“ erwarten!** (2 Punkte)

- d) **Alle Produkte eines Friseursalons können in 3 verschiedene Sortimentsarten eingeteilt werden. Ergänzen Sie die Tabelle!** (6 Punkte)

Beispiel	Name der Sortimentsart	Erklärung der Sortimentsart
Haarspray		
	Saisonsortiment	
Schmuckkämme, Haarteile		

- e) **Der Marketingmix ist die Abstimmung der einzelnen Marketinginstrumente. Eines davon ist die Produktpolitik. Nennen Sie 3 weitere Marketinginstrumente und geben Sie je 1 Beispiel zur Erklärung!** (6 Punkte)

Marketinginstrument	Beispiele

Hinweis: Die Beispiele können auf den Umweltsalon bezogen sein, müssen aber nicht.

8. **Im neuen Salon ist der Umweltschutz ein wichtiges Thema. Nennen Sie 4 Möglichkeiten, im Salon umweltbewusst zu handeln!** (4 Punkte)

- c) Das Sortiment wird ebenfalls dem neuen Konzept angepasst. Nennen Sie 2 Produkte oder Produktserien (keine Marken), die Sie im Sortiment eines „Umweltsalons“ erwarten! (2 Punkte)

z. B. Pflanzenfarben (1 Punkt); *z. B. Naturkosmetik* (1 Punkt);

z. B. Produkte ohne Tierversuche (1 Punkt);

z. B. Shampoos mit zertifizierten Inhaltsstoffen aus ökologischem Anbau (1 Punkt)

- d) Alle Produkte eines Friseursalons können in 3 verschiedene Sortimentsarten eingeteilt werden. Ergänzen Sie die Tabelle! (6 Punkte)

Beispiel	Name der Sortimentsart	Erklärung der Sortimentsart
Haarspray	<i>Kernsortiment</i> (1 Punkt)	<i>z. B. kann der Kunde in jedem Fall erwarten</i> (1 Punkt)
<i>z. B. Sonnenschutzspray</i> (1 Punkt)	Saisonsortiment	<i>z. B. nur zu saisonal abhängigen Zeiten</i> (1 Punkt)
Schmuckkämme, Haarteile	<i>Randsortiment</i> (1 Punkt)	<i>z. B. Ergänzung des Kernsortiments</i> (1 Punkt)

- e) Der Marketingmix ist die Abstimmung der einzelnen Marketinginstrumente. Eines davon ist die Produktpolitik. Nennen Sie 3 weitere Marketinginstrumente und geben Sie je 1 Beispiel zur Erklärung! (6 Punkte)

Marketinginstrument	Beispiele
<i>Preispolitik</i> (1 Punkt)	<i>z. B. Preisgestaltung</i> (1 Punkt); <i>z. B. Rabattsysteme</i> (1 Punkt)
<i>Kommunikationspolitik</i> (1 Punkt)	<i>z. B. Werbung</i> (1 Punkt); <i>z. B. Öffentlichkeitsarbeit (Public Relation)</i> (1 Punkt)
<i>z. B. Distributionspolitik</i> (1 Punkt) <i>z. B. Servicepolitik</i> (1 Punkt)	<i>z. B. direkter Absatz von Dienstleistungen</i> (1 Punkt); <i>indirekter Absatz von Produkten</i> (1 Punkt); <i>z. B. Transport/Lieferung</i> (1 Punkt); <i>z. B. Versand</i> (1 Punkt); <i>z. B. Vertriebswege</i> (1 Punkt); <i>z. B. Angebot an kostenlosen Serviceleistungen</i> (1 Punkt); <i>z. B. kostenloser Kaffee etc.</i> (1 Punkt)

Hinweis: Die Beispiele können auf den Umweltsalon bezogen sein, müssen aber nicht.

8. Im neuen Salon ist der Umweltschutz ein wichtiges Thema. Nennen Sie 4 Möglichkeiten, im Salon umweltbewusst zu handeln! (4 Punkte)

z. B. waschbare Umhänge/keine Einmalumhänge oder -schürzen (1 Punkt);

z. B. Energiesparhandtücher (1 Punkt); *z. B. Sparperlatores für Wasserhähne* (1 Punkt);

z. B. Nachfüllstationen für Shampoos etc. (1 Punkt); *z. B. Energiesparlampen, bzw. LEDs* (1 Punkt);

z. B. Ansatzhaarwäsche (1 Punkt); *z. B. Mülltrennung* (1 Punkt)

9. Menschen kaufen nach bestimmten Motiven ein.
 Es gibt 2 Arten von Kaufmotiven: rationale (R) oder emotionale (E) Motive.
 Ordnen Sie den Fallbeispielen das richtige Kaufmotiv zu, indem Sie die
 entsprechenden Buchstaben in die Tabelle eintragen!

(4 Punkte)

Fallbeispiele	Kaufmotive
Die Kundin kauft sich das neue Shampoo, weil es gut riecht.	
Die Kundin interessiert sich für die Leave-in-Pflege, weil ihre Haarpflege schnell gehen soll.	
Ihre Kundin entscheidet sich für die größere Shampooverpackung, da sie um 20 % günstiger ist.	
Ihr Tag im Salon war extrem anstrengend. Auf dem Heimweg gehen Sie in Ihren Lieblingsladen und kaufen sich 3 neue T-Shirts, um wieder bessere Laune zu bekommen.	

10. Bei der Neugestaltung des Salons macht sich Ihre Chefin auch Gedanken zu den
 verschiedenen Zahlungsmöglichkeiten für die Kunden.
 Nennen Sie jeweils 1 Vorteil und 1 Nachteil jeder Zahlungsart für die Chefin!
 Stellen Sie dabei die Besonderheiten der unterschiedlichen Zahlungsarten heraus!

(4 Punkte)

Zahlungsart	Vorteil	Nachteil
Barzahlung		
Karten- zahlung		

11. Gut geschulte Mitarbeiter sind wichtig für den Salon. Daher muss sich jeder Mitarbeiter Gedanken
 über seine Wirkung auf Kunden machen.

a) Nennen Sie 3 Bereiche der Körpersprache!

(3 Punkte)

9. Menschen kaufen nach bestimmten Motiven ein. Es gibt 2 Arten von Kaufmotiven: rationale (R) oder emotionale (E) Motive. Ordnen Sie den Fallbeispielen das richtige Kaufmotiv zu, indem Sie die entsprechenden Buchstaben in die Tabelle eintragen! (4 Punkte)

Fallbeispiele	Kaufmotive
Die Kundin kauft sich das neue Shampoo, weil es gut riecht.	<i>E oder emotionales Kaufmotiv</i>
Die Kundin interessiert sich für die Leave-in-Pflege, weil ihre Haarpflege schnell gehen soll.	<i>R oder rationales Kaufmotiv</i>
Ihre Kundin entscheidet sich für die größere Shampooverpackung, da sie um 20 % günstiger ist.	<i>R oder rationales Kaufmotiv</i>
Ihr Tag im Salon war extrem anstrengend. Auf dem Heimweg gehen Sie in Ihren Lieblingsladen und kaufen sich 3 neue T-Shirts, um wieder bessere Laune zu bekommen.	<i>E oder emotionales Kaufmotiv</i>

10. Bei der Neugestaltung des Salons macht sich Ihre Chefin auch Gedanken zu den verschiedenen Zahlungsmöglichkeiten für die Kunden. Nennen Sie jeweils 1 Vorteil und 1 Nachteil jeder Zahlungsart für die Chefin! Stellen Sie dabei die Besonderheiten der unterschiedlichen Zahlungsarten heraus! (4 Punkte)

Zahlungsart	Vorteil	Nachteil
Barzahlung	<p><i>z. B. Geld direkt nach geleisteter Dienstleistung erhalten (1 Punkt);</i></p> <p><i>z. B. Zahlung ist gesichert (1 Punkt)</i></p>	<p><i>z. B. Gefahr von Diebstahl (1 Punkt);</i></p> <p><i>z. B. Geld muss zur Bank gebracht und eingezahlt werden (1 Punkt);</i></p> <p><i>z. B. Gefahr von Falschgeld (1 Punkt);</i></p> <p><i>z. B. Kosten bei Bareinzahlung (1 Punkt)</i></p>
Kartenzahlung	<p><i>z. B. wenig Bargeld im Salon (1 Punkt);</i></p> <p><i>z. B. Mehreinnahmen durch Spontaneinkäufe (1 Punkt);</i></p> <p><i>z. B. Zahlung direkt auf das Geschäftskonto (1 Punkt);</i></p> <p><i>z. B. Zahlung gesichert und sofort geprüft und überwiesen durch PIN-Eingabe (1 Punkt)</i></p>	<p><i>z. B. Kunde erteilt Einzugsermächtigung, aber Empfänger weiß nicht, ob das Konto gedeckt ist. → Risiko für Salon (1 Punkt);</i></p> <p><i>z. B. es fallen Gebühren für den Salon an (1 Punkt)</i></p>

11. Gut geschulte Mitarbeiter sind wichtig für den Salon. Daher muss sich jeder Mitarbeiter Gedanken über seine Wirkung auf Kunden machen.
- a) Nennen Sie 3 Bereiche der Körpersprache! (3 Punkte)

z. B. Mimik (1 Punkt); z. B. Gestik (1 Punkt);

z. B. Blickkontakt (1 Punkt); z. B. Körperhaltung (1 Punkt);

z. B. Distanz (1 Punkt)

**b) Wirkt die Körpersprache positiv oder negativ auf die Kunden?
Kreuzen Sie an!**

(5 Punkte)

Körpersprache	positiv	negativ
Die Friseurin setzt sich beim ersten Beratungsgespräch so nah wie möglich zur Kundin und legt ihr eine Hand aufs Bein.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Der Körper des Friseurs ist zur Kundin gedreht.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Der Friseur steht lässig an die Rezeption gelehnt und runzelt die Stirn als die Kundin sagt, dass sie einen Termin hat.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Der Tag war sehr anstrengend. Als die letzte Kundin kommt, sitzen Sie an der Rezeption und haben den Kopf auf den Tisch gelegt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bei der Begrüßung lächeln Sie die Kundin an, geben ihr die Hand und blicken ihr in die Augen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**c) Mit der richtigen Fragetechnik kommt man schneller zum Ziel.
Ergänzen Sie die Tabelle!**

(5 Punkte)

Fragetechnik	Beispiel/Satz
	„Sie möchten doch auch der Umwelt etwas Gutes tun?“
Bestätigungsfrage	
Entscheidungsfrage/ Alternativfrage	
Geschlossene Frage	
	„Darf ich Sie zu Ihrem Platz begleiten?“

12. Im Salon gab es bisher an bestimmten Wochentagen immer Hektik.

a) Welche 3 Maßnahmen würden Sie einführen, um Hektik zu vermeiden?

(3 Punkte)

b) Wirkt die Körpersprache positiv oder negativ auf die Kunden? Kreuzen Sie an!

(5 Punkte)

Körpersprache	positiv	negativ
Die Friseurin setzt sich beim ersten Beratungsgespräch so nah wie möglich zur Kundin und legt ihr eine Hand aufs Bein.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Der Körper des Friseurs ist zur Kundin gedreht.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Der Friseur steht lässig an die Rezeption gelehnt und runzelt die Stirn als die Kundin sagt, dass sie einen Termin hat.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Der Tag war sehr anstrengend. Als die letzte Kundin kommt, sitzen Sie an der Rezeption und haben den Kopf auf den Tisch gelegt.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Bei der Begrüßung lächeln Sie die Kundin an, geben ihr die Hand und blicken ihr in die Augen.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

c) Mit der richtigen Fragetechnik kommt man schneller zum Ziel. Ergänzen Sie die Tabelle!

(5 Punkte)

Fragetechnik	Beispiel/Satz
<i>Suggestivfrage</i> (1 Punkt)	„Sie möchten doch auch der Umwelt etwas Gutes tun?“
Bestätigungsfrage	<i>z. B. „Sind Sie sicher, dass Sie 3 Töne dunkler werden möchten?“</i> (1 Punkt)
Entscheidungsfrage/ Alternativfrage	<i>z. B. „Möchten Sie den Termin lieber bei x oder y?“</i> (1 Punkt)
Geschlossene Frage	<i>z. B. „Stecken Sie Ihre Haare ab und zu hoch?“</i> (1 Punkt)
<i>Rhetorische Frage</i> (1 Punkt)	„Darf ich Sie zu Ihrem Platz begleiten?“

12. Im Salon gab es bisher an bestimmten Wochentagen immer Hektik.

a) Welche 3 Maßnahmen würden Sie einführen, um Hektik zu vermeiden?

(3 Punkte)

z. B. Azubis den Mitarbeitern zuteilen (1 Punkt); *z. B. Azubis legen Werkzeuge und*

Materialien bereit (1 Punkt);

z. B. genaue Absprachen treffen (1 Punkt); *z. B. Kunden vorstecken* (1 Punkt);

z. B. Einwirkzeiten nutzen (1 Punkt); *z. B. den Kunden vorbereiten* (1 Punkt);

z. B. bessere Verteilung der Kunden auf alle Tage/Uhrzeiten durch „Happy Hour“ und

günstigere Angebote an unbeliebten Tagen (1 Punkt)

- b) Um die Organisation zu verbessern, übernimmt die Rezeptionistin die Verabschiedung der Kunden.
 Nennen Sie 3 Regeln für die Verabschiedung an der Rezeption! (3 Punkte)

13. Das Schaufenster wird neu gestaltet. Dabei sollte man sich viel Mühe geben.
 a) Nennen Sie 2 Argumente dafür! (2 Punkte)

- b) Bei der Schaufenstergestaltung unterscheidet man verschiedene Gestaltungsformen.
 Kreuzen Sie an, um welche Art von Schaufenster es sich handelt! (4 Punkte)

Erklärung	Über- sichts- fenster	Ein- Artikel- fenster	Marken- fenster	Themen- fenster
Präsentation eines neuen Artikels	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aktuelle Markenartikel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Warenpräsentation zu einem bestimmten Anlass, z.B. Weihnachten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Überblick über das gesamte Sortiment	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

14. Die Neueröffnung steht kurz bevor. Ihre Chefin ist froh, dass alle so gut mitgearbeitet haben und hinter dem Konzept stehen. Natürlich verlief nicht alles glatt und sie möchte dem Team noch ein Feedback geben.
 Nennen Sie je 3 Regeln zum Feedback! (6 Punkte)

Regeln für den Feedback-Geber (Chefin):

Regeln für den Feedback-Nehmer (Mitarbeiter):

- b) Um die Organisation zu verbessern, übernimmt die Rezeptionistin die Verabschiedung der Kunden. Nennen Sie 3 Regeln für die Verabschiedung an der Rezeption! (3 Punkte)

z. B. Kundin ein Kompliment aussprechen (1 Punkt); z. B. neuen Termin anbieten (1 Punkt);

z. B. Kleidung auf evtl. Haare überprüfen (1 Punkt) und diese ggf. abbürsten (1 Punkt);

z. B. Jacke holen/in die Jacke helfen (1 Punkt);

z. B. Tür aufhalten und schönen Tag/Abend wünschen (1 Punkt)

13. Das Schaufenster wird neu gestaltet. Dabei sollte man sich viel Mühe geben.

- a) Nennen Sie 2 Argumente dafür! (2 Punkte)

z. B. Das Schaufenster ist die Visitenkarte des Salons. (1 Punkt);

z. B. Es stellt das Konzept des Salons vor. (1 Punkt);

z. B. Das Leistungsangebot wird dargestellt. (1 Punkt);

z. B. Es zeigt, um welche Art des Geschäftes es sich handelt. (1 Punkt)

- b) Bei der Schaufenstergestaltung unterscheidet man verschiedene Gestaltungsformen. Kreuzen Sie an, um welche Art von Schaufenster es sich handelt! (4 Punkte)

Erklärung	Über-sichts-fenster	Ein-Artikel-fenster	Marken-fenster	Themen-fenster
Präsentation eines neuen Artikels	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aktuelle Markenartikel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Warenpräsentation zu einem bestimmten Anlass, z. B. Weihnachten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Überblick über das gesamte Sortiment	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

14. Die Neueröffnung steht kurz bevor. Ihre Chefin ist froh, dass alle so gut mitgearbeitet haben und hinter dem Konzept stehen. Natürlich verlief nicht alles glatt und sie möchte dem Team noch ein Feedback geben. Nennen Sie je 3 Regeln zum Feedback! (6 Punkte)

Regeln für den Feedback-Geber (Chefin): *z. B. zuerst das Positive nennen (1 Punkt);*

z. B. nicht beleidigen (1 Punkt); z. B. Vorwürfe vermeiden (1 Punkt); z. B. sachlich bleiben (1 Punkt);

z. B. Ich-Botschaften senden (1 Punkt)

Regeln für den Feedback-Nehmer (Mitarbeiter): *z. B. aufmerksam zuhören (1 Punkt);*

z. B. nachfragen, wenn man etwas nicht verstanden hat (1 Punkt); z. B. sich nicht rechtfertigen (1 Punkt);

z. B. Kritik annehmen und überdenken – Selbstreflektion (1 Punkt)