

Stephan Betz, Claudia Charfreitag, Nicole Haas, Jörn Menne, Christian Schmidt

Herausgegeben von Jörn Menne und Christian Schmidt

Ausbildung im Einzelhandel

Band 1

Arbeitsheft

7. Auflage

Die in diesem Produkt gemachten Angaben zu Unternehmen (Namen, Internet- und E-Mail-Adressen, Handelsregistereintragen, Bankverbindungen, Steuer-, Telefon- und Faxnummern und alle weiteren Angaben) sind i. d. R. fiktiv, d. h., sie stehen in keinem Zusammenhang mit einem real existierenden Unternehmen in der dargestellten oder einer ähnlichen Form. Dies gilt auch für alle Kunden, Lieferanten und sonstigen Geschäftspartner der Unternehmen wie z. B. Kreditinstitute, Versicherungsunternehmen und andere Dienstleistungsunternehmen. Ausschließlich zum Zwecke der Authentizität werden die Namen real existierender Unternehmen und z. B. im Fall von Kreditinstituten auch deren IBANs und BICs verwendet.

Zusatzmaterialien zum Arbeitsheft Ausbildung im Einzelhandel Band 1

Für Lehrerinnen und Lehrer

Lösungen zum Schulbuch: 978-3-427-37822-8
Lösungen zum Schulbuch Download: 978-3-427-37823-5
Lösungen zum Arbeitsheft: 978-3-427-37825-9
Lösungen zum Arbeitsheft Download: 978-3-427-37826-6



BiBox Einzellizenz für Lehrer/-innen (Dauerlizenz)
BiBox Klassenlizenz Premium für Lehrer/-innen und
bis zu 35 Schüler/-innen (1 Schuljahr)
BiBox Kollegiumslizenz für Lehrer/-innen (Dauerlizenz)
BiBox Kollegiumslizenz für Lehrer/-innen (1 Schuljahr)

Für Schülerinnen und Schüler



BiBox Einzellizenz für Schüler/-innen (1 Schuljahr)
BiBox Einzellizenz für Schüler/-innen (4 Schuljahre)
BiBox Klassensatz PrintPlus (1 Schuljahr)

© 2026 Westermann Berufliche Bildung GmbH, Ettore-Bugatti-Straße 6-14, 51149 Köln
service@westermann.de, www.westermann.de

Das Werk und seine Teile sind urheberrechtlich geschützt. Jede Nutzung in anderen als den gesetzlich zugelassenen bzw. vertraglich zugestanden Fällen bedarf der vorherigen schriftlichen Einwilligung des Verlages. Wir behalten uns die Nutzung unserer Inhalte für Text und Data Mining im Sinne des UrhG ausdrücklich vor. Nähere Informationen zur vertraglich gestatteten Anzahl von Kopien finden Sie auf www.schulbuchkopie.de.

Für Verweise (Links) auf Internet-Adressen gilt folgender Haftungshinweis: Trotz sorgfältiger inhaltlicher Kontrolle wird die Haftung für die Inhalte der externen Seiten ausgeschlossen. Für den Inhalt dieser externen Seiten sind ausschließlich deren Betreiber verantwortlich. Sollten Sie daher auf kostenpflichtige, illegale oder anstößige Inhalte treffen, so bedauern wir dies ausdrücklich und bitten Sie, uns umgehend per E-Mail davon in Kenntnis zu setzen, damit beim Nachdruck der Verweis gelöscht wird.

Druck und Bindung: Westermann Druck GmbH, Georg-Westermann-Allee 66, 38104 Braunschweig

ISBN 978-3-427-**37824**-2



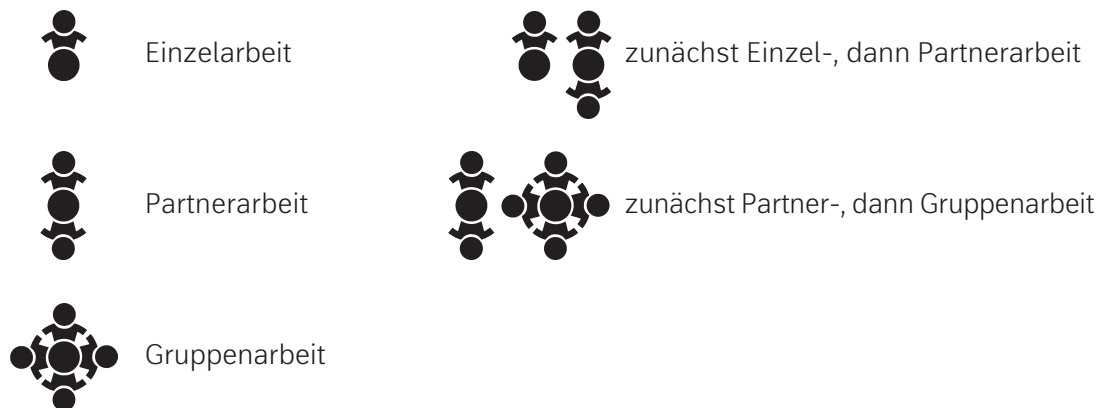
Das vorliegende **Arbeitsheft** bildet die Anforderungen des veränderten Rahmenplans von 2017 ab und ist eine ideale Ergänzung zu der entsprechenden Lehrbuchreihe – es kann aber auch mit anderen Büchern eingesetzt werden:

- Die Umsetzung des problem- und handlungsorientierten Unterrichts mit **Lernsituationen** wird erheblich erleichtert: Ausgewählte Einstiegssituationen aus dem Lehrbuch werden aufgenommen, durch zusätzliche Arbeitsaufträge und methodische Hinweise ergänzt und in eine klare unterrichtliche Struktur überführt. So wird das vom Lehrplan geforderte Lernen in vollständigen Lernhandlungen gestützt und die Ausarbeitung der didaktischen Jahresplanung erleichtert.
- Durch anregende **Übungen** zu zentralen Begriffen und Zusammenhängen des jeweiligen Lernfeldes erhalten die Schülerinnen und Schüler ergänzend zum Lehrbuch zahlreiche Möglichkeiten, ihr neu erworbenes Wissen anzuwenden und zu festigen.
- **Prüfungsorientierte Aufgaben**, in denen die für die Prüfungen geforderten Inhalte in den typischen Formen abgefragt werden, runden die Unterrichts- und Lernhilfe ab.

Mit dem Arbeitsheft wird die häufig so schwierige **Dokumentation** von Lern- und Arbeitsergebnissen sichergestellt, sodass die **individuelle Lernberatung** und die **Leistungsbewertung** nach Phasen **selbstständigen Lernens** erleichtert werden.

Hinweis zur Nutzung des Arbeitshefts

Bei den **Lernsituationen** finden die Nutzerinnen und Nutzer Symbole, die eine Empfehlung hinsichtlich einer geeigneten **Sozialform** darstellen:



Die **Farben** unterscheiden sich nach der jeweiligen Phase der Lernhandlung.



Vorwort	3
Inhaltsverzeichnis	5

Lernfeld 1

Das Einzelhandelsunternehmen repräsentieren

Lernsituation 1: Mit der Ausbildung beginnen	9
Übung 1.1: Der Ausbildungsvertrag	14
Übung 1.2: Die Arbeitszeit	19
Übung 1.3: Die Kündigung	19
Übung 1.4: Erproben von Mindmapping	20
Lernsituation 2: Den eigenen Ausbildungsbetrieb präsentieren	22
Übung 2.1: Grundsätze einer professionellen Präsentation	28
Übung 2.2: Bedürfnis – Bedarf – Nachfrage	29
Übung 2.3: Güterarten	31
Übung 2.4: Das ökonomische Prinzip	34
Übung 2.5: Volkswirtschaftliche Arbeitsteilung	35
Übung 2.6: Der Wirtschaftskreislauf	36
Übung 2.7: Aufgaben des Einzelhandels	37
Übung 2.8: Betriebsfaktor Ware – Sortimentsbegriffe	38
Übung 2.9: Betriebsformen im Einzelhandel	39
Übung 2.10: Wie ist ein Einzelhandelsbetrieb organisiert?	41
Übung 2.11: Verkaufs- oder Bedienungsformen	44
Lernsituation 3: Arbeitsgesetze zur Problemlösung in der Ausbildung heranziehen	47
Übung 3.1: Betriebsrat – Aufgaben und Rechte	53
Übung 3.2: Jugend- und Auszubildendenvertretung (JAV) – Aufgaben und Rechte	55
Übung 3.3: Tarifparteien und -vertrag	56
Übung 3.4: Die Zweige der Sozialversicherung	56
Übung 3.5: Das Solidaritätsprinzip	58
Übung 3.6: Private Vorsorge	59
Aufgaben zur Prüfungsvorbereitung	61

Lernfeld 2**Verkaufsgespräche kundenorientiert führen**

Lernsituation 1: Eine positive Beziehung als Grundlage für ein erfolgreiches Verkaufsgespräch gestalten	70
Übung 1.1: Grundlagen der Kommunikation – die vier Seiten einer Nachricht	75
Übung 1.2: Körpersprache und ihre Wirkung	77
Übung 1.3: Nonverbale Elemente im Verkaufsgespräch deuten	79
Übung 1.4: Gesprächsförderer und Gesprächsblocker	80
Übung 1.5: Gesprächssituationen analysieren und optimieren	81
Lernsituation 2: Sich aktiv Warenwissen aneignen	83
Übung 2.1: Warenkennzeichnung	89
Übung 2.2: In einem Warensteckbrief den Nutzen für die Kundinnen und Kunden herausarbeiten	90
Lernsituation 3: Den Bedarf der Kundinnen und Kunden ermitteln	92
Übung 3.1: Ansprache von Kundinnen und Kunden über die Ware	97
Übung 3.2: Ansprache von Kundinnen und Kunden bei verschiedenen Verkaufsformen	98
Übung 3.3: Ansprüche von Kundinnen und Kunden erkennen	98
Übung 3.4: Vertrauensauslöser im Verkaufsgespräch	99
Übung 3.5: Mit guten Fragen den Bedarf erkennen	101
Übung 3.6: Grundsätze der Warenvorlage	104
Übung 3.7: Welche Preislage lege ich vor?	105
Lernsituation 4: Kundenorientiert argumentieren	108
Übung 4.1: Argumentation	112
Übung 4.2: Techniken zur Preisargumentation anwenden	113
Übung 4.3: Einwände von Kundinnen oder Kunden entkräften	116
Übung 4.4: Spezielle Methoden zur Einwandbehandlung kennenlernen und anwenden	121
Übung 4.5: Alternativangebote unterbreiten	124
Lernsituation 5: Ergänzungsangebote unterbreiten und Zusatzverkäufe tätigen	126
Übung 5.1: Ergänzungs- und Zusatzangebote geschickt formulieren	131
Übung 5.2: Kaufabschluss	132
Aufgaben zur Prüfungsvorbereitung	135

Lernfeld 3**Kundinnen und Kunden im Servicebereich Kasse betreuen**

Lernsituation 1: Tätigkeiten im Kassenbereich durchführen	142
Übung 1.1: Arbeiten im Kassenbereich	148
Übung 1.2: Sicherheitsmerkmale von Banknoten	148
Übung 1.3: Kassenarten und -systeme	150
Übung 1.4: Kassenbelege	152
Übung 1.5: Bestandteile eines Kassenbelegs	152
Übung 1.6: Einfacher Dreisatz	153
Übung 1.7: Durchschnittsrechnen	153
Übung 1.8: Prozentrechnen	155
Lernsituation 2: Voraussetzungen für den Abschluss eines Kaufvertrages berücksichtigen	156
Übung 2.1: Rechts- und Geschäftsfähigkeit	160
Übung 2.2: Nichtig und anfechtbare Rechtsgeschäfte	161
Übung 2.3: Nichtig und anfechtbare Rechtsgeschäfte	163
Übung 2.4: Arten von Rechtsgeschäften	164
Übung 2.5: Formvorschriften bei Rechtsgeschäften	164
Übung 2.6: Vertragsarten	165
Übung 2.7: Abschluss des Kaufvertrages mit Kundinnen und Kunden	166
Übung 2.8: Verpflichtungs- und Erfüllungsgeschäft	167
Übung 2.9: Allgemeine Geschäftsbedingungen	168
Übung 2.10: Wirksamkeit der allgemeinen Geschäftsbedingungen	169
Übung 2.11: Verbotene Klauseln in Kaufverträgen bei einseitigen Handelsgeschäften	169
Lernsituation 3: Kundinnen und Kunden über Zahlungsarten informieren	170
Übung 3.1: Barzahlung	175
Übung 3.2: Online-Überweisung	176
Übung 3.3: Bankauszug	177
Übung 3.4: Kartenzahlung	177
Übung 3.5: Funktionen einer Bankkarte	180
Übung 3.6: Mobile Zahlungssysteme	180
Übung 3.6: Kassenabrechnung	183
Aufgaben zur Prüfungsvorbereitung	185

Lernfeld 4**Waren präsentieren**

Lernsituation 1: Die Verkaufswirksamkeit von Schaufenstern beurteilen	194
Übung 1.1: Schaufenstertypen	200
Übung 1.2: Verkaufsform und Schaufenstertyp	201
Übung 1.3: Farben und ihre Wirkung	202
Übung 1.4: Visual Merchandising	204
Übung 1.5: Die Preisangabenverordnung	206
Übung 1.6: Sind die Preise korrekt ausgezeichnet?	208
Übung 1.7: Platzierungsregeln	209
Übung 1.8: Anordnung der Warenträger im Verkaufsraum	211
Übung 1.9: „At the supermarket“ – Kundinnen und Kunden in der Fremdsprache Englisch bedienen	212
Übung 1.10: Verkaufszonen im Regal	214
Übung 1.11: Planen einer Regalbelegung	215
Übung 1.12: Verkaufsfördernde Sonderplatzierungen	216
Übung 1.13: Einen Artikel im Onlineshop präsentieren	218
Lernsituation 2: Eine erlebnisorientierte Warenpräsentation gestalten	222
Übung 2.1: Warenpräsentation für alle Sinne	226
Aufgaben zur Prüfungsvorbereitung	228

Lernfeld 5**Werben und den Verkauf fördern**

Lernsituation 1: Formen, Grundsätze und Gestaltungsmöglichkeiten der Werbung unterscheiden	236
Übung 1.1: Ziele und Grundsätze der Werbung unterscheiden	241
Lernsituation 2: Einen Werbeplan unter Berücksichtigung des Werbeetats erstellen und Möglichkeiten zur Ermittlung des Werbeerfolgs bestimmen	242
Übung 2.1: Kosten der Werbung – der Tausend-Kontakt-Preis (TKP)	248
Übung 2.2: Eine Werbeerfolgskontrolle durchführen	250
Lernsituation 3: Gesetzliche Vorschriften bei der Durchführung von Werbemaßnahmen beachten	254
Übung 3.1: Fälle vor dem Deutschen Werberat – Wie weit darf Werbung gehen?	259
Übung 3.2: Werbung, Verkaufsförderung oder Öffentlichkeitsarbeit?	263
Übung 3.3: Verpackungsmaterialien und Möglichkeiten der Warenzustellung unterscheiden	264
Übung 3.4: Warenzustellung im Vergleich	267
Aufgaben zur Prüfungsvorbereitung	269



Verkaufsgespräche kundenorientiert führen

Lernsituation 1: Eine positive Beziehung als Grundlage für ein erfolgreiches Verkaufsgespräch gestalten

Eine ältere Kundin betritt die CenterSport GmbH auf der Suche nach einem bestimmten Retro-Basketballschuh von Adodis für ihren Enkel. Zielstrebig steuert sie die Verkäuferin an. Sabine Freund spricht gerade mit einem Kollegen, sodass es noch ein paar Minuten dauert, bis sie sich der Kundin zuwendet.

Sabine: (zum Kollegen gewendet) „Hast du schon die neuen Shirts gesehen, die heute Morgen gekommen sind?“

Kollege: „Oh ja, die muss ich noch auszeichnen und ich soll noch alle bis heute Abend in die Regale geräumt haben!“

Sabine: „Na, da hast du noch einiges zu tun. Ich darf heute glücklicherweise den ganzen Tag hier an der Kasse stehen bleiben und viel ist echt nicht los, wie du siehst.“

Kollege: „Du hast es gut, ich geh dann mal und fang mit meiner Arbeit an.“

Sabine: (ironisch) „Viel Spaß, bis später.“ (lacht noch weiter, während sie sich – Kaugummi kauend – der wartenden Kundin zuwendet)

„Guten Tag, kann ich helfen?“ (Dabei schaut sie auf ihren Arbeitsplatz und räumt ein paar Stifte und Zettel zusammen.)

Kundin: „Ich suche einen bestimmten Sportschuh der Marke Adodis.“

Sabine: (schaut auf, lächelt ironisch, überrascht) „Welchen Schuh hätten Sie denn gern?“

Kundin: „Der Name steht hier auf dem Zettel.“ (zeigt Sabine das Geschriebene)



- Sabine: „Wenn Sie hier an den Trainingsanzügen vorbeigehen, bei den Fitnessgeräten links herum finden Sie die Schuhe im Regal bei den Retro-Schuhen.“ (guckt abwechselnd auf die Kundin und ihren Arbeitsplatz)
- Kundin: (schaut sich etwas unsicher um) „Ja danke, auf Wiedersehen.“
- Sabine: (schon einer neuen Arbeit zugewendet) „Bitte, bitte kein Problem, dafür sind wir ja da.“

Beschreibung und Analyse der Situation

Versetzen Sie sich in die Lage der Kundin:

- Wie könnte sie sich während des Gesprächs fühlen?
- Was denkt oder empfindet sie möglicherweise in dieser Situation?

Beschreiben Sie Ihre Gedanken in ein bis zwei Sätzen.

Versetzen Sie sich in die Lage von Sabine:

- Wie fühlt sie sich in dieser Situation?
- Was denkt sie möglicherweise über das Verhalten oder die Aussagen der Kundin?
- Erläutern Sie Ihre Gedanken in ein bis zwei Sätzen.

Untersuchen Sie die folgenden Aussagen von Sabine (der Verkäuferin) darauf, was sie inhaltlich sagt – und was sie zwischen den Zeilen auf Beziehungsebene mitteilt.



Stellen Sie für jede Aussage zwei Botschaften heraus:

- **Inhaltsbotschaft:**

Was sagt Sabine faktisch? Worum geht es inhaltlich?

- **Beziehungsbotschaft:**

Was vermittelt Sabine zwischenmenschlich – also z. B. über Tonfall, Wortwahl oder Haltung?

Wie könnte sich die Kundin dadurch angesprochen oder bewertet fühlen?

Beispiel „Guten Tag, kann ich Ihnen helfen?“ (Dabei schaut sie auf den Arbeitsplatz und räumt ein paar Stifte und Zettel zusammen.)

Inhaltsebene

Sabine bietet ihre Hilfe an.

Beziehungsebene

Durch die späte Zuwendung zur Kundin, den fehlenden Blickkontakt und die Nebenbeschäftigung signalisiert Sabine ihr mangelndes Interesse an der Kundin und an einer positiven Beziehung zu ihr.

Beispiel (schaut auf, lächelt ironisch, überrascht) „Welchen Schuh hätten Sie denn gern?“



Inhaltsebene

Beziehungsebene

Beispiel „Wenn Sie hier an den Trainingsanzügen vorbeigehen, bei den Fitnessgeräten links herum finden Sie die Schuhe im Regal bei den Retro-Schuhen.“ (guckt abwechselnd auf die Kundin und ihren Arbeitsplatz)

Inhaltsebene

Beziehungsebene





Erproben Sie Ihre Verbesserungsvorschläge in Rollenspielen. Halten Sie Ihre Beobachtungen bei den Rollenspielen stichwortartig fest.



Bewerten

Geben Sie den Rollenspielerinnen und Rollenspielern ein konstruktives Feedback. Berücksichtigen Sie hierbei die folgenden Feedback-Regeln.

Feedback-Regeln:

- Ich-Botschaften formulieren
- konkret bleiben
- beschreiben statt werten
- kurze Aussagen machen (statt ausschweifend)
- Beispiel: „Ich habe gesehen/gehört ... Das wirkt auf mich ...“
- Notieren Sie wichtige Rückmeldungen in Stichpunkten. Um das Einhalten der Feedback-Regeln zu üben, nutzen Sie bitte die vorgegebene Form.

[illegible]



Lernergebnisse sichern



Versuchen Sie, Ihre Erkenntnisse möglichst genau zu beschreiben. Notieren Sie außerdem alle offenen Fragen, die noch geblieben sind.

This image shows a blank sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

Übung 1.1: Grundlagen der Kommunikation – die vier Seiten einer Nachricht

- a) Viele Kundinnen und Kunden betreten ein Geschäft mit der Erwartung: „Ich suche gutes Verkaufspersonal!“ Überlegen Sie, welche Aussage auf welcher Ebene der Nachricht (nach dem Kommunikationsmodell) liegt. Verbinden Sie dazu die Ebenen auf der linken Seite mit den passenden Aussagen auf der rechten Seite.

„Ich suche gutes Verkaufspersonal!“

Sachinhalt Worüber wird informiert?	•	Die Kundinnen und Kunden haben Bedenken, ob ich als Auszubildende/-r in der Lage bin, sie gut zu beraten.
Appell Wozu wird informiert?	•	Die Kundinnen und Kunden wollen, dass ich endlich eine gute Verkäuferin/einen guten Verkäufer für sie finde.
Beziehung Wie stehen die Gesprächspartnerinnen und Gesprächspartner zueinander?	•	Die Kundinnen und Kunden haben keine Lust, ein Verkaufsgespräch mit inkompetentem Verkaufspersonal zu führen.
Selbstoffenbarung Was sagt die Senderin/der Sender über sich selbst aus?	•	Die Kundinnen und Kunden sind auf der Suche nach kompetentem Verkaufspersonal.

- b) Üben Sie das Deuten von Aussagen mithilfe der folgenden Beispiele. Denken Sie daran: Es gibt nicht immer nur eine richtige Lösung. Je nach Situation können Aussagen unterschiedlich gemeint sein. Manchmal ist es auch nicht nötig oder möglich, alle vier Seiten einer Nachricht zu benennen.

Beispiele	Sachinhalt	Beziehung	Selbstoffenbarung	Appell
Der Abteilungsleiter sagt zu Mehmet: „Die Kundschaft hat den Aktionstisch ganz schön durcheinandergebracht.“	Der Aktionstisch ist unaufgeräumt.	_____	_____	_____
		_____	_____	_____
		_____	_____	_____
		_____	_____	_____
		_____	_____	_____
Kollegin zu Sabine: „Der Ordner ist dort, wo er hingehört.“	_____	_____	Weil ich ordentlich bin, weiß ich, wo etwas steht.	_____
	_____	_____		_____
	_____	_____		_____
	_____	_____		_____

Beispiele	Sachinhalt	Beziehung	Selbstoffen- barung	Appell
Mehmet wird nach der Pause von seinem Abteilungsleiter empfangen: „Gut, dass du wieder da bist. Wir wussten nicht mehr, wo uns der Kopf steht.“		Ich bin froh, dass du wieder da bist.		
Eine Kundin sagt zu Sabine: „Haben Sie denn noch mehr Laufschuhmodelle?“				

Übung 1.2: Körpersprache und ihre Wirkung

- a) Nennen Sie in der ersten Spalte Beispiele für Körpersprache. Beschreiben Sie dann in der zweiten Spalte, wie das Verkaufspersonal die Körpersprache gezielt einsetzen kann, um bei Kundinnen und Kunden eine positive Wirkung zu erreichen.

Beispiele der Körpersprache	Positive Wirkung im Umgang mit Kundinnen und Kunden
Blickkontakt	

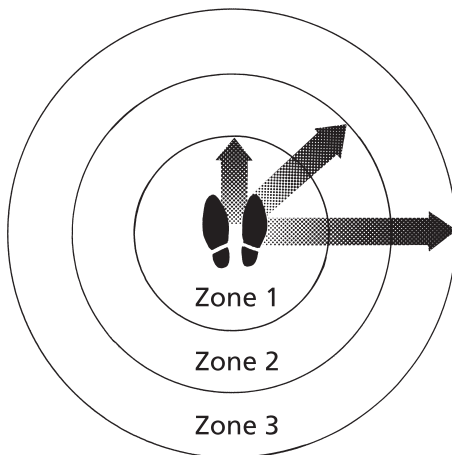
Beispiele der Körpersprache	Positive Wirkung im Umgang mit Kundinnen und Kunden

- b) Interpretieren Sie in eigenen Worten die Körpersprache der abgebildeten Verkäuferinnen.





- c) Benennen Sie die in der Grafik abgebildeten drei Distanzzonen und begründen Sie, welche der Zonen für das Verkaufsgespräch in der Regel ideal ist.



Zone 1: _____

Zone 2: _____

Zone 3: _____

Die ideale Zone für das Verkaufsgespräch ist:

Übung 1.3: Nonverbale Elemente im Verkaufsgespräch deuten

In den dargestellten Situationen aus dem Verkaufsalltag der CenterSport GmbH zeigen Verkäuferinnen, Verkäufer oder Kundschaft bestimmte körpersprachliche Signale – z. B. durch Haltung, Gestik, Mimik oder Blickverhalten.

Deuten Sie, was diese Signale über die Stimmung, Einstellung oder Beziehungsdynamik zwischen Kundschaft und Verkaufspersonal aussagen könnten.

Situation		Deutung	
	Als ein Kunde, die Sportmodenabteilung der CenterSport GmbH betritt, erblickt er Sabine, die heute hier eingesetzt ist.	→	
	Als Sabine ihrer Kundin eine Trainingsjacke zeigt, geht diese einen Schritt zurück.	→	
	Ganz anders verhält sich die Kundin bei Sabines zweitem Versuch.	→	
	Sabine während eines Kassiervorgangs mit einem Kunden, den sie zuvor beraten hat.	→	

Situation		Deutung
	Nach einem intensiven Verkaufsgespräch händigt Sabine ihrer Kundin den gekauften Artikel aus.	

Übung 1.4: Gesprächsförderer und Gesprächsblocker

Mehmet trifft in seiner Abteilung auf den Stammkunden Herrn Frank.

Gespräch 1

- Mehmet: „Guten Tag Herr Frank, wie geht es denn?“
Herr Frank: „Gut geht's. Am Samstag war ich beim FC, war echt ein klasse Spiel.“
Mehmet: „Ins Stadion gehe ich schon lange nicht mehr. Was soll ich auch da?“
Herr Frank: „Wir waren im C-Block, das Stadion war ausverkauft und die Stimmung einfach super!“
Mehmet: „Ich schleppe schon seit Wochen eine Erkältung mit mir herum. Ich bin froh, wenn ich überhaupt mal ab und zu rauskomme.“
Herr Frank: „Und die anschließende Party mit den Jungs in der Keksdose war auch nicht schlecht!“
Mehmet: „Hmmm ...“

Gespräch 2

- Mehmet: „Hallo Herr Frank, lange nicht gesehen – wie geht's?“
Herr Frank: „Gut geht's – ich war im Urlaub und am Samstag war ich beim FC – echt ein klasse Spiel!“
Mehmet: „Oh, der FC, da würde ich auch gern mal wieder hinfahren. Dieses Jahr läuft's bei denen ja mal wieder ganz gut. Die Stimmung war bestimmt nicht schlecht?“
Herr Frank: „Sagenhaft! Wir saßen im ausverkauften Stadion mitten im Block C.“
Mehmet: „Ja, eine gute Stimmung im Stadion ist ja schon die halbe Miete. Haben Sie denn anschließend noch eine wenig gefeiert?“
Herr Frank: „Klar, in der Keksdose – ist ein bisschen später geworden.“
Mehmet: „Keksdose? Keksdose? Habe ich schon mal gehört. Da gibt es doch die super Longdrinks.“
Herr Frank: „Und ob! Wir haben unheimlich gefeiert – und das fast bis zum Ende. Ich kann Ihnen sagen ...“

8 Aufgabe

In welchem der angegebenen Fälle kann ein Lieferant der CenterSport GmbH einen bereits abgeschlossenen Kaufvertrag wieder rückgängig machen?

1. wenn der Lieferant in Lieferschwierigkeiten gerät ☐
2. wenn der Kaufvertrag nur mündlich abgeschlossen wurde ☐
3. wenn der Lieferant erfährt, dass der Mars Elektrofachmarkt e. K. seine Zahlungsfristen selten einhält ☐
4. wenn nach dem Abschluss des Kaufvertrages die Preise gestiegen sind ☐
5. wenn der Lieferant feststellt, dass im Angebot versehentlich anstatt 200,00 € nur 20,00 € als Stückpreis angegeben wurden ☐

9 Aufgabe

Ein Lieferer der CenterSport GmbH legt seinen Angeboten die abgebildeten allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) vor. Welche Zielsetzung steht hinter Punkt 5.1 dieser AGB?

1. Der Lieferer bleibt auch nach der Lieferung Besitzer der Ware. ☐
2. Für den Lieferer besteht die Möglichkeit, jederzeit vom Kaufvertrag zurückzutreten. ☐
3. Als Käufer/-in werden Sie nach einer Anzahlung Eigentümer/-in der gelieferten Ware. ☐
4. Der Lieferer beabsichtigt, seine Kaufpreisforderungen abzusichern. ☐
5. Durch die Anzahlung wird die Käuferin/der Käufer zur Eigentümerin/zum Eigentümer der gelieferten Ware. ☐

Eigentumsvorbehalt

Der Lieferer behält sich das Eigentum an den gelieferten Waren bis zur vollständigen Bezahlung des Kaufpreises sowie bis zur Bezahlung aller früheren und zukünftigen Warenlieferungen vor.

§

10 Aufgabe

Prüfen Sie, welches Rechtsgeschäft nichtig ist.

1. Die 15-jährige Carolin kauft ein PC-Spiel für 17,00 € von ihrer Ausbildungsvergütung. ☐
2. Der elfjährige Hannes kauft von seinem sechsjährigen Freund Karl ein PC-Spiel. Den Kaufpreis von 7,00 € bezahlt er von seinem Taschengeld. ☐
3. Die 19-jährige Hanna kündigt ihren Ausbildungsvertrag schriftlich. ☐
4. Der sechsjährige Fynn bekommt von seinem Opa 100,00 € zum Geburtstag geschenkt. ☐
5. Die 20-jährige Pia kauft sich ohne Einwilligung der Eltern einen hochwertigen Fernseher in zwei Monatsraten. ☐

11 Aufgabe

Entscheiden Sie, für welche zwei Verträge das Gesetz die Schriftform vorschreibt.

- | | |
|--------------------------|--------------------------|
| 1. Schenkungsvertrag | ☐ |
| 2. Kaufvertrag | ☐ |
| 3. Ratenkaufvertrag | ☐ |
| 4. Ausbildungsvertrag | ☐ |
| 5. Leihvertrag | ☐ |
| 6. Werklieferungsvertrag | ☐ |

12 Aufgabe

Beurteilen Sie, in welchem Fall ein Kaufvertrag vorliegt.

- | | |
|---|--------------------------|
| 1. Die Geschäftsführerin eines Schuhgeschäftes vereinbart mit einem benachbarten Einzelhändler die Nutzung leerer Lagerräume. | ☐ |
| 2. Die Angestellte Anita Groß schließt einen Leasingvertrag über ein Auto ab. | ☐ |
| 3. Der Inhaber eines Supermarktes will seinen Fuhrpark erweitern und prüft ein vorliegendes Angebot vom Autohändler. | ☐ |
| 4. Ein Auszubildender verpflichtet sich zur Arbeitsleistung in seinem Ausbildungsbetrieb. | ☐ |
| 5. Eine Kundin erwirbt das Recht, ein Computerprogramm für den Zeitraum von einem Jahr auf ihrem PC nutzen zu können. | ☐ |

13 Aufgabe

Stellen Sie fest, welche Aussage über Besitz und Eigentum richtig ist.

- | | |
|--|--------------------------|
| 1. Ein gutgläubiger Käufer erwirbt in der Regel das Eigentumsrecht an gestohlenen Waren. | ☐ |
| 2. Die Eigentumsübertragung an beweglichen Sachen erfolgt in der Regel durch Einigung und Übergabe. | ☐ |
| 3. Besitz ist die rechtliche Gewalt über eine Sache, Eigentum ist die tatsächliche Gewalt über eine Sache. | ☐ |
| 4. Der Eigentumsvorbehalt ist eine Vereinbarung, durch die eine Erwerberin/ ein Erwerber zunächst nur die rechtliche Gewalt über eine Sache erwirbt. | ☐ |
| 5. Bei der Eigentumsübertragung an unbeweglichen Sachen sind in der Regel keine Formvorschriften zu beachten. | ☐ |

14 Aufgabe

Prüfen Sie, in welchem Fall es sich um ein einseitiges Rechtsgeschäft handelt.

- | | |
|--|--------------------------|
| 1. Die CenterSport GmbH schenkt einem Jubilar einen Präsentkorb. | ☐ |
| 2. Die CenterSport GmbH nimmt ein Darlehen bei der Bank auf. | ☐ |
| 3. Die CenterSport GmbH bestellt zehn Laptops bei einem Lieferanten. | ☐ |
| 4. Die CenterSport GmbH stellt einen Auszubildenden als Verkäufer ein. | ☐ |
| 5. Die CenterSport GmbH kündigt ihrem Auszubildenden in der Probezeit. | ☐ |

15 Aufgabe

Welche Zahlungsverfahren wird die CenterSport GmbH ihrer Kundschaft anbieten, wenn die Entscheidung aufgrund der Höhe der Bankgebühren getroffen wird?

1. Zahlung mit der Bankkarte und Unterschrift (SEPA-ELV)
2. Zahlung mit der Bankkarte (girocard)
3. Kreditkarte

☐
☐
☐

Kartenzahlung: Was die Akzeptanz kostet				
Verfahren	Bankgebühren für die Händler	Legitimation	Sperrabfrage	Zahlungsgarantie
Bankkarte: SEPA-ELV	keine	Unterschrift	nein	nein
Bankkarte: Electronic-Cash-Verfahren (girocard)	0,3 % vom Umsatz, mindestens 0,08 €	PIN*	ja	ja
Kreditkarte	1,2 % vom Umsatz	PIN* oder Unterschrift	ja	ja

* Hinweis: Bei kontaktlosen Zahlungen ist i. d. R. bis zu einem Betrag von 50,00 € die Eingabe einer PIN nicht erforderlich.

16 Aufgabe

Die Praktikantin Eva fragt Sie beim Auspacken einer Lieferung, ob man an der GTIN/EAN (siehe Abbildung) erkennen kann, dass dieser Artikel in Deutschland hergestellt worden sei.



Geben Sie der Praktikantin die richtige Antwort.

1. Die GTIN/EAN gibt keine Auskunft über das Herkunftsland.
2. Die ersten zwei Ziffern geben das Herkunftsland an.
3. Die GTIN/EAN gibt verschlüsselt an, aus welcher Region der Artikel kommt.
4. Die GTIN/EAN gibt nur an, dass das Produkt aus einem EU-Land stammt.
5. Diese GTIN/EAN hat 13 Ziffern, die Ware stammt daher aus Deutschland.

☐
☐
☐
☐
☐

17 Aufgabe

Eine Kundin kauft in der CenterSport GmbH eine Sporttasche und möchte mit Bankkarte unter Eingabe der PIN bezahlen. Bringen Sie die notwendigen Arbeitsschritte in die richtige Reihenfolge.

1. Die Bank bucht vom Konto der Kartenbesitzerin ab.
2. Die Kundin hält die Karte dicht vor das Kartenlesegerät und gibt die PIN ein.
3. Sie überreichen der Kundin die Ware und den Kassenbon.
4. Die CenterSport GmbH erhält von der Bank die Gutschrift auf dem Geschäftskonto.
5. Die Autorisierungsstelle prüft die Zahlung.

☐
☐
☐
☐
☐

18 Aufgabe

Ein Kunde möchte seine Ware mit einer Bankkarte (girocard) bezahlen. Beschreiben Sie den Kassivorgang.

19 Aufgabe

Nennen Sie je zwei Vorteile der Zahlung mit der Bankkarte unter Eingabe der PIN für die Kundschaft und die CenterSport GmbH.

Vorteile für die Kundschaft:

Vorteile für die CenterSport GmbH:

20 Aufgabe

Von mehreren Kundinnen und Kunden erfahren Sie während Ihrer Tätigkeit an der Kasse, dass diese sich die Einführung einer Kundenkarte bei der CenterSport GmbH wünschen würden. Nennen Sie zwei Vorteile einer Kundenkarte für das Warenhaus.

22 Aufgabe

In der CenterSport GmbH werden Kreditkarten akzeptiert. Welche Besonderheit trifft auf die Zahlung mit der Kreditkarte zu?



1. Bei Kreditkartenzahlungen verrechnet die CenterSport GmbH eine umsatzabhängige Bearbeitungsgebühr. ☐
2. Bei der Annahme von Kreditkarten sind die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter verpflichtet, nur Kaufsummen über 400,00 € zu akzeptieren. ☐
3. Die Kundinnen und Kunden sind verpflichtet, ihren Personalausweis oder ein anderes gültiges Dokument vorzulegen. ☐
4. Bei der Abrechnung der CenterSport GmbH mit der Kreditkartenorganisation wird ein festgelegter Prozentsatz von der Kaufsumme abgezogen. ☐
5. Bei Bezahlung mit Kreditkarte dürfen die Kundinnen und Kunden immer Skonto abziehen. ☐

23 Aufgabe

Ein Kunde kauft in der Fitnessabteilung der CenterSport GmbH verschiedene Textilien. Er zahlt bar und erhält einen Kassenbon. Bezeichnen Sie die Bestandteile 1–5 des dargestellten Kassenbons.

CenterSport GmbH Aachener Straße 1 50859 Köln		
6633	2x 14,95 Sporthose „Christian“ Gr. M	28,90 EUR
3467	1x 27,95 Sweatshirt „Thomas“ Gr. L	47,95 EUR
Total		76,85 EUR
Bar		100,00 EUR
<u>Rückgeld</u>		<u>23,15 EUR</u>
USt.: 19% x 64,58		12,27 EUR
USt-IdNr. DE 111333444		
Kasse: 4 Bon-Nr. 04564 Kassierer:0345 Abt: FIT		
Datum: 12.03.		Zeit: 12:12 Uhr
Vielen Dank für Ihren Einkauf. Auf Wiedersehen!		

Bildquellenverzeichnis

Alff, Reinhard, Dortmund: 56.3.
all in nutrition GmbH, Wien: 237.1, 240.1.
Baaske Cartoons, Müllheim: Plaßmann, Thomas 59.2.
BC GmbH Verlags- und Medien-, Forschungs- und Beratungsgesellschaft, Ingelheim: 89.10, 278.2.
Betz, Stephan, Hückelhoven: 256.2, 257.1.
Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR), Berlin: 170.2, 179.1.
Charfreitag, Claudia, Erkelenz: 200.1, 200.2, 201.1, 201.2, 204.1.
Der Grüne Punkt - Duales System Deutschland GmbH, Köln: 89.12, 278.4.
DIHK Deutsche Industrie- und Handelskammer, Berlin: 17.1, 18.1.
EURO Kartensysteme GmbH, Frankfurt am Main: 180.1.
Europäische Zentralbank, Frankfurt am Main: 149.1, 149.2, 149.3, 149.4, 149.5, 149.6, 149.7, 149.8.
Fairtrade Deutschland e.V., Köln: 89.2.
Foto Stephan - Behrla Nöhrbaß GbR, Köln: 206.1.
fotolia.com, New York: Alexandre 83.1; bluedesign 191.1; Iakobchuk, Viacheslav 134.1; missan 89.11; nmann77 148.2; Stefan Redel 78.2; TAlExTech 89.3; vgstudio 78.1; vloener-jung 131.2.
Getty Images (RF), München: andresr Titel; Tree4Two 244.2.
Gütegemeinschaft Kerzen e.V., Markdorf: 135.2.
Henkel AG & Co. KGaA, Düsseldorf: 89.4.
Hild, Claudia, Angelburg: 231.1, 278.1, 278.5.
Imago Editorial, Berlin: Berlinfoto 237.4; Enters 244.1; Ralph Peters 266.4.
iStockphoto.com, Calgary: -1001- 87.8; AleMoraes244 261.2; alexsl 252.1; Believe_In_Me 114.3; bombuscreative 114.1; CSA-Archive 87.3; curtoicurto 265.1; Deagreez 254.1; Floortje 92.1, 124.2; Grkic, Dragan 260.2; Hiob 209.1; Hruts, Oleksandr 87.7; KatarzynaBialasiewicz 173.1; lublubachka 87.2; Maksym Rudoi 87.4; mihalis_a 250.1; Nesser3321 87.6; nikkytok 266.3; osoznaniejizni 87.5; Peter_visual 37.1; RusN 266.1; Satakorn 266.2; Stankovic, Dusan 260.3; tiler84 170.1; Tomml 265.2; Userba011d64_201 244.3; walik 167.1.
Jouve Germany GmbH & Co. KG, München: 66.1, 78.3, 152.1, 152.2, 189.1, 211.1, 213.1, 224.1.
Kachel, Schenkel, Schön GbR, Köln: 9.1, 29.1, 47.1, 70.1, 79.1, 79.2, 79.3, 79.4, 80.1, 97.1, 97.2, 97.3, 97.4, 126.1, 133.1, 142.1, 148.1, 194.1, 222.1.
Koufogiorgos, Kostas; www.koufogiorgos.de, Stuttgart: 59.1.
Picture-Alliance GmbH, Frankfurt a.M.: dpa-infografik 236.1; dpa/Haid, Rolf 269.1; Hoffmann 261.1; Jandke 237.2, 240.2, 260.1; Waechter 237.3.
Postbank – eine Niederlassung der Deutsche Bank AG, Bonn: 182.1.
punktgenau gmbh, Bühl: 135.3, 256.1.
Shutterstock.com, New York: Hoglund, Adam 180.3; studioZEVS 208.1.
Shutterstock.com (IT), New York: AI-generated 205.1, 251.1.
Stiftung Warentest, Berlin: 89.9.
stock.adobe.com, Dublin: amenic181 244.4; Aramburu, Lia 278.3; bernardbodo 41.1; Drobot, Dean 156.1; euthymia 108.1; ExQuisine 35.1; gstockstudio 56.1; Kneschke, Robert 98.3, 180.4; Kzenon 56.2; Marem 89.6; MAXSHOT 131.1; Neumann, Robert 112.1; neumiller, alicja 208.2; Rawf8 114.2; Robert Kneschke 98.2; Ryzhov, Sergey 98.1; svort 192.1; Viktor 124.1; Yeamake 84.1.
TÜV SÜD AG, München: 89.5.
ullstein bild, Berlin: CARO/Oberhäuser, Rupert 242.1.
Umweltbundesamt, Dessau-Roßlau: 89.8, 135.1, 278.6.
YPS - York Publishing Solutions Pvt. Ltd.: 21.1, 87.1, 104.1, 152.3, 173.2, 175.1, 177.1, 232.1.
Zahlenbilder, Bergmoser + Höller Verlag AG, Aachen: 163.1.

- © Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE), Bonn: 89.1.
© Europäische Union, Brüssel: 1995-2020 89.7.
© Visa 2026, Frankfurt: 180.2.