

Fritz Birk, Gerhard Kühn, Karl Lutz

**Vorbereitung
auf die Mündliche Prüfung
Kaufmann / Kauffrau
im Einzelhandel
Verkäufer/Verkäuferin**

Fallbezogene Fachgespräche

3. Auflage

Bestellnummer 86402



Bildungsverlag EINS

- Haben Sie Anregungen oder Kritikpunkte zu diesem Produkt?
- Dann senden Sie eine E-Mail an 86402_003@bv-1.de
Autoren und Verlag freuen sich auf Ihre Rückmeldung.

www.bildungsverlag1.de

Bildungsverlag EINS GmbH
Hansestraße 115, 51149 Köln

ISBN 978-3-427-**86402-8**

© Copyright 2012: Bildungsverlag EINS GmbH, Köln

Das Werk und seine Teile sind urheberrechtlich geschützt. Jede Nutzung in anderen als den gesetzlich zugelassenen Fällen bedarf der vorherigen schriftlichen Einwilligung des Verlages.

Hinweis zu § 52a UrhG: Weder das Werk noch seine Teile dürfen ohne eine solche Einwilligung eingescannt und in ein Netzwerk eingestellt werden. Dies gilt auch für Intranets von Schulen und sonstigen Bildungseinrichtungen.

Vorwort

Ihre mündliche Prüfung steht alsbald vor der Tür. Sie brauchen sich keine Sorge zu machen, wenn Sie wissen, was auf Sie zukommt bzw. was bisher „alles so abgeprüft wurde“ oder geprüft werden kann. Nachdem Sie sich mit dieser Normtestbroschüre intensiv befasst haben, können Sie relativ **gelassen in die Prüfung gehen**. Bekanntes wird Ihnen dort wiederbegegnen!

Die Verordnung über die Berufsausbildung zum/zur

- ▶ (1) Kaufmann/Kauffrau im Einzelhandel vom 24. März 2009 (**Erprobungsverordnung 2009**)
- ▶ (2) Verkäufer/Verkäuferin vom 16. Juli 2004/22. März 2005 i.V.m. (1)

sieht in §7 folgende Bestimmungen für die mündliche Prüfung vor: In „**Fallbezogenen Fachgesprächen**“, die an kaufmännische Situationen des Berufsalltags anknüpfen, soll der Prüfling „beweisen, dass er kunden- und serviceorientiert handeln kann“. Die Bereiche, aus denen Sie praxisbezogene Aufgaben auswählen, bezeichnet der Gesetzgeber als sog. „**Wahlqualifikationseinheiten**“.

Auf den folgenden Seiten finden Sie zu allen **Wahlqualifikationseinheiten** mindestens fünf **Aufgaben**. Allen Aufgaben sind praktische Situationen des Geschäftsalltags vorangestellt, aus denen sich in der mündlichen Prüfung „**Fallbezogene Fachgespräche**“ entwickeln. Zu allen Aufgaben finden Sie entsprechende **Lösungshinweise**.

Die Aufgaben wurden von einem erfahrenen Autorenteam erstellt.

Wir wünschen Ihnen, dass Sie zur Vorbereitung Ihrer mündlichen Prüfung

- ▶ die notwendige Zeit und Ruhe finden,
- ▶ die Wahlqualifikationseinheit/en auswählen, die Ihrem Wissen und Können nahekommst/-kommen.

Außerdem wünschen wir Ihnen viel Erfolg!

Die Verfasser

Inhaltsverzeichnis

	Seite
Vorwort	3
Allgemeines	5
A Zulassungsvoraussetzungen zum Fallbezogenen Fachgespräch	5
B Gewichtung der einzelnen Prüfungsbestandteile	5
C Bestehensregelung und mündliche Ergänzungsprüfung	5
D Inhalte und Ablauf des Fallbezogenen Fachgesprächs	6
E Bewertungsbogen für das Fallbezogene Fachgespräch	8
F Nonverbale Gesichtspunkte im Fallbezogenen Fachgespräch	9
G Muster eines Fallbezogenen Fachgesprächs mit Lösung	10
Aufgaben zu den Wahlqualifikationseinheiten	13
1 Beratung, Ware, Verkauf (Verkäufer/Einzelhandel)	13
2 Beschaffungsorientierte Warenwirtschaft (Verkäufer/Einzelhandel)	23
3 Warenwirtschaftliche Analyse (Einzelhandel)	27
4 Kaufmännische Steuerung und Kontrolle (Einzelhandel)	32
5 Marketing (Verkäufer/Einzelhandel)	35
6 IT-Anwendungen (Einzelhandel)	39
7 Personal (Einzelhandel)	42
8 Grundlagen unternehmerischer Selbstständigkeit (Einzelhandel)	45
Lösungen zu den Fallbezogenen Fachgesprächen	49
Sachwortverzeichnis	86

Allgemeines

A Zulassungsvoraussetzungen zum Fallbezogenen Fachgespräch

- Ausbildungsberuf „**Kaufmann/Kauffrau im Einzelhandel**“
Ablauf der in der Ausbildungsverordnung vorgeschriebenen Ausbildungszeit
Führen der schriftlichen Ausbildungsnachweise
Teilnahme an schriftlicher Prüfung (Teil 1 und Teil 2 der gestreckten Prüfung)
Hinweis: Teil 1 kann vor der Teilnahme an Teil 2 nicht wiederholt werden
- Ausbildungsberuf „**Verkäufer/Verkäuferin**“
Teilnahme an der Zwischenprüfung
Ablauf der in der Ausbildungsverordnung vorgeschriebenen Ausbildungszeit
Führen der schriftlichen Ausbildungsnachweise
Teilnahme an schriftlicher Prüfung (Teil 1 der gestreckten Prüfung)

B Gewichtung der einzelnen Prüfungsbestandteile

- Ausbildungsberuf „**Kaufmann / Kauffrau im Einzelhandel**“

Prüfungsbereiche	Prüfungszeit	Gewichtung
Teil 1		35 %
Verkauf und Marketing	Maximal 120 Min. schriftlich Teil 1	15 %
Warenwirtschaft + Rechnungswesen	Maximal 90 Min. schriftlich Teil 1	10 %
Wirtschafts- und Sozialkunde	60 Min. schriftlich Teil 1	10 %
Teil 2		65 %
Geschäftsprozesse im Einzelhandel	105 Min. schriftlich Teil 2	25 %
Fallbezogenes Fachgespräch	Maximal 35 Min. mündlich (davon 15 Min. Vorbereitungszeit)	40 %

- Ausbildungsberuf „**Verkäufer / Verkäuferin**“

Prüfungsbereiche	Prüfungszeit	Gewichtung
Verkauf und Marketing	Maximal 120 Min. schriftlich	25 %
Warenwirtschaft + Rechnungswesen	Maximal 90 Min. schriftlich	15 %
Wirtschafts- und Sozialkunde	60 Min. schriftlich	10 %
Fallbezogenes Fachgespräch	Maximal 35 Min. mündlich (davon 15 Min. Vorbereitungszeit)	50 %

C Bestehensregelung und mündliche Ergänzungsprüfung

- Ausbildungsberuf „**Kaufmann/Kauffrau im Einzelhandel**“
Das Endergebnis der Abschlussprüfung wird nach der Teilnahme an Teil 2 der gestreckten Prüfung festgestellt. Die Abschlussprüfung ist bestanden, wenn die Leistungen im Gesamtergebnis von Teil 1 und Teil 2 der Abschlussprüfung mit mindestens „ausreichend“, im Prüfungsbereich „Geschäftsprozesse im Einzelhandel“ mit mindestens „ausreichend“ und im Prüfungsbereich „Fallbezogenes Fachgespräch“ mit mindestens „ausreichend“ bewertet worden sind. Bei Nichtbestehen kann die Prüfung zweimal wiederholt werden. Dabei können die mit mindestens ausreichend bewerteten Prüfungsbereiche anerkannt werden.

Wurde der Prüfungsbereich „Geschäftsprozesse im Einzelhandel“ schlechter als ausreichend bewertet, kann dieser Prüfungsbereich auf Antrag durch eine mündliche Prüfung von etwa 15 Minuten ergänzt werden, wenn dies für das Bestehen der Prüfung den Ausschlag geben kann. Das bisherige Ergebnis dieses Prüfungsbereichs und das Ergebnis der Ergänzungsprüfung werden dann im Verhältnis 2 : 1 gewichtet.

2 Beschaffungsorientierte Warenwirtschaft

Mögliche Inhalte

Verkäufer

Warenannahme, Warenlagerung (§ 3 Abs. 2 Nr. 1 VO-EH)	
Bestandssteuerung (§ 3 Abs. 2, Nr. 1.1)	a) Auswirkungen von Bestandsveränderungen auf das Betriebsergebnis analysieren b) bei der Steuerung des Bestandes und des Absatzes mitwirken, Warenwirtschaftssystem nutzen c) Vollständigkeit des Warenangebots unter Berücksichtigung saisonaler, aktions- und frequenzbedingter Schwankungen kontrollieren und Maßnahmen einleiten
Warenannahme und -kontrolle (§ 3 Abs. 2, Nr. 1.2)	a) Regeln der betrieblichen Belegverwaltung in der Warenannahme anwenden b) Reklamationen in der Warenannahme aufnehmen und unter Einhaltung der gesetzlichen und betriebsüblichen Bestimmungen bearbeiten c) Maßnahmen bei Bruch, Verderb und Schwund bei vorgelagerten Logistikstufen einleiten
Warenlagerung (§ 3 Abs. 2, Nr. 1.3)	a) Bestimmungen für die Lagerung spezieller Warengruppen anwenden b) Ware im Verkaufsraum, insbesondere unter dem Gesichtspunkt der Werbewirksamkeit lagern

Kaufmann/-frau im Einzelhandel

Beschaffungsorientierte Warenwirtschaft (§ 3 Abs. 3, Nr. 2 VO-EH)	
Warendisposition (§ 3 Abs. 3, Nr. 2.1)	a) Bedarfsermittlungen unter Nutzung von Kennziffern aus der Warenwirtschaft durchführen b) Liefermodalitäten bei Bestellungen berücksichtigen c) bei Bestellverfahren mitwirken
Sortimentsgestaltung (§ 3 Abs. 3, Nr. 2.2)	a) Maßnahmen zur Sicherstellung der Vollständigkeit der Waren im Warenbereich unter Berücksichtigung von Aufbau und Struktur des Warenbereichs ergreifen b) sortimentsbestimmende Faktoren, insbesondere Qualität, Trends, Zielgruppen, Standort und Wettbewerbssituationen, erläutern c) Vorschläge zur Gestaltung des Warenbereichs entwickeln d) Herausnahme und Neuaufnahme von Waren begründen
Verträge und Zahlungsbedingungen (§ 3 Abs. 3, Nr. 2.3)	a) Zahlungsmodalitäten unterscheiden b) Einhaltung von Bedingungen aus abgeschlossenen Beschaffungsverträgen überwachen

Situation zu Aufgabe 16

Ihnen ist der Einkauf von Waren übertragen worden. Sie wissen, dass Ihre Sortimente kundenorientiert und profitabel sein sollen.

Aufgabe 16

- Nach welchen Gesichtspunkten stellt ein Geschäft ein kundenorientiertes und profitables Sortiment zusammen? Nennen und erläutern Sie dazu einige Gesichtspunkte.
- Es ergibt sich die Frage, welche Produkte beschafft werden sollen. Wovon hängt dies ab?
- Welche rechtliche Wirkung hat
 - eine Anfrage,
 - eine Bestellung?
- Was besagt der Meldebestand?
 - Von welchen Größen ist er abhängig?
- Weshalb prüfen Sie eingehende Warenlieferungen?

Situation zu Aufgabe 17

Sie sind bei einem großen Filialist beschäftigt, der zur Beschaffung von Waren, zur Steuerung und Kontrolle der Sortimente das computergestützte Warenwirtschaftssystem einsetzt.

Aufgabe 17

- Welche Daten helfen Ihnen, die richtige Menge zum richtigen Zeitpunkt zu bestellen?
- Was verstehen Sie unter „Renner-Penner-Listen“?
- Wie wirken sich Sortimentslücken in Selbstbedienungsregalen aus?
- Wodurch zeichnen sich profitable Sortimente aus?
- Sie bestellen 120 Stück eines bestimmten Artikels. Welche Verpflichtungen ergeben sich rechtlich aus dem Kaufvertrag?
- Die bestellte Sendung geht ein. Beschreiben Sie den Ablauf des Wareneingangs in der richtigen Reihenfolge.
- Leider bleiben Mängel an der eingegangenen Ware nicht aus. Welche Rechte machen Sie geltend?

Situation zu Aufgabe 18

Sie haben die Aufgabe, 80 Stück eines neuen Artikels XY zu bestellen. Dabei sollen Sie von mehreren Lieferanten, von denen Sie z. T. auch schon andere Artikel gelistet haben, Angebote einholen. Auf Ihre Anfragen erhalten Sie die folgenden drei Angebote:

Auf unsere Anfrage vom 15. Januar ... für 80 Stück Artikel XY erhalten wir von den Lieferanten A, B und C bis zum 26. Januar ... folgende Angebote:

	Angebot A	Angebot B	Angebot C
Verbindlichkeit	freibleibend	solange Vorrat reicht	verbindlich bis zum ...
Preis je Stück	16,00 EUR	17,00 EUR	14,30 EUR
Mengenrabatt	8% ab 50 Stück	10% ab 80 Stück	–
Lieferbedingungen Beförderungskosten Verpackungskosten Lieferzeit	ab Werk 25,00 EUR 8,50 EUR 10 Tage	frei Haus – – sofort	unfrei 20,00 EUR 15,00 EUR 4 Wochen
Zahlungsbedingungen	1 Monat Ziel 10 Tg./3% Skonto	netto Kasse	3 Monate Ziel/ 15 Tg./2% Skonto
Vereinbarungen	Eigentumsvorbehalt	5% Bonus ab 50 000,00 EUR Umsatz p. a.	Mindestabnahme 100 Stck.
Erfahrungen mit Lieferanten			

Aufgabe 18

- a) Woher bekommen Sie die Informationen über Ihre Einkaufsquellen?
- b) Erklären Sie die Bedingungen der vorliegenden Angebote zeilenweise, wägen Sie ab und versuchen Sie, eine Entscheidung für einen Lieferanten herbeizuführen.
- c) Was könnten Sie in der Zeile „Erfahrungen mit Lieferanten“ notieren und wie wichtig sind diese für die Einkaufsentscheidung?
- d) Welche Gefahren sehen Sie bei der Festlegung auf nur einen Lieferanten?
- e) Wäre es sinnvoll, als Erfüllungsort und Gerichtsstand für beide Teile auf dem Sitz Ihrer Firma zu bestehen?
- f) Welche rechtliche Bedeutung hat die Anfrage?

Situation zu Aufgabe 19

Sie sind in Ihrem Ausbildungsbetrieb für die Warenannahme verantwortlich. Der Spediteur bringt mehrere Kisten. Sie nehmen die Sendung, die per LKW geliefert wird, in Empfang.

Aufgabe 19

- a) Was tun Sie, wenn sich der Spediteur bei Ihnen meldet?
- b) Was beachten Sie, wenn Sie feststellen, dass die Produkte mit Mängeln behaftet sind?
- c) Die Rügefrist wird nicht eingehalten. Zu welchen Konsequenzen führt dies?
- d) Was tun Sie mit der mangelhaften Ware?
- e) Von welchem Recht machen Sie Gebrauch? Berücksichtigen Sie bei Ihrer Entscheidung auch die Interessen Ihrer Kunden.
- f) Ihr Vorgesetzter meint, das Verkaufslager sollte vergrößert und das Reservelager verkleinert werden. Was halten Sie davon?

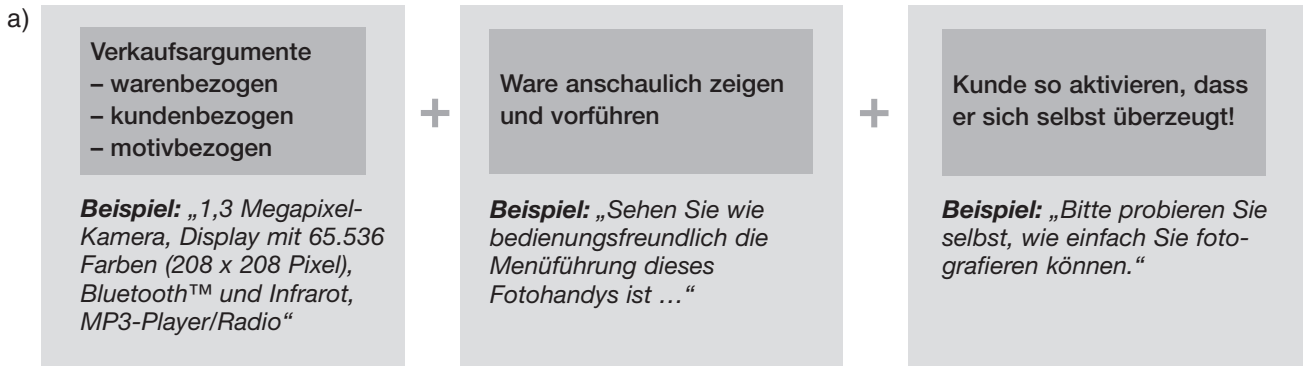
Situation zu Aufgabe 20

Die meisten Betriebe arbeiten mit computergestützten Warenwirtschaftssystemen, die helfen, betriebliche Vorgänge zu steuern und zu kontrollieren.

Aufgabe 20

- a) Erläutern Sie die Aufgaben bzw. Ziele des computergestützten Warenwirtschaftssystems.
- b) „Das computergestützte Warenwirtschaftssystem erfasst artikelgenau und zeitnah alle Warenbewegungen“. Zeigen Sie dies anhand von Beispielen.
- c) (1) Was geschieht bei der Stichtagsinventur?
(2) Auf welche Weise erfolgt die Bestandsaufnahme in Ihrem Geschäft?
- d) Was besagen folgende Lagerkennziffern?
 - (1) durchschnittlicher Lagerbestand
 - (2) durchschnittliche Lagerdauer
 - (3) Umschlagshäufigkeit
- e) Was bewirkt eine Erhöhung der Umschlagshäufigkeit?
- f) Was tun Sie, wenn eine bestellte Sendung zum vereinbarten Termin nicht eingeht?

Aufgabe 5



b) Methoden, um Preisschocks zu verhindern:

- **Optische Verkleinerung:** Wir führen den Preis auf eine kleinere Menge/Einheit zurück. Beispiel: „Ein Waschgang kostet nur ...“
- **Zerlegungsmethode:** Wir zerlegen die Gesamtleistung in Teilleistungen. Beispiel: „Die Grundausstattung dieses Autos beträgt 15.000,00 EUR. Hinzu kommen für Schiebedach, Klimaanlage ...“
- **Vergleichsmethode:** Wir vergleichen den gewünschten Artikel mit einem teureren, der gewünschte erscheint dadurch preiswerter. Beispiel: „Diese Inline-Skates für 45,00 EUR sind fast gleichwertig mit diesen für 69,00 EUR.“
- **Verharmlosungsmethode:** Wir verharmlosen den Aufpreis der teureren Ware. Beispiel: „Dieser MP3-Player hat wesentlich mehr Funktionen, der Aufpreis beträgt nur 10,00 EUR.“

Stellen Sie sich auf die Preiserwartungen des Kunden ein: Möchte er preiswerte, hochwertige oder Luxusartikel kaufen?

c)	Notwendige Zusatzartikel	Nützliche Zusatzartikel
	Beispiel: Akku zum MP3-Player	Beispiel: Bereitschaftstasche zur Kamera
d)	Zusatzangebote richtig unterbreiten	
	vorteilhafte Formulierungen verwenden:	Aussagen, die dem Kunden über zusätzlichen Bedarf nachdenken lassen. Beispiel: „Zum Schutz vor Feuchtigkeit empfehle ich Ihnen ...“
	richtiger Zeitpunkt für die Zuempfehlungen:	nach der Kaufentscheidung durch direkten Hinweis auf den Zusatzartikel oder zusammen mit dem Hauptartikel, damit der Kunde den zusätzlichen Nutzen bzw. die Wirkung erkennt
	Fehler vermeiden:	<ul style="list-style-type: none"> – negative Suggestivfragen, die meist zu „nein“ führen, Beispiel: „Brauchen Sie sonst noch etwas?“ – kein Interesse an Zusatzverkäufen zeigen – dem Kunden Zubehör aufnötigen

Aufgabe 6

a) Kunden, die Geschenke kaufen, wollen anderen eine Freude bereiten. In dieser Situation müssen wir die Wünsche des Geschenkkempfers und die Ansprüche des Geschenkkäufers in Einklang bringen. Dazu sind häufig viel Geduld, Einfühlungsvermögen und verkäuferisches Geschick erforderlich.

b) Der Kunde weiß nicht, was er schenken soll

Durch direkte Bedarfsermittlung erhalten wir Informationen über:

- Anlass für das Geschenk
- Geschlecht, Alter, Beruf des Geschenkkempfers
- Hobbys, Interessen, Neigungen des zu Beschenkenden

Danach können wir geeignete Geschenkvorschlüsse unterbreiten und Empfehlungen aussprechen.

Zögert der Kunde mit seiner Kaufentscheidung, weil er unsicher ist, ob der Empfänger das vorgeschlagene Produkt schon besitzt oder ob es ihm gefällt, können wir ihm die Kaufentscheidung erleichtern durch:

Umtauschrecht	Auswahlsendung	Geschenkgutschein
Der Geschenkkempfer kann sich dann Produkte aussuchen, die seinen Ansprüchen genügen.		

- c) Individuell beantworten
- d) – Geschenk warenbezogen, ansprechend, repräsentativ und liebevoll verpacken
 – Preisetikett entfernen
 – Kassenzettel aushändigen
- e) Alternativangebote sind Produkte, welche die Wünsche der Kunden genauso gut oder besser erfüllen wie oder als das zunächst verlangte, aber nicht vorrätige Produkt.

Beispiele: gewünschtes Produkt	Beispiele: Alternativangebot
<ul style="list-style-type: none"> – Videorekorder – Nadeldrucker – Tennisschläger der Marke X – Tempotaschentücher – Automatikkamera 	<ul style="list-style-type: none"> – DVD-Player – Laserdrucker – Tennisschläger der Marke Y – Papiertaschentücher – Digitalkamera

Alternativangebote bedeuten für

den Kunden	<ul style="list-style-type: none"> – Der nicht erfüllbar scheinende Kaufwunsch kann auch mit einer anderen Ware erfüllt werden. – Kein weiterer Zeitaufwand
den Verkäufer	<ul style="list-style-type: none"> – Kunde muss nicht weggeschickt werden – Anerkennung bei Kunden und Geschäftsinhaber
das Geschäft	<ul style="list-style-type: none"> – Kein Umsatzverlust – Keine Imageeinbußen wegen Sortimentslücken

Passende Alternativangebote überzeugen den Kunden:

- richtige Formulierung verwenden. Beispiel: „Wir führen eine reiche Auswahl an ...“
 - Ungeschickte Formulierungen vermeiden:
 - Aussagen, die das Alternativangebot erschweren. Beispiel: „Diesen Artikel führen wir nicht.“
 - Aussagen, die das Alternativangebot herabsetzen. Beispiel: „Da könnte ich Ihnen allenfalls noch ... anbieten.“
 „Wir haben leider nur ...“
- f) **Zeiten des Hochbetriebs:** vor Feiertagen, Festtagen, an Wochenenden, kurz nach Feierabend, bei Schlussverkäufen, Sonderveranstaltungen, Aktionen

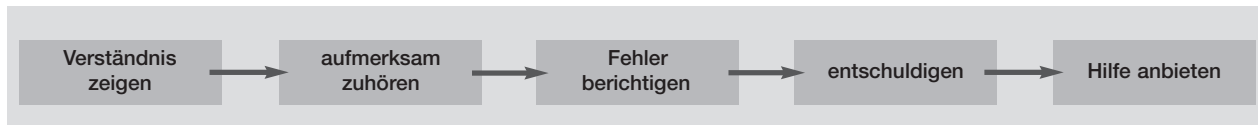
Vorbereitung auf den Hochbetrieb	
Geschäft	Verkaufspersonal
<ul style="list-style-type: none"> – zusätzliches Personal beschäftigen – weitere Kassen öffnen – Möglichkeiten der Vorwahl und Selbstbedienung schaffen 	<ul style="list-style-type: none"> – rechtzeitig Regale auffüllen – genügend Verpackungsmaterial bereitstellen – wenn möglich, Ware vorher verkaufsfertig machen (vorpacken, vorwiegen)
Verhalten während des Hochbetriebs	
Positives Verhalten	Negatives Verhalten
<ul style="list-style-type: none"> – Beachtung der Reihenfolge – ruhiges und umsichtiges Bedienen/Beraten – Kunden nicht unnötig warten lassen – eventuell Wartezeit angenehm verkürzen – Gelegenheit zur Mehrfachbedienung nutzen 	<ul style="list-style-type: none"> – Nichtbeachtung der Reihenfolge – unfreundliches, nervöses Personal – langatmige Beratung

Aufgabe 7

a) Reklamationen

Erwartungen des Kunden: Er möchte	Ziele des Geschäfts (und Herstellers):
<ul style="list-style-type: none"> – nicht um sein Recht kämpfen müssen, – faire Behandlung ohne zusätzlichen Ärger, Unmut und/oder Enttäuschung, – situationsgerechte, individuelle Hilfe, die ihn zufrieden stellt. 	<ul style="list-style-type: none"> – wenn möglich, Fehlerursachen abstellen, – dem Kunden weiteren Ärger, Unannehmlichkeiten und Unmut ersparen, – lieber großzügig einen einmaligen Verlust hinnehmen, als den Kunden für immer zu verlieren

b) Vorgehen bei Reklamationen



c) Wir korrigieren den Fehler und bemühen uns um freundliche, zügige und situationsgerechte Hilfe:

- **Nachbesserung:** Hat der Händler eine eigene Werkstatt, nimmt er die Beseitigung des Mangels vor (Beispiel: Elektrohändler). Manche Hersteller sind im Rahmen der Produkthaftung auch dazu bereit, wenn dies nicht mit unverhältnismäßig hohen Kosten verbunden ist.
- **Ersatzlieferung:** Der Kunde erhält für sein Geld den gleichen Artikel oder einen gleichwertigen in fehlerfreier Ausführung.
- **Minderung/Preisnachlass:** Ist der Fehler unerheblich und will der Kunde das fehlerhafte Produkt behalten, erhält er einen Preisnachlass.
- **Rücktritt vom Vertrag:** Kommt keine der zuvor genannten Möglichkeiten in Betracht, erhält der Kunde sein Geld zurück. Ist der Kunde einverstanden, können wir ihm auch einen Gutschein anbieten. Damit geht der Umsatz nicht verloren.

- d) (1) Neulieferung/Umtausch
 (2) Preisnachlass/Minderung
 (3) Rücktritt vom Vertrag und Schadensersatz

e) Beispiel Lebensmittelgeschäft: Obst fault von innen; Ware ist verdorben

f) Verständnissvolle und einfühlsame Worte verbessern das Gesprächsklima und wirken beruhigend. Beispiel:

- „Es tut mir leid, dass Sie ...“
- „Gut, dass Sie gleich gekommen sind, wir wollen die Angelegenheit so schnell wie möglich in Ordnung bringen!“
- „Ich bedaure, dass Sie Unannehmlichkeiten hatten!“

Aufgabe 8

- a) Nein, kein Umtauschgrund, weil das Produkt beim Kauf fehlerfrei war. Der Fehler entstand erst durch falsche Behandlung des Kunden.
- b) Fragen stellen, wie der Kunden den gekauften Artikel „behandelt“ hat. Beispiel: *„Bitte schildern Sie mir ausführlich, wie Sie den Pullover/Artikel gewaschen/gepflegt haben.“*
- c) Einem „guten“ Kunden die Bitte auf Umtausch abzuschlagen, ist eine problematische Aufgabe. Das Verständnis für eine Ablehnung nimmt bei Kunden zu, wenn stichhaltige Gründe genannt werden. Beispiel:
Kundin: *„Der Bikini passt nicht richtig, ich habe ihn nur einmal getragen.“*
Verkäufer: *„Wir sind sonst großzügig und wollen unseren Kunden behilflich sein, wo immer dies möglich ist. Aber bitte haben Sie dafür Verständnis, dass wir den Bikini aus hygienischen Gründen im Interesse anderer Käufer nicht umtauschen können.“*
- d) Der Kunde hat keinen Anspruch auf Umtausch, trotzdem nehmen wir diesen Umtausch vor. Erhoffte Wirkung für
(1) das Geschäft: Umtausch verursacht zwar (hohe) Kosten, ist aber ein Service mit dem Ziel der Kundenbindung,
(2) den Kunden: Er wird zufrieden gestellt und wird (hoffentlich) wieder kommen.
- e) Grundlegende Verhaltensweisen sind:
– zuhören, um Umtauschgründe zu erfahren
– Verständnis zeigen. Beispiel: *„Wir möchten, dass Sie von der Ware überzeugt sind!“*
– Situation klären, ob Umtausch möglich ist. Beispiel: *„In welcher Hinsicht erfüllt die Ware noch nicht Ihre Ansprüche?“*
– aus Kulanz (= Entgegenkommen) umtauschen oder mit wichtigen Argumenten (z.B. Hygiene) den Umtausch ablehnen.
- f) Umtausch: Der Kunde möchte fehlerfreie Ware zurückgeben
Reklamation: Der Kunde gibt fehlerhafte Ware zurück; Rückgaberechte bei berechtigter Reklamation siehe Aufgabe 7 c)
- g) (1) Individuell beantworten
(2) Mögliche Umtauschgründe:
– Ware hat Fehler, zugesicherte Eigenschaft fehlt
– Ware gefällt nicht (mehr)
– Ware passt nicht (Größe, Umgebung u. Ä.)
– Kunde fühlte sich zum Kauf gedrängt
– Ware ist schon vorhanden
Umtauschpflicht besteht nur, wenn die Ware fehlerhaft ist (vgl. Aufgabe 8 f) „Reklamation“), eine zugesicherte Eigenschaft fehlt und bei Geschenkartikeln mit vereinbartem Umtauschrecht.
- h) Vom Umtausch ausgeschlossene Waren
Wie würde wohl eine Kundin reagieren, die in unserem Sortiment einen zurückgetauschten, bereits gebrauchten Lippenstift findet? Aus hygienischen und anderen Gründen sind deshalb bestimmte Warengruppen vom Umtausch ausgeschlossen:
– hygienische Artikel, Beispiel: Wäsche, Badebekleidung, Zahnbürsten, Miederwaren, kosmetische Artikel
– offene Lebensmittel, Beispiel: Wurst, Käse
– Schnittwaren, Beispiel: Stoffe, Blumen, Draht
– preisreduzierte Waren von Räumungsverkäufen, Sonderangebote
– Waren, deren Gebrauch man nicht erkennt, Beispiel: Batterien, CDs u. Ä.
Ausnahme: Die Waren sind noch original verpackt bzw. „versiegelt“.
-

Aufgabe 9

a) Serviceleistungen

Serviceleistungen in Verbindung mit dem Kauf eines Produkts:	<ul style="list-style-type: none"> – fachgerechte Verpackung/Geschenckverpackung – Wareneustellung – Aufstellen, Anschließcn, Einstellen von Geräten – Wartungs- und Reparaturdienst – Sonderbestellungen – Auswahlendung – Zurücklegen von Waren – Garantie – Umtausch – Rücknahme von Verpackungen
Serviceleistungen bei der Bezahlung:	<ul style="list-style-type: none"> – Kundenkarte – Kreditkarte – Electronic Cash – Kauf auf Rechnung – Ratenkauf – Inzahlungnahme von Gebrauchtgcräten – Mietkauf – Leasing – Couponing
Allgemeine Serviceleistungen:	<ul style="list-style-type: none"> – Parkplätze – Kinderbetreuung – Einkaufswagen – Sitzgelegenheiten – Imbissecken – Vermietung von Transportmitteln, Werkzeugen, Geräten – Kundenzeitschriften

- b) (1) Serviceleistungen helfen verkaufen. Sie bringen dem Kunden zusätzlichen Nutzen und erleichtern ihm häufig die Kaufentscheidung.
 (2) Individuell beantworten
- c) (1) **Allgemeine Serviceleistungen** machen den Einkauf angenehm. Beispiele: Parkplätze, Kinderbetreuung, Sitzgelegenheiten, Fahrstühle, Cafeteria, Imbissecken, Einkaufswagen/-körbe, Kundenzeitschriften, Rücknahme von Verpackungen.
 (2) **Serviceleistungen in Verbindung mit dem Kauf eines Produkts** erhöhen bzw. erhalten den Gebrauchswert der Ware. Beispiele: fachgerechte Verpackung, Wareneustellung, Montage von Geräten vor Ort, Wartungs- und Reparaturdienste an technischen Geräten, Sonderbestellung, Produktgarantien, Umtauschmöglichkeit.
 (3) **Serviceleistungen bei der Bezahlung** eröffnen dem Kunden finanzielle Spielräume. Beispiele: Kundenkarte, Kreditkarten, Kauf auf Rechnung, Ratenkauf, Mietkauf, Inzahlungnahme von Gebrauchtgcräten.
- d) Siehe Aufgabe 9 c)
- e) Individuell beantworten, siehe Aufgabe 9 c)
- f) – Garantie: Geschäfte übernehmen vertraglich die Verpflichtung, innerhalb einer bestimmten Frist auftretende Mängel an der Ware ganz oder teilweise kostenlos zu beseitigen.
 – Kulanz: Geschäfte nehmen eine bestimmte Handlung, z.B. Umtausch, vor, obwohl sie dazu nicht verpflichtet sind; sie kommen dem Kunden entgegen, erweisen ihm eine Gefälligkeit.