

FACHBUCHREIHE
für wirtschaftliche Bildung

Lösungen zu

Schwerpunkt Einzelhandel

Situation – Aktion – Kompetenztraining

Schuljahr 3

2. Auflage

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

Europa-Nr.: 98184



Verfasser

Joachim **Beck** (†)

Steffen **Berner**

2. Auflage 2015

Druck 5 4 3 2 1

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

ISBN 978-3-8085-9632-6

Alle Rechte vorbehalten.

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

© 2015 by Verlag Europa-Lehrmittel, Nourney, Vollmer GmbH & Co. KG, 42781 Haan-Gruiten
<http://www.europa-lehrmittel.de>

Satz: Meis Grafik, 59469 Ense; Satz+Layout Werkstatt Kluth GmbH, 50374 Erftstadt
Coverfoto: © photocreo – Fotolia.com

Inhalt

	Seite
Schwerpunkt Betriebswirtschaft	
Lernfeld 8: Mit Marketingkonzepten Kunden gewinnen und binden	4 – 13
Lernfeld 9: Personaleinsatz planen und Mitarbeiter führen	14 – 24
Lernfeld 10: Ein Einzelhandelsunternehmen leiten und entwickeln	25 – 33
Schwerpunkt Steuerung und Kontrolle	
Lernfeld 14: Einzelhandelsprozesse auswerten und steuern	34 – 51
Schwerpunkt Gesamtwirtschaft (Kompetenzbereich WiSo)	
Wirtschaftspolitische Einflüsse	52 – 60

Hinweis: Die Seitenangabe vor der Kapitelüberschrift verweist auf die Seite im Arbeitsheft.

Wir Autoren wünschen Ihnen eine erfolgreiche Arbeit mit dem Einsatz des Arbeitsheftes in Ihrem Unterricht. Bitte berücksichtigen Sie, dass in vielen Fällen die Lösungen bzw. Lösungsvorschläge exemplarisch zu verstehen sind und dass dadurch Kreativität und Einfallsreichtum Ihrer Schülerinnen und Schüler nicht eingeschränkt werden sollen.

Bei mehreren Aufgaben finden Sie den Hinweis „schülerindividuelle“ oder „schülerabhängige“ Lösung. In solchen Fällen scheint es uns nicht möglich, das zu erwartende Handeln der Schülerinnen und Schüler als „Lösung“ zu beschreiben. Dabei sollten Leistungen, die sich durch eigenständige Ideen und kreative Ansätze auszeichnen, besonders positiv bewertet werden.

Schwerpunkt Einzelhandel setzt die Intention des Lehrplanes für die Fachstufen konsequent um: **Handlungs- und prozessorientierte** Elemente finden sich in nahezu allen Eingangssituationen und den Aufgabenstellungen im Aktionsteil des Schulbuches und in diesem Arbeitsheft, die in erheblichem Umfang **projektorientiert** gestaltet wurden.

Schwerpunkt Einzelhandel ermöglicht einen Unterricht, wie es das Lernfeldkonzept vorsieht. Die Konkretisierung der Lernfelder für den Unterricht durch die Gestaltung von **Lernsituationen** wird durch den ausführlichen und umfangreichen Informationsteil im Schulbuch erleichtert und unterstützt.

Wir freuen uns auf eine positive Aufnahme dieses Arbeitsheftes, aber auch auf Hinweise, die zu seiner Verbesserung führen. Ihre Anregungen und Stellungnahmen sind uns sehr willkommen. Bitte senden Sie diese an lektorat@europa-lehrmittel.de.

Für die Autoren
Steffen Berner

Seite 5 ➔ 8.1 Marketingaktionen Marketinginstrumenten zuordnen

Aufgaben

1. Untersuchen Sie die 24 Maßnahmen des Einrichtungshauses COMFORT (Arbeitsheft S. 17) und ordnen Sie diese dem jeweiligen Marketingbereich zu.
2. Tragen Sie die Lösungsbuchstaben der Reihe nach in die entsprechenden Felder untereinander ein.
3. Lesen Sie die eingetragenen Buchstaben jeweils von oben nach unten. Wenn Sie alle Maßnahmen richtig zugeordnet haben, ergibt sich das Lösungswort. Es handelt sich um ein Wort ohne Buchstabenwiederholung (Panagramm) und es ist ein Kunstwort ohne reale Bedeutung.



© thingamajigs – Fotolia.com

1. – 3.

PLATZ	PRODUKT	PREIS	PROMOTION	PERSONAL
STANDORT	SORTIMENT	PREIS	WERBUNG	
<i>h</i>	<i>z</i>	<i>k</i>	<i>a</i>	<i>u</i>
<i>e</i>	<i>ö</i>	<i>s</i>	<i>b</i>	<i>n</i>
	<i>l</i>	<i>t</i>	<i>d</i>	<i>g</i>
			VERKAUFS- FÖRDERUNG	
			<i>ä</i>	
BETRIEBSFORM	SERVICE	KONDITIONEN	<i>m</i>	
<i>i</i>	<i>r</i>	<i>o</i>	PUBLIC RELATIONS	
	<i>ü</i>	<i>ß</i>	<i>p</i>	
	<i>c</i>		<i>f</i>	

Das Lösungswort lautet:

Seite 7 ➔ 8.2 Marketing-Mix-Puzzle

Aufgaben

A – C. vgl. Mind Map (am Beispiel ALDI) auf der nächsten Seite!

- D. Zielgruppe: Konsumenten mit niedrigem und mittlerem Einkommen, die Lebensmittel zu Niedrigpreisen kaufen wollen oder bei den aktuellen Zusatzsortimenten ein „Schnäppchen“ suchen.

Marketingziel: Im Bewusstsein der breiten Öffentlichkeit soll ALDI als der preiswerteste Anbieter von Lebensmitteln und aktuellen Zusatzsortimenten verankert werden.