

# **PRÜFUNGSVORBEREITUNG AKTUELL**

**FÜR**

## **KAUFFRAU/KAUFMANN IM EINZELHANDEL**

### **ABSCHLUSSPRÜFUNG**

### **GESTRECKTES PRÜFUNGSVERFAHREN**

### **GESAMTPAKET**

**15. AUFLAGE**

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

**EUROPA-Nr.: 74704**

**Verfasser:**  
Dipl.-Hdl. Gerhard Colbus, Studiendirektor, Weihmichl

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

# Vorbemerkungen

Das vorliegende Buch wurde zur 15. Auflage überarbeitet und 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](mailto: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 – Waren sortiment	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 RECHNUNGSGEWESEN**

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 SOZIALE KUNDE**

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 Soziakunde**

# **GESTRECKTES PRÜFUNGSVERFAHREN**

## TEIL I

# PRÜFUNGSFÄCHER

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

# **PRÜFUNGSVORBEREITUNG AKTUELL**

**FÜR**

## **Kauffrau/Kaufmann im Einzelhandel**

**PRÜFUNGSFACH**

## **VERKAUF UND MARKETING**

# VERKAUF UND MARKETING

## SITUATIONSAUFGABEN

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

**Sie arbeiten im Warenhaus Peter Kolb OHG.**

## **Unternehmensbeschreibung**

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

## 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.**

<b>Team</b>	
<b>Teamarbeit</b>	
<b>Vorteile</b>	
<b>Nachteile</b>	

## 2. Aufgabe

Um erfolgreich in einem Team mitarbeiten zu können, sollten bei den Teamarbeitern gewisse Voraussetzungen gegeben sein. Man spricht auch von den so genannten 4 „Ks“ wie Kooperationsfähigkeit, Kommunikationsbereitschaft, Kritikbereitschaft und Konsensfähigkeit. Was ist im Zusammenhang mit der Teamarbeit unter diesen Begriffen zu verstehen?

<b>Kooperationsfähigkeit</b>	
<b>Kommunikationsfähigkeit</b>	
<b>Kritikbereitschaft</b>	
<b>Konsensfähigkeit</b>	

### 3. Aufgabe

**Ihr Team wird nun beauftragt, die Aktion zu planen. Welche Fragen stellen sich Ihrem Team in diesem Zusammenhang?**

**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 Sonnencremes für Kinder Babyschuhe Kinderwagen	

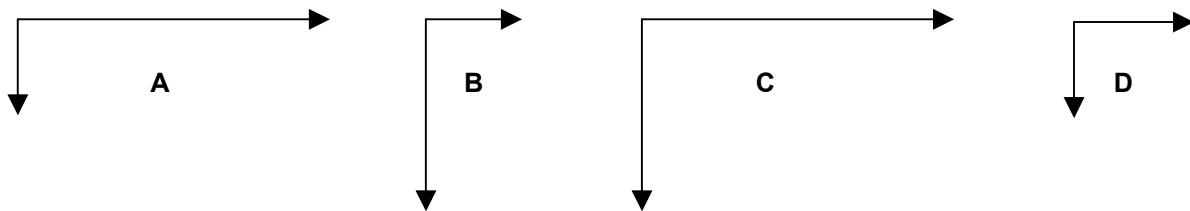
#### 3. Aufgabe

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							
Anbualnd	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'OC 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'Àntimo 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.
