

Abschlussprüfung Sommer 2026

Lösungshinweise

Verkäufer/Verkäuferin

1

Verkauf und Werbemaßnahmen
100 Punkte

Allgemeine Korrekturhinweise

1. Lesen Sie bitte zunächst die Aufgaben und Lösungshinweise ganz durch, bevor Sie mit der Korrektur beginnen. Nehmen Sie die Korrektur anhand der Angaben in den Lösungshinweisen vor.
2. Die Aufgaben und Lösungshinweise wurden von dem zuständigen Ausschuss mit der größtmöglichen Sorgfalt erstellt. Dennoch kann nicht ausgeschlossen werden, dass die Arbeiten der Teilnehmer richtige Antworten/Lösungen enthalten, die hier nicht vorgesehen sind. Bitte vergeben Sie in diesem Fall Ihre Punktzahl in Anlehnung an die Lösungshinweise.
3. Wenn Sie die Lösung eines Prüfungsteilnehmers im Vergleich zu den Lösungshinweisen nur als teilweise richtig werten, reduzieren Sie bitte die in den Lösungshinweisen genannte Punktzahl entsprechend. Wenn ein Prüfungsteilnehmer mehr Angaben macht, als in der Aufgabe gefordert sind, sind nur die erstgenannten Angaben in der geforderten Anzahl zu bewerten. Bei Rechenaufgaben sind Ergebnisse, die aufgrund vorheriger Rechenfehler von den Lösungshinweisen abweichen, als richtig zu werten.
4. Bei fachlich richtigen Antworten können – entsprechend den Angaben in den Lösungshinweisen – für eine schlüssige Formulierung oder formgerechte Darstellung Punkte vergeben werden. Ansonsten fließen die deutsche Sprache und die Darstellung nicht in die Bewertung mit ein.
5. Tragen Sie das Ergebnis der Korrektur auf dem Bearbeitungsbogen (jeweiliges Feld für die Punkte der ungebundenen Aufgaben) für den jeweiligen Prüfling ein! Die Punktwerte sind ganzzahlig anzugeben (z. B. 6 oder 3). Wenn ein Prüfling die Aufgabe nicht bearbeitet hat oder wegen falscher Antwort null Punkte erhält, ist 0 einzutragen.
6. Für die Bewertung gilt folgender Punkte-Noten-Schlüssel:

Note 1:	100 - 92 Punkte	Note 2:	unter 92 - 81 Punkte	Note 3:	unter 81 - 67 Punkte
Note 4:	unter 67 - 50 Punkte	Note 5:	unter 50 - 30 Punkte	Note 6:	unter 30 - 0 Punkte

Die Vervielfältigung, Verbreitung und öffentliche Wiedergabe dieser Lösungshinweise ist nicht gestattet. Zuwiderhandlungen werden zivil- und strafrechtlich (§§ 97 ff., 106 ff. UrhG) verfolgt.

© IHK Nürnberg für Mittelfranken – AKA – Nürnberg 2026 – Alle Rechte vorbehalten!

Lösungshinweise	Punkte
<p><i>Hinweis: Die Punktevergabe erfolgt in ganzen Punkten!</i></p> <p>1. Aufgabe (22 Punkte)</p> <p>1.1</p> <p>2 Regeln, je 2 Punkte, z. B.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Termine und Zeitplanungen beachten - Andere Meinungen akzeptieren - Feedback geben und annehmen - Neue Informationen zeitnah weitergeben - Zuhören und ausreden lassen 	4
<p>1.2</p> <p>4 Voraussetzungen, je 1 Punkt, z. B.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Zeitbedarf planen (Wie oft trifft sich das Team) - Teilnehmeranzahl festlegen - Teamleitung festlegen - Optimale Arbeitsunterlagen bereitstellen - Aufgabenverteilung vorbereiten 	4
<p>1.3</p> <p>2 Vorteile, je 1 Punkt, z. B.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Viele verschiedene Ideen - Motivation der Mitarbeiter - Stärkung des Zusammenhalts der Mitarbeiter - Unterschiedliche Stärken von Mitarbeitern nutzen 	2
<p>1.4 (4 Punkte)</p> <p>1.4.1</p> <p>2 Werbemittel/Werbeträger, je 1 Punkt, z. B.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Social Media - Influencer - Werbeplakate/Werberollups in und vor dem Warenhaus - Werbeanzeigen in regionalen Zeitungen/Zeitschriften - Radiowerbung im regionalen Sender <p>1.4.2</p> <p>2 Maßnahmen, je 1 Punkt, z. B.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hausdurchsage im Warenhaus - Mehrfachplatzierung / Verbundplatzierung - Produktvorführung - Produkttest - Verkostung von Sportlernahrung 	2

Lösungshinweise	Punkte
<p>1.5 (8 Punkte)</p> <p>1.5.1</p> <p>4 Informationen, je 1 Punkt, z. B.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bedienung und Aufbau - Beschaffenheit - Material - Verwendungsmöglichkeiten - Verarbeitung - Hersteller - Aufbewahrung - Ausführung - Preis - Warenspezifische Besonderheiten <p>1.5.2</p> <p>2 innerbetriebliche Informationsquellen, je 1 Punkt, z.B.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ausbilder und Kollegen - Intranet - Innerbetriebliche Schulungen <p>2 außerbetriebliche Informationsquellen, je 1 Punkt, z. B.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fachliteratur und Warentests - Messen und Ausstellungen - Hersteller-Schulungen - Mitbewerber - Hersteller-Websites - Kunden 	<p>4</p> <p>2</p> <p>2</p>

Lösungshinweise	Punkte
<p>2. Aufgabe (23 Punkte)</p> <p>2.1</p> <p>4 Beschreibungen, je 1 Punkt, z. B.</p> <p>Werbebotschaft: Welcher Inhalt soll vermittelt werden?</p> <p>Streukreis/Zielgruppe: Wer soll mit der Aktion umworben werden?</p> <p>Streuzeit: Wann und wie lange soll geworben werden?</p> <p>Werbeetat: Wie viel Geld steht für die Aktion zur Verfügung?</p>	4
<p>2.2</p> <p>Erläuterung, z. B.</p> <p>Den Werbekosten muss ein ausreichender Werbeerfolg gegenüberstehen.</p>	2
<p>2.3 (5 Punkte)</p> <p>2.3.1</p> <p>2 Kriterien, je 1 Punkt, z. B.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Selbstkostenpreis - Preise der Mitbewerber - Gewinnzuschlag - Psychologische Preisgestaltung - Handlungskosten <p>2.3.2</p> <p>3 Ziele, je 1 Punkt, z. B.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Umsatzsteigerung - Neukundengewinnung - Absatzsteigerung - Bekanntheitsgrad erhöhen 	2
<p>2.4</p> <p>3 Möglichkeiten, je 1 Punkt, z. B.</p> <p>Veränderung von:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Absatzzahlen - Gewinn - Umsatzzahlen - Kundenfrequenz im Werbezeitraum - Kundenzufriedenheit - Durchschnittsbö - Werberendite 	3
<p>2.5</p> <p>Erläuterung, z. B.</p> <p>Platzierung von Artikeln, die sich gegenseitig ergänzen</p> <p>1 Beispiel, z. B.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Neue Modetrends mit Oberbekleidung, Schuhen, Taschen, Accessoires - Lebensmittel, z. B. Grillfleisch, diverse Saucen, passende Getränke - Porzellan-Service, Besteck, Servietten, Seidenblumen, Kerzen 	2

Lösungshinweise		Punkte
2.6		6
2 Beispiele für Warengruppen, je 1 Punkt, z. B.	Begründung, je 2 Punkte, z. B.	
Smartphone	Beratungsintensiver Artikel oder erhöhte Diebstahlgefahr	
Schmuck	Erhöhte Diebstahlgefahr	
Offene Lebensmittel, Fleisch, Wurst, Käse	Hygienebestimmungen	
Pflanzenschutzmittel	Gesetzliche Bestimmungen	
3. Aufgabe (30 Punkte)		
3.1		6
2 Fehler, je 1 Punkt, z. B.	Verbesserungsvorschlag in wörtlicher Rede, je 2 Punkte, z. B.	
- geschlossene Frage („Guten Tag. Kann ich Ihnen weiterhelfen?“)	- „Guten Tag, wie kann ich Ihnen helfen?“ (offene Frage)	
- Bedarfsermittlung fehlt - Keine Frage nach dem Preis („Wie viel möchten Sie denn ausgeben?“)	- „Wofür möchten Sie den Akkubohrer verwenden?“ (Bedarf ermitteln)	
- Umgangssprache gewählt - Verwendung von „billig“ („Null Problem! Ich zeige Ihnen mal die billigen Modelle.“)	- „Selbstverständlich, ich kann Ihnen gerne ein preisgünstiges Modell zeigen!“	
3.2		3
3 Grundsätze, je 1 Punkt, z. B. - 3-5 Artikel vorlegen - Mit mittlerer Preislage beginnen - Sorgfältig mit Ware umgehen - Nur einwandfreie Ware vorlegen - Alle Sinne des Kunden ansprechen		

Lösungshinweise		Punkte
3.3		6
2 Methoden, je 1 Punkt, z. B.	Beschreibung, je 2 Punkte, z. B.	
Sandwich-Methode	Verkaufsargument - Preisnennung - Verkaufsargument	
Verzögerungsmethode	Zahlreiche Verkaufsargumente - Preisnennung am Ende	
Zerlegungsmethode/ Puzzlemethode	Preisnennung der einzelnen Komponenten	
Divisionsmethode/ Verkleinerungsmethode	Preisnennung wird auf Nutzungsdauer oder Menge verteilt (z. B. Preis pro Stück)	
Vergleichsmethode	Preisnennung anhand vergleichbaren Produktes (z. B. mit hochpreisigem Produkt)	
3.4		2
Möglichkeit, z. B.		
- Kunde schaut sich suchend nach Verkaufspersonal um		
- Kunde macht ein ratloses Gesicht		
- Kunde wendet sich immer wieder dem einen, dann dem anderen Artikel zu		
3.5		8
Fragetechniken	Erläuterung, je 2 Punkte, z. B.	Kundenansprache in wörtlicher Rede, je 2 Punkte, z. B.
Alternativfrage	Kunde erhält eine Auswahlmöglichkeit	Gefällt Ihnen Modell A oder B besser?
Suggestivfrage	Dem Kunden wird ein Vorschlag unterbreitet, dem er nur noch zustimmen muss.	Sind Sie nicht auch der Meinung, dass dieses Modell Ihren Anforderungen am besten entspricht?
3.6 (5 Punkte)		
3.6.1		
Korrekte prüflingsindividuelle Antwort in wörtlicher Rede, nicht zwingend eine bestimmte Methode		2
3.6.2		
3 Aspekte, je 1 Punkt, z. B.		3
- Gegen das Sortiment		
- Gegen den Artikel		
- Gegen das Unternehmen		
- Gegen die Marke		
- Gegen den Verkäufer		

Lösungshinweise	Punkte
4.6 3 Beispiele, je 1 Punkt, z. B. - Kaufverhalten erkennen - Zielgruppenanalyse - Sortimentsanpassung durchführen - Einzugsgebiet der Kunden bestimmen - Direct Mailing durchführen	3
4.7 Erläuterung, z. B. Diese Daten sind vertraulich zu behandeln und dürfen nicht an Dritte weitergegeben werden.	2
4.8 $287,20 \text{ €} - 15 \% = 244,12 \text{ €}$	3