



Abschlussprüfung Winter 2022/23

Lösungshinweise

Kaufmann/Kauffrau im Einzelhandel Teil 1 der Abschlussprüfung

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 fließt die deutsche Sprache und 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 2022 – Alle Rechte vorbehalten!

Lösungshinweise	o.a.s.L. = oder andere sinnvolle Lösungen	Punkte
1. Aufgabe (34 Punkte)		
1.1		
<p>2 Verhaltensweisen, je 1 Punkt, z. B.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Blickkontakt herstellen - In Richtung Kundin gehen - Der Kundin zunicken - Die Kundin anlächeln - o.a.s.L. 		2
1.2		
<ul style="list-style-type: none"> - Eine richtige Begrüßung beeinflusst das Verkaufsgespräch positiv. - Eine freundliche Begrüßung schafft eine angenehme Atmosphäre. - o.a.s.L. 		2
1.3		
Warenbezogene Ansprache über die Ware		3
1.4		
<p>Formulierung von 2 Fragen, je 2 Punkte, z. B.</p> <p>Alternativfrage: „Wollen Sie die Hose zu geschäftlichen Anlässen oder in der Freizeit tragen?“ „Mögen Sie den Wein eher trocken oder lieblich?“ „Bevorzugen Sie die Farbe rot oder blau?“</p> <p>Offene Frage: „Zu welchem Anlass benötigen Sie diesen Artikel?“ „Was erwarten Sie von diesem Produkt?“ „Wie möchten Sie den Artikel eingepackt haben?“</p> <ul style="list-style-type: none"> - o.a.s.L 		4
1.5		
<p>3 Angaben, je 1 Punkt</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bedienung und Aufbau - Beschaffenheit - Material - Verwendungsmöglichkeiten - Verarbeitung - Hersteller - Aufbewahrung - Ausführung - Preis - Besonderheiten - Pflege - o.a.s.L 		3

Lösungshinweise**Punkte****1.6**

- 3–5 Artikel
- Die Kundin hat Auswahl, wird aber nicht überfordert.
- o.a.s.L.

(1 P.)
(2 P.)

3

1.7

- Mit der mittleren Preislage (1 P.), um ggf. nach oben oder nach unten auszuweichen (2 P.)
- Bei einer möglicherweise geäußerten Preisvorstellung durch den Kunden aus der gewünschten Preiskategorie
- o.a.s.L.

3

1.8

2 Möglichkeiten, je 2 Punkte, z. B.

- Prüfen, ob es sich um den gleichen Artikel handelt
- Ggf. Einwandmethode, z. B. „Ja-Aber-Methode“ einsetzen
- Ggf. nach Rücksprache mit dem Vorgesetzten den Preis angleichen
- Besonderen Service und Beratung durch die Maxikauf GmbH erläutern
- o.a.s.L.

4

1.9

- Notwendige Zusatz-/Ergänzungsartikel werden nach der Entscheidung für den Kauf des Hauptartikels angeboten
- Auch während der Verkaufsargumentation in Abhängigkeit des/der Artikel
- o.a.s.L.

2

1.10

2 Zeilen, je Zeile 1 Punkt, z. B.

Hauptartikel	Zusatz-/Ergänzungsartikel
Digitalkamera	Speicherkarte, Kameratasche
Staubsauger	Filterbeutel, unterschiedliche Aufsteckdüsen

- o.a.s.L.

2

Lösungshinweise	Punkte
<p>1.11</p> <p>Insgesamt 4 Vorteile, je 1 Punkt, z. B.</p> <p>Vorteile aus der Sicht der Maxikauf GmbH:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Umsatzsteigerung - Kundenbindung - Ertrag erhöhen - Kompetenz beweisen - Abgrenzung von Mitbewerbern <p>Vorteile aus Sicht des Kunden:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Artikel sofort nutzbar - Schutz des Hauptartikels - Sicherheit - Prestige - Zeitersparnis - o.a.s.L. 	4
<p>1.12</p> <ul style="list-style-type: none"> - Online- oder eine telefonische Bestellung - Abholung durch den Kunden im Geschäft - o.a.s.L. 	2
<p>2. Aufgabe (23 Punkte)</p>	
<p>2.1</p> <p>4 vorbereitende Tätigkeiten, je 1 Punkt, z. B.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wechselgeld bereitlegen/holen - Kasse anmelden - Formulare bereitlegen - Verpackungsmaterial bereitlegen - Kassenrolle überprüfen, ggf. Ersatz bereitlegen - Technik überprüfen - Schreibmaterial bereitlegen - o.a.s.L. 	4
<p>2.2</p> <p>2 Maßnahmen, je 2 Punkte, z. B.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Schlechte Körperhaltung vermeiden - Ggf. Kassentischhöhe einstellen - Vorhandene Stehhilfen nutzen - Stühle im Kassenbereich auf eigene Körpergröße einstellen - o.a.s.L. 	4

Lösungshinweise	Punkte
2.3 Ja, Preisangabenverordnung erlaubt Regalauszeichnung	2
2.4 2 Angaben, je 1 Punkt, z. B. - Schnelleres Kassieren - Fehlerfreieres Kassieren - Bessere Bestandserfassung - Zentrale Preiserfassung/-änderung - o.a.s.L.	2
2.5 4 Möglichkeiten, je 1 Punkt, z. B. - In Ruhe zuhören und den Kunden aussprechen lassen - Beim Kunden entschuldigen - Verständnis zeigen - Den Kunden nicht belehren oder kritisieren - Sachlage prüfen und klären - Dem Kunden Hilfe anbieten und Zuversicht zur gemeinsamen Problemlösung zeigen - o.a.s.L.	4
2.6 3 Kriterien, je 1 Punkt, z. B. - Wurde die Ware in der Maxikauf GmbH gekauft? - Kaufdatum feststellen - Liegt ein berechtigter Mangel vor? - o.a.s.L.	3
2.7 2 vorrangige Rechte, je 1 Punkt - Ersatzlieferung/Neulieferung - Nachbesserung	2
2.8 Berechnung der Kaufpreisminderung: 49,50 €	2

Lösungshinweise	Punkte
3. Aufgabe (12 Punkte)	
3.1	
<p>4 organisatorische Voraussetzungen/Maßnahmen für Teamarbeit, je 1 Punkt, z. B.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Teilnehmeranzahl festlegen - Teamleitung festlegen - Zeitbedarf planen - Aufgabenverteilung vornehmen - Optimale Arbeitsunterlagen bereitstellen - Raum organisieren - Technik organisieren - o.a.s.L. 	4
3.2	
<p>3 Verhaltensweisen, je 1 Punkt, z. B.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ideen anderer Teammitglieder akzeptieren - Bereitschaft zuzuhören - Weitergabe und Austausch von Informationen - Engagiert mitarbeiten - Kompromissfähigkeit zeigen - Terminvereinbarungen und Termine einhalten - o.a.s.L. 	3
3.3	
<p>2 Nachteile, je 1 Punkt, z. B.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Konflikt/Streit - Schlechtes Betriebsklima - Persönliche Interessen werden vorangestellt - Hoher Abstimmungsaufwand - o.a.s.L. 	2
3.4	
<p>3 Feedbackregeln, je 1 Punkt, z. B.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kritik sachlich äußern - Ein Feedback soll zeitnah erfolgen - Aufmerksam zuhören - Ich-Botschaft formulieren - Positives verstärken - Non-verbale Kommunikation nutzen - o.a.s.L. 	3

Lösungshinweise	Punkte
<p>4. Aufgabe (31 Punkte)</p> <p>4.1</p> <p>Warenträgerbezeichnung je 1 Punkt, Begründung je 2 Punkte Beispiele: Regale, Gondeln, Displays, Vitrinen, Körbe usw. Nachvollziehbare und sinnvolle Angaben!</p>	6
<p>4.2</p> <p>2 Elemente, je 2 Punkte, z. B.</p> <p>Beleuchtung: Hat einen wesentlichen Einfluss auf die Verkaufsförderung und wird deshalb als Gestaltungselement gezielt eingesetzt</p> <p>Farben: Wirken emotional und beeinflussen die Stimmung der Kunden</p> <p>Dekoration: Durch die Verwendung von Dekorationsmaterial werden der Verkaufsraum, Schaufenster und das Sortiment optisch attraktiv gestaltet.</p> <p>Warenträger: Sind Teil der Ladeneinrichtung und dienen dazu, die Ware im Verkaufsraum zu lagern und sollen gleichzeitig dem Kunden das Sortiment ansprechend und gut erreichbar präsentieren</p> <p>- o.a.s.L.</p>	4
<p>4.3</p> <p>2 Erläuterungen, je 2 Punkte, z. B.</p> <p>Breites Sortiment: Viele verschiedene Warengruppen, z. B. DOB: Kleider, Röcke, Blusen</p> <p>Tiefes Sortiment: Große Auswahl innerhalb der Warengruppen, z. B. Blusen: Größen, Farben, Formen</p>	4
<p>4.4</p> <p>3 Vorteile, je 1 Punkt, z. B.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Abgrenzung von Mitbewerbern - Höhere Gewinnspanne - Image verbessern - Kundenbindung erhöhen - Neukundengewinnung - o.a.s.L. 	3
<p>4.5</p> <p>2 mögliche Maßnahmen, je 1 Punkt, z. B.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sonderangebote platzieren - Aktionsflächen schaffen - Dekoration einsetzen - Suchartikel platzieren - Displays einsetzen - o.a.s.L. 	2

Lösungshinweise

Punkte

4.6

2 Werbemittel/Werbeträger je 1 Punkt, Begründung je 2 Punkte

6

- Flyer, da gezielt und günstig
- E-Mails/Werbebriefe an Stammkunden, ist schnell umsetzbar, günstig und erhöht die Kundenbindung
- Anzeige in regionaler Tageszeitung, Streukreis ist klar festgelegt
- Plakate an Schaufenstern, Kunden werden vor Ort angesprochen
- Regionaler Radiosender, Streukreis ist klar festgelegt
- Social media, Zielgruppengerechte und kostengünstige Ansprache
- o.a.s.L.

4.7

3 Bezeichnungen, je 1 Punkt; 3 Begründungen, je 1 Punkt, z. B.

6

- 2) Sichtzone – verkaufsstark, da
 - Gute Wahrnehmung durch die Kunden
 - o.a.s.L.
- 3) Greifzone – verkaufsstark, da
 - Leichter Zugriff auf die Ware durch die Kunden
 - o.a.s.L.
- 4) Bückzone – verkaufsschwach, da
 - Schwerer zugänglich als die anderen Zonen
 - o.a.s.L.