

Abschlussprüfung Sommer 2022

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												
<i>Hinweis: Die Punktevergabe erfolgt in ganzen Punkten!</i>														
1. Aufgabe (25 Punkte)														
1.1														
2 Gründe, je 2 Punkte, z. B.		4												
<ul style="list-style-type: none"> - Wenn jeder sich einbringt, können viele Ideen zusammengetragen werden. - Die Arbeit geht schneller, weil sie auf mehrere Personen verteilt werden kann. - Jeder kann sich mit seinen Stärken einbringen, das Lob der anderen kann motivieren. - Da die einzelnen Teammitglieder zusammenarbeiten, kann Teamarbeit den Zusammenhalt fördern. - o.a.s.L. 														
1.2														
2 Gründe, je 2 Punkte, z. B.		4												
<ul style="list-style-type: none"> - Es werden neue Kaufanreize für die Kunden geschaffen. - Die Kunden erwarten eine angenehmere Einkaufsatmosphäre. - Die Maxikauf GmbH hebt sich von Mitbewerbern ab. - Durch die moderne Gestaltung wird das Einkaufen für die Kunden zum Erlebnis. - o.a.s.L. 														
1.3														
4 Kriterien, je 1 Punkt, z. B.		4												
<ul style="list-style-type: none"> - Genügend breite Gänge - Übersichtlichkeit - Klare Struktur für die Warenanordnung - Positive Lenkung des Kundenlaufes - Gute Erreichbarkeit der Ware (nicht zu hohe Regale) - o.a.s.L. 														
1.4														
3 Gestaltungselemente, 3 Erläuterungen, je 1 Punkt, z. B.		6												
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th data-bbox="90 1043 393 1072">3 Gestaltungselemente</th> <th data-bbox="398 1043 893 1072">Jeweils ein Beispiel zur Umsetzung</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="90 1080 393 1109">Farbgebung</td> <td data-bbox="398 1080 893 1109">freundliche Farben</td> </tr> <tr> <td data-bbox="90 1115 393 1144">Musik</td> <td data-bbox="398 1115 893 1144">zielgruppengerecht, nicht zu laut</td> </tr> <tr> <td data-bbox="90 1150 393 1179">Raumtemperatur</td> <td data-bbox="398 1150 893 1179">nicht zu kalt, nicht zu warm</td> </tr> <tr> <td data-bbox="90 1185 393 1246">Warenträger</td> <td data-bbox="398 1185 893 1246">warenspezifisch, sauber und übersichtlich; nicht zu hoch</td> </tr> <tr> <td data-bbox="90 1252 393 1313">Boden</td> <td data-bbox="398 1252 893 1313">hell, freundlich, passend zu Wänden und Warenträgern</td> </tr> </tbody> </table>		3 Gestaltungselemente	Jeweils ein Beispiel zur Umsetzung	Farbgebung	freundliche Farben	Musik	zielgruppengerecht, nicht zu laut	Raumtemperatur	nicht zu kalt, nicht zu warm	Warenträger	warenspezifisch, sauber und übersichtlich; nicht zu hoch	Boden	hell, freundlich, passend zu Wänden und Warenträgern	
3 Gestaltungselemente	Jeweils ein Beispiel zur Umsetzung													
Farbgebung	freundliche Farben													
Musik	zielgruppengerecht, nicht zu laut													
Raumtemperatur	nicht zu kalt, nicht zu warm													
Warenträger	warenspezifisch, sauber und übersichtlich; nicht zu hoch													
Boden	hell, freundlich, passend zu Wänden und Warenträgern													

Lösungshinweise	Punkte								
<p>3.6 (5 Punkte)</p> <p>3.6.1 „Dieses 6-teilige Sandspiel-Set aus bruchfestem Kunststoff kostet 6,95 € und besteht aus Eimer, Gießkanne, Schaufel und 3 Sandförmchen. Damit hat Ihr Enkelkind viele Spielmöglichkeiten.“ - o.a.s.L.</p> <p>3.6.2 - Wenn der Preis isoliert genannt wird, könnte dies bei der Kundin einen Preisschock hervorrufen. - Mit der Sandwichmethode wird der Preis mit Produktvorteilen und Kundennutzen verbunden. - o.a.s.L.</p>	<p>3</p> <p>2</p>								
<p>3.7 „Vielen Dank für Ihren Einkauf und viel Freude beim Schenken.“ - o.a.s.L. <i>Hinweis: Bezug zum Geschenkkauf sollte hergestellt werden; nur 1 P. für Lösung „Auf Wiedersehen“</i></p>	<p>2</p>								
<p>4. Aufgabe (10 Punkte)</p> <p>4.1 3 Begründungen, je 2 Punkte, z. B.</p> <table border="1" data-bbox="87 871 900 1155"> <thead> <tr> <th data-bbox="87 871 385 903">Aussagen der Kollegin</th> <th data-bbox="385 871 900 903">Begründung</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="87 903 385 983">„Nun beruhigen Sie sich doch erst mal!“</td> <td data-bbox="385 903 900 983"><i>Grundsätzlich ist es wichtig, auf den Kunden beruhigend einzuwirken. Die Wortwahl ist dazu aber nicht geeignet, sondern könnte eskalierend wirken.</i></td> </tr> <tr> <td data-bbox="87 983 385 1062">„Oh, da sind Sie aber der erste Kunde, der das beanstandet.“</td> <td data-bbox="385 983 900 1062"><i>Die Aussage klingt für den Kunden wie ein Vorwurf und als ob sein Anliegen nicht ernst genommen würde.</i></td> </tr> <tr> <td data-bbox="87 1062 385 1155">„Wir werden gemeinsam eine Lösung finden.“</td> <td data-bbox="385 1062 900 1155"><i>Dem Kunden wird das Gefühl vermittelt, dass sich die Verkäuferin um sein Problem kümmert. Der Kunde wird mit einbezogen.</i></td> </tr> </tbody> </table> <p>- o.a.s.L.</p>	Aussagen der Kollegin	Begründung	„Nun beruhigen Sie sich doch erst mal!“	<i>Grundsätzlich ist es wichtig, auf den Kunden beruhigend einzuwirken. Die Wortwahl ist dazu aber nicht geeignet, sondern könnte eskalierend wirken.</i>	„Oh, da sind Sie aber der erste Kunde, der das beanstandet.“	<i>Die Aussage klingt für den Kunden wie ein Vorwurf und als ob sein Anliegen nicht ernst genommen würde.</i>	„Wir werden gemeinsam eine Lösung finden.“	<i>Dem Kunden wird das Gefühl vermittelt, dass sich die Verkäuferin um sein Problem kümmert. Der Kunde wird mit einbezogen.</i>	<p>6</p>
Aussagen der Kollegin	Begründung								
„Nun beruhigen Sie sich doch erst mal!“	<i>Grundsätzlich ist es wichtig, auf den Kunden beruhigend einzuwirken. Die Wortwahl ist dazu aber nicht geeignet, sondern könnte eskalierend wirken.</i>								
„Oh, da sind Sie aber der erste Kunde, der das beanstandet.“	<i>Die Aussage klingt für den Kunden wie ein Vorwurf und als ob sein Anliegen nicht ernst genommen würde.</i>								
„Wir werden gemeinsam eine Lösung finden.“	<i>Dem Kunden wird das Gefühl vermittelt, dass sich die Verkäuferin um sein Problem kümmert. Der Kunde wird mit einbezogen.</i>								
<p>4.2 Reklamation, da die Ware mangelhaft ist</p>	<p>2</p>								
<p>4.3 Im Rahmen der Nacherfüllung: Nachbesserung oder Ersatzlieferung/Neulieferung</p>	<p>2</p>								

Lösungshinweise	Punkte
<p>5. Aufgabe (17 Punkte)</p> <p>5.1</p> <p>4 weitere Kassieranweisungen, je 1 Punkt, z. B.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Blickkontakt zum Kunden - Frage nach Kundenkarte - Artikelgenaues Erfassen der Ware - Einkaufswagenkontrolle - Nennung des erhaltenen Betrages bei Barzahlung - Wechselgeld bei Barzahlung vorzählen - Ware pfleglich behandeln - Kein privates Geld im Kassenbereich - Echtheitskontrolle bei Barzahlung - o.a.s.L. 	4
<p>5.2</p> <p>2 Gesetzesinhalte, je 1 Punkt, z. B.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kein Verkauf von Tabakwaren an Kinder und Jugendliche - Kein Verkauf von alkoholischen Getränken an unter 16-Jährige bzw. 18-Jährige - Ab 16 Jahren Verkauf von leichten alkoholischen Getränken (Bier, Wein, Sekt) erlaubt - Beachtung der Altersgrenzen bei Video-Spielen (USK) bzw. Filmen (FSK) - Beachtung der Altersgrenzen beim Verkauf von Feuerwerkskörpern - Beachtung der Altersgrenzen beim Verkauf von Zeitschriften/Magazinen (Erotikbereich) - o.a.s.L. 	2
<p>5.3</p> <p>3 zahlungsbezogene Serviceleistungen, je 1 Punkt, z. B.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kontaktlose Kartenzahlung - Kundenkarte mit Zahlungsfunktion - Finanzierung/Ratenzahlung - Kauf auf Rechnung - Bargeldabhebung - Gutscheinverkauf - Möglichkeit zum Taxfree-Einkauf - o.a.s.L. 	3
<p>5.4</p> <p>2 Argumente, je 2 Punkte, z. B.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Spontankäufe sind möglich, auch ohne ausreichendes Bargeld - Umsatzsteigerung, da Kunde u. U. mehr einkauft/ausgibt als ursprünglich geplant - Kundengewinnung/-bindung, weil diese z. B. Finanzierung nutzen können - Anpassung an die Mitbewerber - o.a.s.L. 	4

Lösungshinweise**Punkte****5.5**

2 Vorteile und 2 Nachteile, je 1 Punkt, z. B.

4

Vorteile:

- Meist geringerer Platzbedarf gegenüber herkömmlichen Kassensystemen
- Erhöhte Wettbewerbsfähigkeit, da geringere Handlungskosten
- Wechselgeldproblematik bzw. Verzählen beim Herausgeben entfällt
- Weniger Personaleinsatz als an den herkömmlichen Kassen

Nachteile:

- Zunächst erhöhter Aufwand für Anschaffung und Schulung
- Technische Störanfälligkeit
- Kunden nehmen Self-Scanning-Kassen nicht an
- Ggf. erhöhte Diebstahlgefahr
- Inventurdifferenzen durch falsch erfasste Ware
- o.a.s.L.