

Quellen: Prüfungstrainer Abschlussprüfung Kaufmann/-frau im Einzelhandel, Teil 1 (ISBN 978-3-88234-484-4),
Geschäftsprozesse (ISBN 978-3-88234-271-0)

Bearbeitungshinweise

Die Aufgaben können in beliebiger Reihenfolge gelöst werden. Bei zusammenhängenden Aufgaben mit gemeinsamer Situationsvorgabe empfehlen wir die Einhaltung der vorgegebenen Reihenfolge.

Schreiben Sie Ihre Lösungen direkt auf die Linien unter den Aufgaben oder tragen Sie das Ergebnis, falls gefordert, in die grauen Lösungskästchen am Rand ein.

Als Hilfsmittel ist ein nicht programmierbarer, netzunabhängiger Taschenrechner ohne Kommunikationsmöglichkeit mit Dritten zugelassen.

Ausgangssituation zu den folgenden Aufgaben

Sie sind Abteilungsleiter/in der Lederwarenabteilung im Warenhaus Meyer AG, Ebertstr. 5, 40212 Düsseldorf.

Im letzten halben Jahr hat sich die Mitbewerbersituation des Warenhauses, durch die Eröffnung eines Einkaufszentrums und des Lederwarenfachgeschäftes Hermann in unmittelbarer Nähe, deutlich verändert.

1. Aufgabe

Situation

Als Abteilungsleiter/in werten Sie regelmäßig die Daten des Warenwirtschaftssystems aus. Sie stellen fest, dass Ihre Abteilung seit einem halben Jahr stetig an Umsatz verliert.

- a) Im Sortimentsbereich Kleinlederwaren haben Sie ein Übersortiment, im Bereich Handtaschen ein Untersortiment. Erläutern Sie die beiden Begriffe und beschreiben Sie jeweils **2** mögliche Auswirkungen!

- b) Die Auswertung der Konkurrenzbeobachtung zeigt, dass Sie Ihren Kunden im Bereich „Junge Handtaschenmode“ und „Schulranzen“ keine ausreichende Produktauswahl bieten. Außerdem fehlt es Ihrem Sortimentsbereich Kleinlederwaren an Aktualität.

Daher planen Sie eine Sortimentsänderung.

Nennen Sie **3** Gründe für eine Veränderung des Sortiments und machen Sie aufgrund der Umsatzstatistik und den Ergebnissen der Konkurrenzbeobachtung **2** Vorschläge zur Sortimentsänderung!

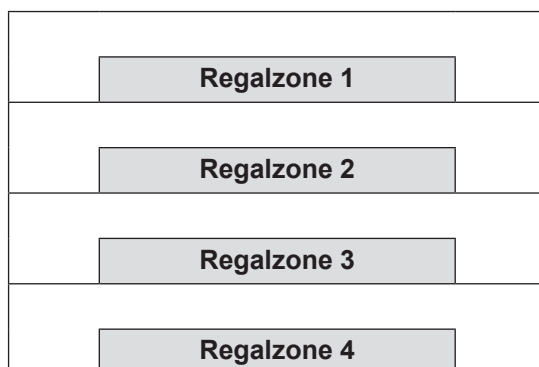
This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

2. Aufgabe

Situation

Als Grundlage für eine geplante Umbaumaßnahme dienen Kundenlaufstudien, die zeigen, dass es innerhalb des Verkaufsraumes unterschiedlich verkaufsstarke Zonen gibt.

Für den reibungslosen Ablauf der Umbauarbeiten erstellen Sie Belegungspläne für die Regale.



a) Nennen Sie die Fachbezeichnungen der vier Regalzonen!

b) In welcher Regalzone sortieren Sie die Ware mit der höchsten Gewinnspanne ein?

Begründen Sie Ihre Entscheidung!

3. Aufgabe

Situation

Nach dem erfolgreichen Umbau möchten Sie die „Neueröffnung“ Ihrer Abteilung mit einer zweiwöchigen Sonderaktion bewerben.

Die Geschäftsleitung stellt Ihnen hierfür einen zusätzlichen Werbeetat und einen Teil der Sonderfläche im Eingangsbereich zur Verfügung.

Sie planen u. a. einen Sonderverkauf zum Thema „Urlaub und Reisen“ auf der Sonderfläche im Eingangsbereich und erstellen für die „Neueröffnung“ einen Werbeplan.

a) Was legen Sie in Ihrem Werbeplan im Einzelnen fest?

b) Nennen Sie **5** Ziele, die Sie mit Ihrer Werbung verfolgen!

4. Aufgabe

Die Kunden möchten mit dem Kauf einer Ware ihre Bedürfnisse befriedigen.

Nennen Sie jeweils **3** Ansprüche, welche die Kunden dabei an die Ware und den Einzelhandelsbetrieb stellen!

[illegible]

5. Aufgabe

Bei der Kalkulation des Schulrucksack-Sets „Comfort“ der Firma Schuster KG müssen Sie Ihren Bruttoverkaufspreis dem Preis Ihres stärksten Mitbewerbers Lederwaren Hermann anpassen. Dort wird das Set für 98,00 € angeboten.

Wie hoch ist Ihr verbleibender Gewinn je Set in Euro, wenn alle anderen Kalkulationssätze unverändert bleiben?
(Einstandspreis je Set 53,32 €, Handlungskostenzuschlag 45 %, Mehrwertsteuer 19 %)

€ . ct

--	--	--

Raum für Rechnungen

This image shows a full page of blank graph paper. The grid consists of small, equal-sized squares formed by thin black lines. There are no margins, text, or other markings on the page.

Name:

6. Aufgabe

Welche der folgenden Aussagen entspricht den rechtlichen Vorschriften der Preisangabenverordnung (PangV) bezüglich der Preisauszeichnung?

Tragen Sie die entsprechende Lösungskennziffer in das Lösungskästchen ein.

1. Die Preisangabenverordnung schreibt dem Einzelhändler vor, dass jeder einzelne Artikel mit einem aussagefähigen Preisetikett ausgezeichnet werden muss.
2. Die handelsübliche Gütebezeichnung ist kein gesetzlich vorgeschriebener Bestandteil des Preisetiketts, sie dient dem Kunden ausschließlich als Information.
3. Alle zum Verkauf bestimmten Waren müssen durch ein deutlich lesbares und eindeutig zugeordnetes Preisschild ausgezeichnet sein.
4. Das Preisschild muss den Nettoverkaufspreis und die entsprechende Verkaufseinheit enthalten.
5. Die Preisauszeichnung ist bei Waren im Schaufenster nicht erforderlich, da der Kunde die Preise im Geschäft erfragen kann.

7. Aufgabe

Bei der Wareneingangskontrolle der Lieferung der Firma Case KG stellt Herr Scholz fest, dass 10 Koffer-Sets deutliche Flecken aufweisen und damit unverkäuflich sind.

Welche Schritte muss Herr Scholz einleiten, damit die Rechte des Warenhauses Meyer AG aus der mangelhaften Lieferung gewahrt bleiben?

Bringen Sie die folgenden Arbeitsschritte durch Einsetzen der Ziffern **1 – 5** in eine sinnvolle Reihenfolge.

Arbeitsschritte

- | | |
|---|--|
| a) Bitte um Rückantwort innerhalb einer festgelegten Frist. | |
| b) Empfangsbestätigung der genau bezeichneten Lieferung. | |
| c) Exakte Beschreibung des festgestellten Mangels. | |
| d) Geltendmachung von Gewährleistungsansprüchen. | |
| e) Nach erfolgter Rüge wird die Ware bis zur Klärung durch den Lieferanten sorgfältig aufbewahrt. | |

8. Aufgabe

Situation

Die Warenhaus Meyer AG führt zum Ende des Geschäftsjahres eine Inventur durch. Sie wurden von der Geschäftsführung aufgefordert, die notwendigen Vorbereitungen zu treffen.

Das Geschäftsjahr endet zum 31.10. eines jeden Jahres.

- a) Aus welchem Grund führt Ihr Unternehmen eine Inventur durch?

Tragen Sie die entsprechende Lösungskennziffer in das Lösungskästchen ein.

Die Inventur dient der Ermittlung

1. der aktuellen Abverkaufszahlen.
2. des Lagermindestbestandes.
3. des Soll-Bestandes der vorrätigen Warenbestände.
4. des Ist-Bestandes der aktuellen Warenbestände.
5. des durchschnittlichen Lagerbestandes im abgelaufenen Jahr.

- b) Das Inventurergebnis des abgelaufenen Geschäftsjahres hat gezeigt, dass es häufiger zu Fehlern bei der Erfassung der Warenbewegungen kam.

Welche der folgenden erfassungsbedürftigen Warenbewegungen führen dazu, dass der Ist-Warenbestand niedriger ist als der Soll-Warenbestand?

Tragen Sie die entsprechende Lösungskennziffer in das Lösungskästchen ein.

1. Die Abgabe von Waren an eine andere Zweigniederlassung wird ordnungsgemäß verbucht.
2. Die Warenrückgabe eines Artikels durch einen Kunden wird nicht erfasst.
3. Die Warenrücksendung an einen Lieferanten wird doppelt erfasst.
4. Der Eingang einer Warensendung wurde nicht erfasst.
5. Die Auslieferung einer bestellten Ware an einen Kunden wird nicht erfasst.

9. Aufgabe

Bei welchen der nachfolgend beschriebenen Rechtsgeschäfte handelt es sich um

1. ein einseitiges Rechtsgeschäft,
2. ein zweiseitiges Rechtsgeschäft,
3. kein Rechtsgeschäft

Ordnen Sie zu, indem Sie die 3 Kennziffern in die Kästchen neben den 5 Rechtsgeschäften eintragen!

Rechtsgeschäfte

- a) Sie schicken Ihrem Lieferanten eine Anfrage zur Lieferung von Herrengürteln.
- b) Die Warenhaus Meyer AG schließt mit Ihrer neuen Mitarbeiterin Frau Kurmann einen Arbeitsvertrag ab.
- c) Die Warenhaus Meyer AG kündigt einer Aushilfskraft fristlos.
- d) Sie schließen mit einem Stammkunden einen Kaufvertrag über eine Computertasche ab.
- e) Zur Finanzierung neuer Warenträger nimmt die Warenhaus Meyer AG einen Bankkredit auf.

10. Aufgabe

Die im Kaufvertrag mit der Schuster KG vereinbarte Lieferbedingung lautet: „Die Lieferung erfolgt ab Werk“.

Welche der nachfolgend beschriebenen Bestimmungen entsprechen dieser Vereinbarung?

Tragen Sie die entsprechende Lösungskennziffer in das Lösungskästchen ein.

1. Sie tragen die Kosten für den Transport der Warensendung zum Versandbahnhof sowie für die Fracht und den Transport der Warensendung vom Empfangsbahnhof bis zum Warenhaus Meyer.
2. Die Schuster KG trägt sämtliche Beförderungskosten.
3. Sie tragen die Kosten für die Fracht und den Transport der Warensendung vom Empfangsbahnhof bis zum Warenhaus Meyer.
4. Die Schuster KG trägt die Kosten für die Anfahrt, die Verlade- und Wiegekosten und die Fracht bis zum Empfangsbahnhof. Sie tragen die Kosten ab Empfangsbahnhof.
5. Sie tragen die Kosten für die Fracht, alle übrigen Kosten übernimmt die Schuster KG.

11. Aufgabe

Situation

Sie sind Mitarbeiter/-in der Warenhaus Wiener AG. Diese mietet leerstehende Verkaufsräume im angrenzenden Gebäude an und plant die Gründung eines neuen Marktes für Unterhaltungselektronik.

Während der Planungsphase prüfen Sie gemeinsam mit der Unternehmensleitung Angebote verschiedener Firmen, die Ihnen Kooperationsverträge anbieten.

Unter anderem liegen Ihnen ein Angebot eines Franchisegebers und ein Angebot der Firma Mobilephone für die Einrichtung eines Shops in Ihrem neuen Markt für Unterhaltungselektronik vor.

- a) Gemeinsam mit der Unternehmensleitung prüfen Sie zunächst das Angebot des Franchisegebers. Sie überlegen, ob Sie das vorliegende Angebot annehmen sollten.

Was kennzeichnet ein Franchising-System?

[illegible]

b) Das Franchise-System bietet beiden Vertragsparteien Vorteile.

Nennen Sie jeweils **3** Vorteile, die dieses System dem Franchisenehmer und dem Franchisegeber bietet!

c) Sie entscheiden sich gegen das Angebot des Franchisegebers, da es nicht in das Verkaufskonzept passt. Sie schließen jedoch nach eingehender Prüfung einen Kooperationsvertrag mit der Firma Mobilephone ab.

Beschreiben Sie diese Kooperationsform!

d) Nennen Sie **3** Ziele, die Sie mit dem Abschluss dieses Vertrages anstreben!

Hinweis

Dieses Prüfungstraining enthält eine exemplarische Auswahl von Aufgaben und Lösungen aus unseren entsprechenden berufsspezifischen Prüfungstrainern. Die Aufgaben wurden inhaltlich so ausgewählt, dass sie möglichst lange Gültigkeit besitzen und allgemeines Prüfungswissen abfragen.

Da unsere Prüfungstrainer in regelmäßigen Abständen aktualisiert und an den neuesten gesetzlichen Stand angepasst werden, sind teilweise bereits Neuauflagen der hier als Aufgabenquelle genutzten Prüfungstrainer erhältlich.

Die **aktuellen Auflagen** finden Sie unter: **www.u-form.de**

Quellen

Prüfungstrainer Abschlussprüfung

- Kaufmann/-frau im Einzelhandel, Teil 1
Best.-Nr. 484
ISBN 978-3-88234-484-4
- Kaufmann/-frau im Einzelhandel, Geschäftsprozesse
Best.-Nr. 271
ISBN 978-3-88234-271-0

Die hier vorliegenden Aufgaben und Lösungen sind ein Auszug aus dem
Prüfungstrainer Abschlussprüfung
Kaufmann/Kauffrau im Einzelhandel, Teil 1
Best.-Nr. 484, ISBN 978-3-88234-484-4

1. Aufgabe – Verkauf und Marketing

- a) Von einem **Übersortiment** spricht man, wenn das Warenangebot größer ist als die Nachfrage.
Die Folgen sind eine hohe Kapitalbindung durch zu große Warenbestände und dadurch hohe Lagerkosten.
Es besteht die Gefahr einer Überalterung der Ware (Ladenhüter).
- Von einem **Untersortiment** spricht man, wenn das Warenangebot kleiner ist als die Nachfrage.
Die Folgen sind Sortimentslücken und dadurch häufig unzufriedene Kunden, was zu Kundenverlust und damit zu einem Umsatzrückgang führen kann.
- b) Die Zusammensetzung des Sortiments muss laufend überwacht und gegebenenfalls dem veränderten Nachfrageverhalten der Kunden angepasst werden.

Gründe für eine Sortimentsänderung können sein:

- die Änderung des Nachfrageverhaltens, z. B. durch Mode- und Geschmacksänderungen
- die Veränderung der Wettbewerbssituation
- die Änderung der Geschäftspolitik
- das Schließen von Sortimentslücken (fehlende Sortimentsbereiche werden aufgenommen)
- die wirtschaftliche Lage (z. B. Verringerung der Kaufkraft)
- Neuheiten auf dem Markt
- neue Lieferanten

Die Konkurrenzbeobachtung in dem Beispiel hat ergeben, dass die Lederwarenabteilung keine ausreichende Produktauswahl in den Bereichen „Junge Handtaschenmode“ und „Schulranzen“ bietet. Hier sollte der Abteilungsleiter in beiden Warengruppen eine **Sortimentserweiterung** durch die Aufnahme neuer Waren oder Warengruppen vornehmen und damit sein Sortiment verbreitern oder auch zusätzlich vertiefen.

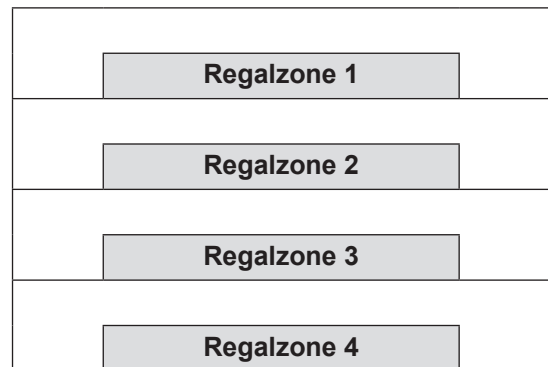
Im Bereich Kleinlederwaren liegt ein Übersortiment vor, außerdem sind dort die Umsatzzahlen rückläufig. Diese Faktoren sprechen für ein wenig attraktives Sortiment und möglicherweise viele Ladenhüter. Der Abteilungsleiter sollte eine **Sortimentsbereinigung** vornehmen und unrentable und schlecht absetzbare Waren aus dem Sortiment nehmen.

2. Aufgabe – Verkauf und Marketing

- a) Bei der Warenplatzierung spielt die Verkaufswirksamkeit der Regalzonen eine bedeutende Rolle.

Die Fachbezeichnungen für die vier Regalzonen lauten:

Reckzone	
verkaufschwache Zone	160 – 220 cm Höhe
Sichtzone	
verkaufsstärkste Zone	120 – 160 cm Höhe
Greifzone	
verkaufsstarke Zone	80 – 120 cm Höhe
Bückzone	
verkaufsschwächste Zone	bis 80 cm Höhe



- b) Waren mit einer hohen Gewinnspanne und Waren, deren Verkauf besonders gefördert werden soll, werden in den verkaufsstarken Regalzonen platziert. Die größte Verkaufsstärke hat dabei die Sichtzone (120 – 160 cm), darauf folgt als verkaufsstarke Zone die Greifzone (80 – 120 cm). Diese Zonen entsprechen der Blick- und Griffhöhe der Kunden.

Weniger verkaufsstark hingegen sind die Reck- und die Bückzone. Schwere Waren und Waren mit einer niedrigen Gewinnspanne werden in der Bückzone (bis 80 cm), leichte Waren mit hohen Preisen in der Reckzone (160 – 220 cm) platziert.

3. Aufgabe – Verkauf und Marketing

- a) Der Einzelhändler verfolgt mit seiner Werbung vorwiegend das Ziel der Absatzförderung. Damit er dieses Ziel erreicht, muss er sehr planmäßig vorgehen.

In einem Werbeplan legt er darum die Details für die Durchführung seiner Werbung fest. Dabei sind folgende Punkte zu berücksichtigen:

- **Werbeziel**, d. h. was soll mit der Werbung erreicht werden,
- **Werbeaussage**, d. h. welche Werbebotschaft soll transportiert werden,
- **Streuweg**, d. h. welche Werbemittel und Werbeträger sollen eingesetzt werden,
- **Werbeetat**, d. h. welche finanziellen Mittel müssen für die Werbung zur Verfügung stehen,
- **Streukreis**, d. h. welche Zielgruppe soll mit der Werbung angesprochen werden,
- **Streugebiet**, d. h. in welchem geografischen Gebiet soll geworben werden,
- **Streuzeit**, d. h. in welchem Zeitraum und wie häufig soll die Werbung stattfinden.

Information

Werbemittel dienen der Durchführung der Werbung. Dazu gehören u. a. Anzeigen und Inserate, Prospekte, Werbesendungen in Rundfunk und Fernsehen, Werbebriefe, Postwurfsendungen, Broschüren und Handzettel, Warenproben, Werbegeschenke und Zugaben. Die Präsentation der Ware im Verkaufsraum und Schaufenster und das Verkaufsgespräch stellen dabei die wichtigsten Werbemittel des Einzelhändlers dar.

Werbeträger sind das Transportmittel für die Werbemittel. Dazu gehören u. a. Zeitungen und Zeitschriften, Rundfunk und Fernsehen, Plakatwände und -säulen, Verteiler von Prospekten und Handzetteln, Straßenbahnen und Busse.

- b)** Das Werbeziel kann je Werbemaßnahme sehr unterschiedlich sein und wird maßgeblich von der Geschäftspolitik des Unternehmens beeinflusst.

Die Werbung zur „Neueröffnung“ des Warenhauses Meyer hat natürlich zunächst das Ziel, die Neugier der Kunden auf die veränderte Verkaufsraumgestaltung, die neuen Sortimente und Leistungen des Unternehmens zu wecken.

Mögliche weitere Ziele der Werbung sind:

- Absatzförderung
- Umsatzsteigerung
- Gewinnung von Neukunden
- Erhaltung von Stammkunden
- Erhöhung des Unternehmensimages
- Bekanntmachen von Sortimentserweiterungen
- Vorstellung von Produktneuheiten

4. Aufgabe – Verkauf und Marketing

Ansprüche an die Ware sind u. a.:

- gute Qualität
- angemessener Preis
- Zweckmäßigkeit

Ansprüche an den Einzelhandelsbetrieb sind u. a.:

- bedarfsorientiertes Sortiment
- übersichtliche und ansprechende Warenpräsentation
- angenehme und erlebnisorientierte Kaufatmosphäre
- fachkundige Beratung
- freundliches, hilfsbereites Personal
- zuverlässige Produktinformationen
- umfangreiche Serviceleistungen
- problemlose Abwicklung von Reklamationen

Kaufwunsch

Der Kaufwunsch jedes Kunden ist der Ausdruck eines Bedürfnisses, das er befriedigen möchte. Damit aus seinem Wunsch zu kaufen tatsächlich eine Kaufentscheidung wird, müssen die Ware und der Einzelhandelsbetrieb seine Ansprüche erfüllen.

5. Aufgabe – Warenwirtschaft und Rechnungswesen

Mit Hilfe der **Differenzkalkulation** wird bei einem gegebenen Einstandspreis, Handlungskostenzuschlagssatz und Bruttoverkaufspreis der Gewinn bzw. der Gewinnzuschlag berechnet.

Die Differenz zwischen dem Nettoverkaufs- und dem Selbstkostenpreis ergibt den Gewinn in Euro.

Der Einstandspreis je Set beträgt für das Schulrucksack-Set „Comfort“ 53,32 €.

Mit Hilfe der **Rückwärtskalkulation** wird vom Bruttoverkaufspreis auf den Nettoverkaufspreis (= 100 %) zurückgerechnet.

Berechnung des Nettoverkaufspreises in €:

Nettoverkaufspreis	100 %
+ Mehrwertsteuer	19 %
= Bruttoverkaufspreis	119 %

Bruttoverkaufspreis	119 % = 98,00 €
Nettoverkaufspreis	100 % = x

$$x = \frac{98,00 \cdot 100 \%}{119 \%} = 82,35 \text{ € Nettoverkaufspreis}$$

Berechnung des Selbstkostenpreises:

Einstandspreis	100 % = 53,32 €
Handlungskostenzuschlag	45 % = x

$$x = \frac{53,32 \text{ €} \cdot 45 \%}{100 \%} = 23,99 \text{ €}$$

Einstandspreis	53,32 €
+ Handlungskosten	23,99 €
= Selbstkostenpreis	77,31 €

Berechnung des Gewinns:

Nettoverkaufspreis	82,35 €
– Selbstkostenpreis	77,31 €
= Gewinn	5,04 €

Der noch zu erzielende Gewinn in Euro beträgt 5,04 €.

€ , ct
5 | 0 | 4

6. Aufgabe – Warenwirtschaft und Rechnungswesen

Die Auswahlantwort **3.** ist richtig.

3

Die Preisangabenverordnung gilt für alle Waren, die in Schaufenstern sowie innerhalb und außerhalb des Verkaufsraums für den Kunden sichtbar aufgestellt sind oder die vom Verbraucher unmittelbar entnommen werden können.

Um den Grundsätzen der Preisklarheit und Preiswahrheit zu entsprechen, müssen die Preise aus dem Angebot oder der Werbung den Waren eindeutig zugeordnet, leicht erkennbar und deutlich lesbar sein.

Die Pflicht der Preisauszeichnung ermöglicht dem Verbraucher die Möglichkeit des Preisvergleichs.

7. Aufgabe – Warenwirtschaft und Rechnungswesen

Ein Sachmangel liegt vor, wenn die gelieferte Ware nicht die im Kaufvertrag vereinbarte Beschaffenheit hat, eine falsche Ware oder zuwenig Ware geliefert wurde.

Ein Sachmangel liegt auch vor, wenn die vereinbarte Montage der Sache durch den Verkäufer unsachgemäß durchgeführt wurde oder bei einer zur Montage bestimmten Sache, die Montageanleitung fehlerhaft ist, es sei denn, die Sache ist fehlerfrei montiert worden (§ 434 BGB).

Damit bei einem zweiseitigen Handelskauf (Kaufvertrag unter Kaufleuten) die Rechte aus der mangelhaften Lieferung gewahrt bleiben, muss der Einzelhändler die Ware nach der Lieferung unverzüglich prüfen (Prüfpflicht) und bei einem Mangel unverzüglich rügen (Rügepflicht).

Bei einem versteckten Mangel muss der Käufer unverzüglich nach dem Entdecken des Mangels rügen und zwar innerhalb von zwei Jahren.

Bei der Mängelrüge sollte der Käufer dem Verkäufer exakt mitteilen

- um welche Lieferung es sich handelt,
- welcher Mangel festgestellt wurde,
- dass Gewährleistungsansprüche geltend gemacht werden und
- innerhalb welcher festgelegten Frist er um Rückantwort bittet.

Der Käufer ist verpflichtet die beanstandete Ware bis zur Klärung aufzubewahren (Aufbewahrungspflicht).

Eine Ausnahme bildet verderbliche Ware, die der Käufer ohne vorherige Mitteilung an den Verkäufer z. B. öffentlich versteigern kann (Selbsthilfeverkauf).

a) Bitte um Rückantwort innerhalb einer festgelegten Frist.	4
b) Empfangsbestätigung der genau bezeichneten Lieferung.	1
c) Exakte Beschreibung des festgestellten Mangels.	2
d) Geltendmachung von Gewährleistungsansprüchen.	3
e) Nach erfolgter Rüge wird die Ware bis zur Klärung durch den Lieferanten sorgfältig aufbewahrt.	5

8. Aufgabe – Warenwirtschaft und Rechnungswesen

- a) Die Auswahlantwort 4. ist richtig.

4

Die Durchführung einer Inventur ist durch das Handelsgesetzbuch (HGB § 240) und der Abgabenordnung (AO §§ 140, 141) gesetzlich vorgeschrieben.

Jeder Kaufmann hat zu Beginn seines Handelsgewerbes und zum Schluss eines jeden Geschäftsjahres ein Inventar über seine vorhandenen Vermögenswerte und Schulden aufzustellen.

Die Inventur bezeichnet die mengen- und wertmäßige Bestandsaufnahme der Ist-Bestände durch Zählen, Messen und Wiegen an einem bestimmten Stichtag. Die Ergebnisse der Inventur werden im Inventar festgehalten.

Im computergestützten Warenwirtschaftssystem kann die mengenmäßige Erfassung mit Hilfe von mobilen Datenerfassungsgeräten erfolgen. Die codierten Artikelnummern werden eingelesen oder gescannt und die Bestandszahlen manuell eingegeben. Die gespeicherten Daten werden anschließend in die Zentraleinheit eingelesen.

Die Zentraleinheit vergleicht die eingegebenen Ist-Bestände mit den gespeicherten Soll-Beständen und druckt eine Inventurdifferenzliste aus.

b) Die Auswahlantwort 5. ist richtig.

5

Die Inventurdifferenz ist die Abweichung des Ist-Warenbestandes vom Soll-Warenbestand.

Gründe für Inventurdifferenzen können sein:

- Ladendiebstahl
- fehlerhafte Erfassung der Warenbestände während der Durchführung der eigentlichen Inventur
- fehlerhafte Erfassung der Warenbewegungen im laufenden Geschäftsbetrieb

Die wichtigste Voraussetzung für die exakte Fortschreibung der Warenbestände ist die Erfassung aller Warenbewegungen, sodass Inventurdifferenzen vermieden werden.

Zu den erfassungsbedürftigen Warenbewegungen zählen:

- Warenverkauf
- Abgabe von Waren an andere Zweigniederlassungen oder Filialen
- Retouren an Lieferanten
- Retouren von Kunden
- Wareneingänge

Zu 1. Bei ordnungsgemäßer Verbuchung treten keine Differenzen zwischen Ist- und Soll-Warenbeständen auf.

Zu 2. Wird die Warenrückgabe eines Artikels durch einen Kunden nicht erfasst, führt dies dazu, dass der Ist-Warenbestand größer ist als der ausgewiesene Soll-Warenbestand.

Zu 3. Wird die Warenrücksendung an einen Lieferanten doppelt erfasst, führt dies dazu, dass der Ist-Warenbestand größer ist als der ausgewiesene Soll-Warenbestand.

Zu 4. Wird der Eingang einer Warensendung nicht erfasst, ist der Ist-Warenbestand ebenfalls größer als der ausgewiesene Soll-Warenbestand.

Zu 5. Wird die Auslieferung einer bestellten Ware an einen Kunden nicht erfasst, führt dies dazu, dass der Ist-Warenbestand kleiner ist als der ausgewiesene Soll-Warenbestand

9. Aufgabe – Wirtschafts- und Sozialkunde

Unter **Rechtsgeschäften** versteht man Willenserklärungen, die ein Rechtsgeschäft begründen (z. B. Kaufvertrag, Arbeitsvertrag, Kündigung).

Diese Willenserklärungen können sowohl mündlich und schriftlich als auch durch reine Handlungen, wie z. B. einem Handschlag oder Kopfnicken abgegeben werden.

Bei einem **einseitigen Rechtsgeschäft** ist die Willenserklärung nur einer Person notwendig. Dabei unterscheidet man zwischen **empfangsbedürftigen** und **nicht empfangsbedürftigen Willenserklärungen**.

Willenserklärungen, die bereits mit ihrer Abgabe rechtswirksam werden, sind nicht empfangsbedürftig (z. B. Testament). Empfangsbedürftige Willenserklärungen müssen die betroffene Person über den Inhalt in Kenntnis setzen (z. B. Kündigung, Mahnung).

Bei einem **zwei- oder mehrseitigen Rechtsgeschäft** müssen zwei oder mehr inhaltlich übereinstimmende Willenserklärungen abgegeben werden, damit das Rechtsgeschäft zustande kommt (z. B. Kaufvertrag, Mietvertrag, Erbvertrag, etc.).

a) Sie schicken Ihrem Lieferanten eine Anfrage zur Lieferung von Herrengürteln.	3
b) Die Warenhaus Meyer AG schließt mit Ihrer neuen Mitarbeiterin Frau Kurmann einen Arbeitsvertrag ab.	2
c) Die Warenhaus Meyer AG kündigt einer Aushilfskraft fristlos.	1
d) Sie schließen mit einem Stammkunden einen Kaufvertrag über eine Computertasche ab.	2
e) Zur Finanzierung neuer Warenträger nimmt die Warenhaus Meyer AG einen Bankkredit auf.	2

10. Aufgabe – Wirtschafts- und Sozialkunde

Die Auswahlantwort **1.** ist richtig.

1

Die mit der Schuster KG vereinbarte Lieferbedingung lautet: „Die Lieferung erfolgt ab Werk.“
Das bedeutet, der Käufer trägt sämtliche Beförderungskosten.

Zu den Beförderungskosten zählen:

- **Hausfracht Versand** (Kosten für den Transport der Warensendung vom Geschäft des Verkäufers bis zum Versandbahnhof)
- **Wiege- und Verladekosten**
- **Fracht** (Kosten für den Transport der Warensendung vom Versandbahnhof bis zum Empfangsbahnhof)
- **Entladekosten**
- **Hausfracht Empfang** (Kosten für den Transport der Warensendung vom Empfangsbahnhof bis zum Geschäft des Käufers)

Wird im Kaufvertrag keine Vereinbarung zu den Beförderungskosten getroffen, gilt die folgende gesetzliche Regelung:

Haben Verkäufer und Käufer ihren Geschäftssitz am selben Ort, trägt der Käufer die gesamten Beförderungskosten (Platzkauf). Haben Verkäufer und Käufer ihren Geschäftssitz nicht am selben Ort, trägt der Käufer die Kosten ab Versandbahnhof (Versendungskauf).

Abweichend von dieser Regelung haben Verkäufer und Käufer die Möglichkeit, vertragliche Vereinbarungen zu treffen.

Vertragliche Lieferungsbedingungen

Ab Lager, ab Fabrik, ab Werk	Der Käufer trägt sämtliche Beförderungskosten
Unfrei, ab hier, ab Bahnhof hier (gesetzliche Regelung)	Der Käufer trägt alle Beförderungskosten ab Versandbahnhof
Frachtfrei, frei dort, frei Bahnhof dort	Der Käufer trägt die Beförderungskosten ab Empfangsbahnhof
Frei Haus, frei Lager	Der Verkäufer trägt sämtliche Beförderungskosten

11. Aufgabe – Geschäftsprozesse im Einzelhandel

- a) Franchising** ist eine besondere Form der Kooperation zwischen einem Hersteller und einem Einzelhändler. Der Franchisegeber bietet dem Franchisenehmer, auf der Basis eines langfristigen Vertrages, ein Beschaffungs-, Absatz- und Organisationskonzept und verschafft ihm das Recht an der Nutzung einer Marke oder eines Firmennamens.

Der Franchisenehmer ist dabei im eigenen Namen und auf eigene Rechnung tätig. Alle beteiligten Franchisenehmer treten den Kunden gegenüber einheitlich auf.

Der Franchisenehmer hat das Recht und die Pflicht, das Franchisepaket gegen die Zahlung eines bestimmten Betrages zu nutzen und das Kapital und die Arbeitskräfte zu stellen.

- b)** Das Franchise-System bietet beiden Vertragsparteien Vorteile:

Vorteile für den Franchisenehmer:

- er erhält das Recht auf die Nutzung eines Waren- oder Markenzeichens
- er erhält ein Beschaffungs-, Absatz- und Organisationskonzept er bleibt rechtlich selbstständig
- es besteht die Möglichkeit günstiger Startbedingungen bei der Gründung seines Einzelhandelsbetriebes (z. B. Finanzierungshilfen)

Vorteile für den Franchisegeber:

- er erreicht eine Vereinfachung der Markterschließung durch die Aufnahme neuer Partner
- die Vertriebskosten und das Absatzrisiko werden vom Franchisenehmer getragen
- geringe Investitionskosten
- er hat Einfluss auf die Vertragspartner wie bei einem Filialsystem

Die Nachteile für den Franchisenehmer liegen in der sehr engen Bindung an den Franchisegeber, in der Verpflichtung zur Zahlung einer Umsatzprovision und in der starken Einschränkung bei der individuellen Präsentation und Ausrichtung des eigenen Unternehmens.

- c)** Beim **Shop-in-Shop-System** mietet ein selbstständiger Einzelhändler oder Hersteller in einer größeren Einzelhandelsunternehmung Verkaufsfläche an, um dort seine Waren anzubieten.

Dieses System bietet dem vermietenden Einzelhändler die Möglichkeit, die Fachkompetenz des Kooperationspartners zu nutzen und die Serviceangebote für seine Kunden auszuweiten.

Beispiele: Vermietung von Verkaufsfläche an einen Hersteller aus der gleichen Branche oder an branchenfremde Unternehmen wie z. B. einen Schuhreparaturdienst, eine Reinigung oder eine Bäckerei.

- d)** Durch eine Kooperation versuchen die beteiligten Unternehmen,
- die Arbeitsabläufe in bestimmten Bereichen zu rationalisieren,
 - die Fachkompetenz der Kooperationspartner zu nutzen,
 - ihre Kosten zu senken und
 - ihre Wettbewerbsfähigkeit zu erhalten und zu verbessern.

Ihnen hat dieses Prüfungstraining gefallen?

Unter <https://lehrer.u-form.de> erreichen Sie unser Lehrerportal. Dort finden Sie weitere Kopiervorlagen mit Aufgaben- und Lösungsteil für eine Vielzahl von Ausbildungsberufen sowie für Rechnungswesen und Wirtschafts- und Sozialkunde.

Das Lehrerportal bietet Ihnen neben Erklärungen unserer Produkte auch Neuigkeiten und weiterführende Informationen zu Sonderkonditionen wie zum Beispiel für Prüfexemplare.

Wir freuen uns auf Ihren Besuch!

U-Form bringt Ihre Schüler in Form!

Ihre Schüler liegen Ihnen am Herzen und Sie möchten sie gern bestmöglich auf ihre Prüfung vorbereiten. Unser Verlag hilft Ihnen gern dabei.

Unsere Prüfungstrainer beinhalten alle prüfungsrelevanten Themen und orientieren sich sprachlich, inhaltlich und optisch an den IHK-Prüfungen. Sie bieten Ihnen eine Vielzahl an Aufgaben, die sich für den Unterricht, als Hausaufgabe und zum Vorbereiten auf die Prüfung bestens eignen. Für alle, die lieber in kleinen Häppchen lernen, gibt es die U-Form Lernkarten.

Zudem vertreiben wir die Originalprüfung der IHK. So können Sie Ihre Schüler mit den jeweils drei letzten Prüfungsjahrgängen testen und letzte Schwachstellen noch rechtzeitig aufdecken.



Prüfungstrainer Abschlussprüfung Kaufmann/Kauffrau im Einzelhandel

Schriftliche Abschlussprüfung, Teil 1
Bestell-Nr. 484

**Schriftliche Abschlussprüfung, Teil 2
– Geschäftsprozesse im Einzelhandel**
Bestell-Nr. 271

**Mündliche Abschlussprüfung
– Fallbezogenes Fachgespräch**
Bestell-Nr. 272



**Lernkarten Abschlussprüfung
Kaufmann/Kauffrau im Einzelhandel**
Bestell-Nr. 2484

560 Lernkarten zu allen Themen der schriftlichen Abschlussprüfung Teil 1.

Erhältlich in Papierform und als App.



© U-Form Verlag
Hermann Ullrich GmbH & Co. KG
Cronenberger Straße 58 · 42651 Solingen
Telefon 0212 22207-0 · Telefax 0212 208963
Internet: www.u-form.de · E-Mail: lehrer@u-form.de