

# Arbeitsheft Einzelhandel in der Euregio Werkchrift Detailhandel in de Euregio

Ideen für eine erfolgreiche Kooperation  
Ideeën voor een geslaagde samenwerking



Dit is de eerste versie van dit werkschrift. We willen het schrift laten groeien en verbeteren. Daar kun je als gebruiker bij helpen. Hoe? Kijk daarvoor op onze website: [www.lerende-euregio.com](http://www.lerende-euregio.com) onder: werkschrift Detailhandel. In de komende maanden willen we via onze site films en foto's verzamelen die bij het uitvoeren van de opdrachten door leerlingen worden gemaakt. Je kunt samen met je buddy prijzen winnen voor de beste inzending.



Vor Ihnen liegt die erste Version dieses Arbeitsheftes. Wir möchten, dass das Heft weiterentwickelt und verbessert wird. Dabei können Sie uns als Benutzer helfen. Wie? Schauen Sie hierfür auf unsere Website: [www.lernende-euregio.com](http://www.lernende-euregio.com) unter: Arbeitsheft Einzelhandel. In den kommenden Monaten wollen wir über unsere Website Filme und Fotos sammeln, die während der Ausführung der Aufträge von den Schülern gemacht werden. Sie können gemeinsam mit Ihrem Buddy für den besten Beitrag einen Preis gewinnen.



## Werkschrift Detailhandel in de Euregio

### Waarom een werkschrift detailhandel?

Dit werkschrift is bestemd voor Nederlandse en Duitse leerlingen én docenten in de Detailhandel. Bij een bezoek of een ontmoeting met een opleiding uit het buurland kan dit schrift handig zijn. In dit werkschrift vind je géén nieuwe theorie! Het geeft tips en informatie die je kunt gebruiken om samen te werken met je partner (buddy) uit het buurland. De opdrachten stimuleren je om samen te praten en te oefenen in verkoopvaardigheden. Zo leer je van elkaar wat er bijzonder en misschien anders is aan de detailhandel en de klanten in het buurland. Je kunt daardoor een betere verkoper worden die met klanten uit beide landen om kan gaan.

Deze opdrachten zijn bedoeld voor samenwerking tussen een Nederlandse en een Duitse school. Het beste werken de opdrachten wanneer elke leerling een buddy uit het buurland heeft waarmee kan worden samengewerkt. Veel opdrachten kunnen ook gedaan worden wanneer er geen partners uit het buurland zijn. Bijvoorbeeld wanneer je met de klas op excursie gaat naar een stad in het buurland.



## Arbeitsheft Einzelhandel in der Euregio

### Warum ein Arbeitsheft Einzelhandel?

Dieses Arbeitsheft ist für niederländische und deutsche Schüler und Lehrer im Einzelhandel bestimmt. Bei einem Besuch an einer Schule oder einem Treffen mit Auszubildenden aus dem Nachbarland kann dieses Heft nützlich sein. In diesem Arbeitsheft finden Sie keinen neuen theoretischen Lehrstoff! Es gibt Tipps und Informationen, die Sie bei der Zusammenarbeit mit Ihrem Partner (Buddy) aus dem Nachbarland gebrauchen können. Die Aufträge regen dazu an, miteinander zu sprechen und Verkaufsfertigkeiten zu üben. So lernen Sie von einander, was speziell oder vielleicht anders ist am Einzelhandel und den Kunden im Nachbarland. Sie können dadurch ein besserer Verkäufer werden, der mit Kunden aus beiden Ländern umgehen kann.

Diese Aufträge sind für die Zusammenarbeit einer niederländischen und einer deutschen Schule vorgesehen. Am besten funktionieren die Aufträge, wenn jeder Schüler einen Buddy aus dem Nachbarland hat, mit dem zusammengearbeitet werden kann. Viele Aufträge können auch erledigt werden, wenn keine Partner aus dem Nachbarland anwesend sind, beispielsweise wenn Sie mit Ihrer Klasse einen Ausflug in eine Stadt im Nachbarland machen.



## Wie is mijn buddy?

Je buddy is een leerling uit het buurland. Je leert hem of haar kennen, wanneer je in het buurland op bezoek bent, of je buddy naar jou toekomt. Jullie zullen samen leren, opdrachten uitvoeren, dingen ontdekken en rolspellen doen. Daarbij zullen jullie moeten communiceren en met elkaar kunnen samenwerken.

Je vindt hier een vragenlijst, zodat jij je een beeld kunt vormen van je buddy. Stel de vragen aan je buddy en schrijf de antwoorden voor hem of haar op. Je buddy doet hetzelfde met jou op de andere pagina.

Wat is je voor- en achternaam?  
(Kun je dat spellen?)

.....

Hoe oud ben je?

.....

Wat is jouw e-mailadres?

.....

Heb je ook een facebookpagina?

.....



## Wer ist mein Buddy?

Ein Schüler oder eine Schülerin aus dem Nachbarland wird Ihr Buddy sein. Entweder werden Sie im Nachbarland zu Besuch sein und dort Ihren Buddy kennenlernen oder Ihr Buddy wird zu Ihnen kommen. Sie werden gemeinsam lernen, Aufträge erledigen, Dinge entdecken und Rollenspiele spielen. Dabei werden Sie sich verständigen müssen und sich auf einander verlassen müssen.

Damit Sie sich ein Bild von Ihrem Buddy machen können, finden Sie hier einen Fragebogen. Fragen Sie Ihren Buddy und schreiben Sie für ihn oder sie die Antworten hin. Ihr Buddy macht das auch mit Ihnen auf der anderen Seite.

Wie ist Dein Vor- und Nachname?  
(Kannst Du das buchstabieren?)

.....

Wie alt bist Du?

.....

Wie ist Deine Mailadresse?

.....

Hast Du auch ein Facebook Account?

.....



Hoe lang duurt je opleiding en in welk jaar ben je?

.....

Hoeveel uren per week werk je in een bedrijf?

.....

Wat voor soort bedrijf is het?

.....

Hoeveel uren les heb je per week?

.....

Welke vakken doe je het liefst?

.....

In welke winkel zou je graag willen werken?

.....

Wat weet je over mijn land?

.....



Wie lange dauert Deine Ausbildung und in welchem Jahr bist du ?

.....

Wieviel Stunden pro Woche arbeitest Du in einem Betrieb?

.....

Um was für ein Geschäft handelt es sich dabei?

.....

Wieviel Stunden Unterricht hast Du in der Woche?

.....

Welche Fächer hast Du am liebsten?

.....

In welchem Geschäft würdest Du gerne arbeiten?

.....

Was weißt Du über mein Land?

.....



Ga je af en toe in mijn land winkelen?

.....

Welke hobby's heb je?

.....

.....

Schrijf hier nog enkele vragen op die je graag zou willen stellen:

.....

.....

.....

.....

.....

.....



Gehst Du manchmal in meinem Land einkaufen?

.....

Welche Hobbys hast Du?

.....

.....

Schreiben Sie hier noch einige Fragen auf, die Sie gerne stellen möchten:

.....

.....

.....

.....

.....

.....



## De klant uit het buurland

Hier zijn enkele vragen, die je kunt gebruiken om de klant uit het buurland die hier komt winkelen beter te kunnen beoordelen. Ga met je buddy naar het winkelcentrum en stel vragen aan vijf klanten en verkopers. Noteer de antwoorden!

### Vragen aan de klanten uit het buurland

1. Komt u uit het buurland? Hoe ver bent u gereden?
2. Hoe vaak rijdt u hier naartoe om te gaan winkelen?
3. Weet u al van tevoren, welke artikelen u wilt gaan kopen?
4. Welke artikelen koopt u hier en waarom?
5. Komt u alleen inkopen of gaat u ook nog iets anders doen dingen? (b.v. de stad bezichtigen, gaan tanken, ijsje eten)
6. Hoe vindt u de winkels hier in vergelijking met de winkels in uw land?
7. Wat vindt u van het personeel en de service?
8. Wat zou u graag anders willen zien in de winkels?
9. Is het soms moeilijk om elkaar te verstaan?



## Der Kunde aus dem Nachbarland

Um den Kunden, der zum Einkaufen aus dem Nachbarland kommt, besser einschätzen zu können, sind folgende Fragen hilfreich. Gehen Sie mit Ihrem Buddy ins Einkaufszentrum und befragen Sie fünf Kunden und Verkäufer und notieren Sie die Antworten!

### Fragen an den Kunden aus dem Nachbarland

1. Kommen Sie aus dem Nachbarland? Wie weit sind Sie gefahren?
2. Wie oft fahren Sie hierher zum Einkaufen?
3. Wissen Sie schon vorher, welche Artikel Sie kaufen möchten?
4. Welche Artikel kaufen Sie hier und warum?
5. Verbinden Sie das Einkaufen mit anderen Dingen? (z.B. sich die Stadt ansehen, tanken gehen, Eis essen)
6. Wie finden Sie die Geschäfte hier im Vergleich zu den in Ihrem Land?
7. Was halten Sie vom Personal und dem Service?
8. Was hätten Sie gerne anders in den Geschäften?
9. Gibt es manchmal Schwierigkeiten mit der Verständigung?



### Vragen aan de verkoper of eigenaar

1. Hoe hoog is het percentage klanten uit het buurland?
2. Wat kopen die klanten graag bij u en waarom?
3. Maakt u reclame in het buurland?
4. Hebben de klanten uit het buurland andere ideeën, eisen en wensen dan de klanten uit uw land?
5. Werkt bij u iemand die de taal van het buurland spreekt?

Vergelijk nu jullie uitslag met die van de andere groepen. Maak samen een overzicht met alle gegevens die jullie hebben gekregen!



### Fragen an den Verkäufer oder Geschäftsinhaber

1. Wieviel Prozent Ihrer Kunden kommen aus dem Nachbarland?
2. Was kaufen diese Kunden gerne bei Ihnen und warum?
3. Machen Sie Werbung im Nachbarland?
4. Haben diese Kunden andere Vorstellungen, Ansprüche und Wünsche als die Kunden aus Ihrem Land?
5. Arbeitet bei Ihnen jemand, der die Sprache des Nachbarlandes beherrscht?

Vergleichen Sie nun Ihre Ergebnisse mit den Ergebnissen der anderen Gruppen. Machen Sie zusammen eine Übersicht mit allen Angaben, die Sie bekommen haben!



## Opbouw van de hoofdstukken

In elk hoofdstuk staat *dezelfde tekst* in het Nederlands op de linker pagina en in het Duits op de rechterpagina. Je kunt elkaar zo beter begrijpen wanneer je samen over je vak praat.

Er worden *begrippen* uit de theorie van het verkopen genoemd die in de lessen zijn behandeld.

Je vindt een beperkt aantal *vakbegrippen* in beide talen.

Er staat een aantal *zinnetjes* dat handig is wanneer je een eenvoudig verkoopgesprek met een klant uit het buurland wilt voeren.

Het belangrijkste: er staan *opdrachten* die je samen kunt uitvoeren. Die kun je doen op school, in je leerbedrijf, bij een excursie of wanneer je samen door een winkelstraat loopt.



## Aufbau der Kapitel

In jedem Kapitel steht *derselbe Text* auf Niederländisch auf der linken Seite und auf Deutsch auf der rechten Seite. So können Sie einander besser verstehen, wenn Sie miteinander über Ihr Fach reden.

Es werden *Ausdrücke* aus dem theoretischen Lehrstoff genannt, die im Unterricht durchgenommen wurden.

Sie finden ein begrenzte Anzahl *Fachausdrücke* in beiden Sprachen.

Es gibt eine Anzahl *Sätze*, die nützlich sind, wenn Sie ein einfaches Verkaufsgespräch mit einem Kunden aus dem Nachbarland führen möchten.

Das Wichtigste: Es gibt *Aufträge*, die Sie zusammen ausführen können. Die können Sie in der Schule, im Ausbildungsbetrieb, bei einem Ausflug oder wenn Sie zusammen in einer Einkaufsstraße laufen, erledigen.





In dit werkschrift komen de volgende onderwerpen aan de orde:

1. Contact met de klant
2. Het verkoopgesprek
3. Klanttypes/doelgroepen
4. Kassa en betaalvormen
5. Klantenservice

De volgende hoofdstukken zijn in voorbereiding:

6. Reclame
7. De supermarkt
8. De modewinkel



In diesem Arbeitsheft werden folgende Themen behandelt:

1. Der Kontakt zum Kunden
2. Das Verkaufsgespräch
3. Kundentypen/Zielgruppen
4. Im Kassenbereich und Zahlungsarten
5. Der Kundenservice

Die folgenden Kapitel sind in Vorbereitung:

6. Werbung
7. Der Supermarkt
8. Das Bekleidungsgeschäft



## 1. Het contact met de klant

Zodra de klant de winkel betreedt kom je in actie:

- Oogcontact maken
- Vaststellen of de klant een gesprek wil
- Op je lichaamstaal en mimiek letten
- Duidelijk en vriendelijk groeten: *het aanspreken van de klant*

### Het aanspreken van de klant: met u of met je?

Elke verkoper is ten opzichte van de klant natuurlijk altijd beleefd en belangstellend. In Duitsland zal de verkoper de klant in de regel met u aangesproken. In Nederland is dat soms anders.

**Opdracht:** Wanneer jij en wanneer u? Wat zijn de gedragsregels? Hoe werkt dat in het buurland? Doe ervaringen op samen met je buddy en noteer de uitkomsten.

- Hoe spreek je je ouders aan?
- Hoe spreek je je leraar aan en hoe is dat in het omgekeerde geval?
- Hoe spreek je je baas aan?
- Hoe zou je als verkoper de klanten op de foto's op pagina 11 en 12 aanspreken? Leg aan je buddy uit waarom dat bij jullie gebruikelijk is.
- Welke invloed heeft de branche op de antwoorden van de vorige vraag?

Ga met je buddy naar verschillende winkels (B.v. een speelgoedwinkel, een boetiek, een schoenenwinkel) en luister goed. Hoe worden de klanten aangesproken? Hoe worden jullie aangesproken? Zijn er verschillen tussen de twee landen?



## 1. Der Kontakt zum Kunden

Wenn der Kunde den Laden betritt, kommen Sie zum Einsatz

- Blickkontakt herstellen
- Gesprächsbereitschaft signalisieren
- auf Ihre Körpersprache und Mimik achten
- eine deutliche und freundliche Begrüßung aussprechen: *das Ansprechen des Kunden*

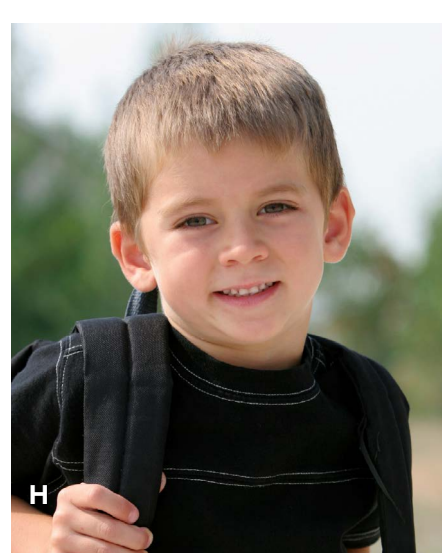
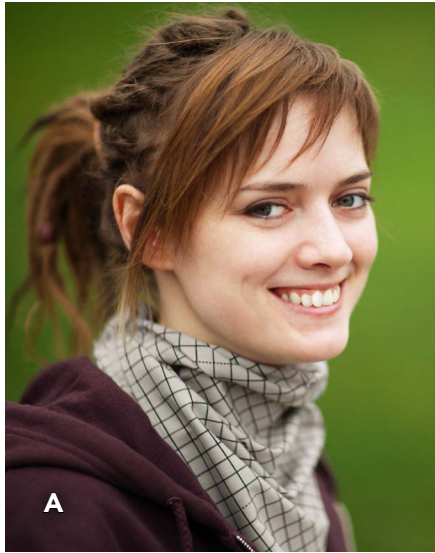
### Das Ansprechen des Kunden: Sie oder du?

Jeder Verkäufer zeigt dem Kunden gegenüber natürlich immer eine höfliche und interessierte Haltung. In Deutschland wird der Verkäufer den Kunden normalerweise in der Sie-Form ansprechen. In den Niederlanden ist das manchmal anders.

**Auftrag:** Wann du und wann Sie? Was sind die Verhaltensregeln? Wie sieht es im Nachbarland aus? Sammeln Sie Erfahrungen mit Ihrem Buddy und notieren Sie die Ergebnisse.

- Wie sprechen Sie Ihre Eltern an?
- Wie sprechen Sie Ihren Lehrer an und wie werden Sie angesprochen?
- Wie sprechen Sie Ihren Vorgesetzten an?
- Wie würden Sie als Verkäufer die Kunden auf den Fotos auf Seite 11 und 12 ansprechen? Erklären Sie Ihrem Buddy, warum dieses bei Ihnen so üblich ist.
- Welchen Einfluss hat die Branche auf die Antworten der vorigen Frage?

Gehen Sie mit Ihrem Buddy in verschiedene Geschäfte (z.B. Spielzeugladen, Boutique, Schuhgeschäft) und hören Sie gut zu. Wie werden die Kunden angesprochen? Wie spricht man Sie an? Gibt es Unterschiede zwischen den Ländern?





## 1.1 Het stellen van vragen

Bij het bepalen van de koopbehoefte probeer je aan de hand van vragen na te gaan wat de precieze koopwens van de klant is. Je hebt dus informatie nodig van de klant. Daarvoor zijn vooral open vragen zeer geschikt, want dat geeft de klant de gelegenheid veel over zijn ideeën en wensen te praten. Open vragen beginnen vaak met een W: B.v. Waarmee? Waarop? Waarbij? Wanneer? Waarvoor? Wat? Welke?


**Opdracht:** speel met je buddy het volgende spel: iedereen spreekt in zijn moedertaal. Zoek allebei drie voorwerpen uit. Je neemt een voorwerp in de hand en je buddy bedenkt daarbij een passende open vraag die bedoeld is om de koopbehoefte te bepalen. Dan neemt je buddy een van zijn voorwerpen in de hand en jij bedenkt een vraag. Dat doen jullie afwisselend met alle voorwerpen die jullie hebben gekozen. Daarna praten jullie na aan de hand van de volgende vragen:  
Hoe was mijn eerste zin? Was dat een goed begin? Voelde je je daarbij als klant op je gemak? Zou je die vraag ook zo in het buurland kunnen stellen?



## 1.1 Fragen stellen

Bei der Bedarfsermittlung versuchen Sie anhand von Fragen herauszufinden, was der genaue Kaufwunsch des Kunden ist. Sie brauchen also Informationen vom Kunden. Dazu eignen sich besonders gut offene Fragen, da sie dem Kunden Gelegenheit geben, viel über seine Vorstellungen und Wünsche zu reden. Offene Fragen fangen häufig mit einem W an, z.B. Womit? Worauf? Wobei? Wann? Wo für? Was? Welche?

**Auftrag:** Spielen Sie mit Ihrem Buddy folgendes Spiel: Jeder spricht dabei in seiner Muttersprache. Sie suchen sich beide je 3 Gegenstände aus. Sie nehmen einen Gegenstand in die Hand und Ihr Buddy bildet dazu eine passende, offene Frage zur Bedarfsermittlung. Jetzt nimmt Ihr Buddy einen seiner Gegenstände und Sie bilden die Frage. Tun Sie dies abwechselnd mit allen gewählten Gegenständen. Danach reflektieren Sie mit Hilfe folgender Fragen:  
Wie war mein erster Satz? War das ein guter Anfang? Fühlte man sich dabei als Kunde wohl?  
Hätte man diese Frage auch im Nachbarland gestellt?



## 1.2 Luisteren

Net zo belangrijk als het stellen van de juiste vragen is het actief luisteren. Let hierbij op je mimiek en je lichaamstaal. Wanneer je een vervelde uitdrukking op je gezicht hebt of je wendt je van de klant af, dan ervaart die dat als desinteresse. Maar wanneer je met je bovenlichaam iets voorover buigt voelt de klant dat als een tegemoetkomen en belangstelling.

**Opdracht:** oefen met z'n vieren (twee teams, elk team bestaat uit een buddy-paar) in een rollenspel het begroeten en het aanspreken van de klant. Team A speelt een verkoper en een potentiële klant. Ze spelen alleen de scène waarin de verkoper op de klant afgaat om contact te maken.

Na de eerste openingszinnen van de verkoper is de scène afgelopen. Team B observeert en fotografeert terwijl het andere team het rollenspel speelt. De "fotograaf" legt in z'n plaatjes vooral het toelopen naar de klant, de houding en de mimiek van de verkoper vast. Gebruik de voorwerpen van de vorige opdracht. Daarna speelt team B en team A observeert. Bekijk na afloop de foto's en luister naar wat het team dat observeerde te vertellen heeft. Hoe verliep het eerste contact? Wat voor indruk maak jij als verkoper op de foto? Hoe sta je erbij? Wat doe je met je armen? Hoe is je gezichtsuitdrukking? Kun je aan mimiek en houding zien uit welk land de verkoper komt?



## 1.2 Zuhören

Genauso wichtig wie die richtige Frage ist auch das Zuhören. Achten Sie auch hier auf Ihre Mimik und Körpersprache. Ein gelangweilter Ausdruck oder eine vom Kunden abgewandte Haltung signalisiert dem Kunden Desinteresse, ein etwas vorgebeugter Oberkörper dagegen Entgegenkommen und Interesse.

**Auftrag:** Üben Sie zu viert (zwei Teams, jedes Team besteht aus einem Buddy-Paar) in einem Rollenspiel Begrüßung und Ansprechen des Kunden. Team A spielt einen Verkäufer und einen möglichen Kunden. Sie spielen nur die Szene, in der der Verkäufer auf den Kunden zugeht um Kontakt herzustellen. Nach den ersten Eröffnungssätzen des Verkäufers ist die Szene zu Ende. Team B beobachtet und fotografiert, während das andere Team das Rollenspiel spielt. Der "Fotograf" hält in seinen Bildern besonders das Zugehen auf den Kunden, die Haltung und Mimik des Verkäufers fest. Benutzen Sie die Gegenstände aus dem vorigen Auftrag. Anschließend spielt Team B und Team A beobachtet. Vergleichen Sie hinterher die Fotos und hören Sie sich an, was das jeweils observierende Team berichtet. Wie verlief der erste Kontakt? Was für einen Eindruck machen Sie als Verkäufer auf dem Bild? Wie stehen Sie, was machen Sie mit den Armen? Wie ist Ihr Gesichtsausdruck? Kann man an der Haltung und Mimik erkennen, aus welchem Land der Verkäufer kommt?



### Belangrijke vakbegrippen

1. Klantvriendelijk handelen
2. Lichaamstaal
3. Gezichtsuitdrukking
4. Actief luisteren
5. Oogcontact
6. Gesprekstechniek
7. Gedragsregels
8. Openingszin
9. Vriendelijkheid
10. Beleefdheid
11. Belangstelling

### Zinnen uit de praktijk

- a. "Goede morgen, waar kan ik u mee helpen?"
- b. "Dag meneer. Het apparaat dat u in de hand heeft kan ik aanbevelen."
- c. "Goede dag, u mag het jasje wel even passen."
- d. "Dag. Heeft u al gevonden wat u zoekt? Wij hebben dit artikel ook in andere kleuren."
- e. "Goede morgen. Ik zie dat u een shawl zoekt. Waar moet die bij passen?"



### Wichtige Fachbegriffe

1. Kundenfreundliches Verhalten
2. Körpersprache
3. Gesichtsausdruck
4. Aktives Zuhören
5. Blickkontakt
6. Sprechtechnik
7. Verhaltensregeln
8. Eröffnungssatz
9. Freundlichkeit
10. Höflichkeit
11. Interesse

### Sätze aus der Praxis

- a. "Guten Morgen, wie kann ich Ihnen behilflich sein?"
- b. "Guten Tag, mein Herr. Das Gerät, das Sie in der Hand halten, kann ich nur empfehlen."
- c. "Guten Tag. Sie können die Jacke gerne mal anprobieren."
- d. "Hallo. Haben Sie schon das Richtige gefunden? Wir haben den Artikel auch in anderen Farben."
- e. "Guten Morgen, ich sehe, Sie suchen einen Schal? Wozu soll er denn passen?"





## 2. De opbouw van het verkoopgesprek

Om het doel van je verkoopgesprek te bereiken, moet je aan elke stap van het verkoopgesprek voldoende aandacht besteden

- ↓ Contactfase - Behoeftebepaling
- ↓ Aanbodfase - Productdemonstratie
- ↓ Verkoopargumenten
- ↓ Prijsargumenten
- ↓ Afsluiten van de koop

### De productdemonstratie

Niet te veel artikelen laten zien

Artikelen uit verschillende prijsklassen tonen

Laat de klant het product met *de zintuigen ervaren*  
(b.v. een zachte deken voelen, een parfum ruiken)

Ga zorgvuldig en deskundig met het product om

Let op de gebruiksaanwijzing, veiligheids- en hygiënevoorschriften

**Opdracht:** Neem een catalogus, eventueel via internet, sla een willekeurige bladzijde open en overleg met z'n tweeën, in hoeverre je er voor kunt zorgen dat je klant dit artikel met "de zintuigen kan ervaren". Test je kennis in je eigen branche en ook in andere branches.



## 2. Der Aufbau des Verkaufsgesprächs

Damit Sie das Ziel Ihres Verkaufsgesprächs erreichen, müssen Sie jeder Stufe genügend Aufmerksamkeit widmen.

- ↓ Kontaktphase - Bedarfsermittlung
- ↓ Angebotsphase - Warenvorlage
- ↓ Verkaufsargumentation
- ↓ Preisargumentation
- ↓ Kaufabschluss

### Die Warenvorlage

Nicht zu viele Artikel zeigen

Artikel aus verschiedenen Preislagen zeigen

Lassen Sie den Kunden die Ware mit *den Sinnen erfahren*  
(z.B. eine weiche Decke fühlen, ein Parfüm riechen)

Gehen Sie sachgemäß und sorgfältig mit der Ware um

Achten Sie auf Gebrauchsanweisung, Sicherheits- und Hygienevorschriften

**Auftrag:** Nehmen Sie einen Katalog, eventuell im Internet, schlagen Sie eine beliebige Seite auf und überlegen Sie zu zweit, wie man dafür sorgen kann, dass der Kunde den Artikel "mit den Sinnen erfahren" kann. Testen Sie Ihr Wissen in Ihrer eigenen Branche und auch in anderen Branchen.



## 2.1 De prijsargumenten

De prijs van het product moet je pas noemen, als je de klant van het nut van het product hebt overtuigd. Antwoord altijd in volledige zinnen en noem voor of na de prijs de voordelen van het product voor de klant.

*Heel goed is de sandwich-methode, waarbij je het nut voor de klant-prijs-nut voor de klant als een belegde sandwich presenteert: De rode jas is van onderhoudsarme viscositeit, kost bij ons slechts Euro 122,50 en is zeer geschikt voor uw geplande zeilvakantie.*

Om een prijsschok te vermijden kun je:

1. de prijs door de hoeveelheid of tijd/gebruiksduur delen
2. alleen deelprijzen noemen
3. de meerprijs van een artikel ten opzichte van andere artikelen in verhouding tot het nut noemen

**Opdracht:** Geef aan bij welke van de drie zojuist genoemde methodes de volgende zinnen horen:

- De monitor kost € 199, de scanner € 175, de printer € 84 en de computer € 499
- Een krat bier kost € 12,99, dat is per fles niet meer dan € 0,60
- Voor maar € 19 meer heeft u hier een apparaat van de hoogste kwaliteit, waar u jaren lang mee kunt werken en dat veel onderhoudsvriendelijker is."

Zoek met je buddy uit of in het buurland volgens dezelfde methodes wordt gewerkt. Hoe zal je buddy de prijs meestal noemen? Noem ook een voorbeeld uit je eigen branche!

Opdracht: Loop met je buddy door het winkelcentrum en vind uit, welke producten in welk land goedkoper zijn!



## 2.1 Die Preisargumentation

Der Preis einer Ware sollte erst dann genannt werden, wenn der Kunden vom Nutzen der Ware überzeugt ist. Nennen Sie ihn immer nur in vollständigen Sätzen und erwähnen Sie vor oder nach dem Preis den Kundennutzen.

*Sehr schön ist die Sandwich-Methode, bei der Sie Kundennutzen-Preis-Kundennutzen wie ein belegtes Sandwich gestalten: Die rote Jacke ist von pflegeleichter Viskosequalität, kostet bei uns nur € 122,50, und eignet sich hervorragend zu Ihrem Segelurlaub.*

Um Preisschocks zu vermeiden, können Sie

1. den Preis durch Menge oder Zeit/Nutzungsdauer dividieren
2. nur Teilpreise nennen
3. den Mehrpreis von einem Artikel zu anderen Artikeln im Verhältnis zum Nutzen nennen


**Auftrag:** Ordnen Sie mit Ihrem Buddy die Sätze eine der oben genannten Methoden zu::

- Der Monitor kostet € 199, der Scanner € 175, der Drucker €84 und der Rechner € 499
- Der Kasten Bier kostet € 12,99, das sind pro Flasche grade mal an die € 0,60
- Für nur € 19 mehr haben Sie hier ein Gerät höchster Qualität, mit dem Sie jahrelang arbeiten können und das sich wesentlich leichter pflegen lässt

Finden Sie mit Ihrem Buddy heraus, ob im Nachbarland nach den gleichen Methoden gearbeitet wird. Wie nennt Ihr Buddy meistens den Preis?Nennen Sie auch ein Beispiel aus Ihrer Branche!

Auftrag: Gehen Sie mit Ihrem Buddy durchs Einkaufszentrum und finden Sie heraus, welche Artikel in welchem Land preiswerter sind!





### Belangrijke vakbegrippen

1. Contactfase
2. Koopmotief
3. Behoeftebepaling
4. Aanbodfase
5. Verkoopargumenten
6. Dienstverlening
7. Aanvullende verkoop
8. Gebruiksaanwijzing
9. Adviseren
10. Beslissen

### Zinnen uit de praktijk

- a. "Waarvoor wilt u dit apparaat gebruiken?"
- b. "Met deze jurk bent u op de bruiloft van uw dochter precies goed gekleed".
- c. "We hebben hier ook hele mooie stropdassen voor bij dit hemd"
- d. "Voelt u deze stof maar eens. Het is eerste klas kwaliteit"
- e. "Wij bezorgen deze wasmachine binnen twee dagen en nemen uw oude wasmachine meteen mee"



### Wichtige Fachbegriffe

1. Kontaktphase
2. Kaufmotive
3. Bedarfsermittlung
4. Angebotsphase
5. Verkaufsargumente
6. Serviceleistungen
7. Ergänzungsverkäufe
8. Gebrauchsanweisung
9. Beraten
10. Entscheiden

### Sätze aus der Praxis

- a. "Wie möchten Sie dieses Gerät einsetzen?"
- b. "Mit diesem Kleid sind Sie auf der Hochzeit Ihrer Tochter genau richtig gekleidet"
- c. "Wir haben hier auch sehr schöne Krawatten zu diesem Hemd"
- d. "Fühlen Sie doch mal diesen Stoff. Es ist eine erstklassige Qualität"
- e. "Wir liefern Ihnen die Waschmaschine innerhalb von 2 Tagen und nehmen Ihre alte Waschmaschine gleich mit"



### 3 Klantentypes en doelgroepen

Een goede verkoper weet al snel wie hij voor zich heeft door goed te kijken en te luisteren.. Dat is belangrijk want wie zich niet in de klant kan verplaatsen verkoopt niet veel.

De volgende onderwerpen komen altijd aan de orde:

- Klantentypes
- Doelgroepen
- Winkelgedrag
- Winkelformules

#### **Klantentypes**

*Eigenwijs:*

deze klant laat graag zien dat hij veel verstand heeft van het artikel waar het om gaat.

*Aarzelend:*

een klant die niet weet wat hij/zij precies wil kopen, vaak een besluiteloos type

*Zwijgzaam:*

deze klant praat niet graag. Je moet de woorden eruit trekken.

*Praatgraag:*

deze klant is daarentegen niet te stoppen: waarom komt hij/zij in de winkel? Zit hij om een praatje verlegen?

*Agressief:*

daar moeten we mee oppassen: je merkt meteen dat deze klant snel geïrriteerd wordt of misschien al in een kwade bui de winkel is binnen gekomen.



### 3 Kundentypen und Zielgruppen

Ein guter Verkäufer erkennt durch gutes Beobachten und Zuhören schnell, wen er vor sich hat.. Das ist wichtig, denn wer sich nicht in den Kunden hineinversetzen kann, verkauft nicht viel.

Die folgenden Themen kommen immer vor:

- Kundentypen
- Zielgruppen
- Verhalten des Kunden
- Ladenkonzept

#### **Kundentypen**

*Eigensinnig:*

Dieser Kunde zeigt gerne, dass er viel über den bestimmten Artikel weiß.

*Zögernd:*

Ein Kunde, der nicht weiß, was er genau kaufen möchte, oft ein unentschlossener Typ.

*Wortkarg:*

Dieser Kunde redet nicht gerne. Man muss ihm die Wörter aus der Nase ziehen.

*Redselig:*

Dieser Kunde dagegen ist nicht zu halten: Warum kommt er in das Geschäft? Sucht er vielleicht ein Schwätzchen?

*Aggressiv:*

Hier ist Vorsicht geboten: Sie merken sofort, dass dieser Kunde schnell irritiert ist oder vielleicht schon in einer schlechten Stimmung ins Geschäft gekommen ist.



## Opdracht voor 2x2 buddies

**Opdracht:** Omgaan met klantentypes

Wij oefenen het omgaan met verschillende klantentypes. Bij dit spel hebben wij de volgende spelregels:

1. Iedereen spreekt zijn eigen taal.
2. Schrijf de vijf klantentypes in beide talen op kaartjes.
3. Een buddypaar is klant en verkoper, het andere fotograaf en observant.
4. Bepaal samen om wat voor soort winkel het gaat.
5. Kopieer de volgende bladzijde (instructies) en knip de instructies voor de verschillende rollen uit, zodat iedereen een opdrachtenblaadje heeft.
6. Na het verkoopgesprek kun je de vragen ter nabespreking met z'n vieren beantwoorden.
7. Vervolgens worden de rollen en instructies geruild.



## Auftrag für 2x2 Buddys

**Auftrag:** Umgehen mit Kundentypen

Wir üben das Umgehen mit verschiedenen Kundentypen. Bei diesem Spiel haben wir die folgenden Spielregeln:

1. Jeder spricht seine eigene Sprache.
2. Schreiben Sie die fünf Kundentypen in beiden Sprachen auf Kärtchen.
3. Ein Buddypaar ist Kunde und Verkäufer, das andere Fotograf und Beobachter.
4. Bestimmen Sie, um welche Art Geschäft es sich handelt.
5. Kopieren Sie die nächste Seite (Instruktionen) und schneiden Sie die Instruktionen für die verschiedenen Rollen aus, so dass jeder sein Aufgabenblatt hat.
6. Nach dem Verkaufsgespräch können Sie die Fragen zur Nachbesprechung zu viert beantworten.
7. Anschließend werden die Rollen und Instruktionen getauscht.



## Instructies

### **Klant**

Je trekt een kaartje, zonder dat de verkoper dit kan zien. Bereid je goed voor op het gesprek. Leef je in in het type dat je moet gaan spelen. Bedenk een product dat je in deze winkel wilt kopen.

### **Verkoper**

Jij opent straks het gesprek. Kijk en luister goed zodat je snel kunt reageren op het klantentype dat je voor je hebt.

### **Fotograaf**

Probeer de houding en gezichtsuitdrukking van verkoper en klant goed vast te leggen. Maak meerdere foto's vanuit verschillende afstanden!

### **Observant**

Probeer belangrijke zinnen in het gesprek te onthouden en op te schrijven. Let op de tijd. Na 5 minuten breek je het verkoopgesprek af.



## Instruktionen

### **Kunde**

Sie ziehen ein Kärtchen, ohne dass der Verkäufer es sehen kann. Bereiten Sie sich gut auf das Gespräch vor. Versetzen Sie sich in den Kundentyp, den Sie spielen sollen. Denken Sie sich ein Produkt aus, das Sie in diesem Geschäft kaufen möchten.

### **Verkäufer**

Sie eröffnen gleich das Gespräch. Schauen Sie gut hin und hören Sie gut zu, so dass Sie schnell auf den Kundentyp reagieren können, den Sie vor sich haben.

### **Fotograf**

Versuchen Sie, die Haltung und Mimik des Verkäufers und Kunden gut zu treffen. Machen Sie mehrere Bilder aus verschiedenen Entfernungen!

### **Beobachter**

Versuchen Sie, wichtige Sätze des Gesprächs zu behalten und zu notieren. Achten Sie auf die Zeit. Nach 5 Minuten brechen Sie das Verkaufsgespräch ab.



## Vragen ter nabespreking

1. Welk klantentype speelde de klant?
2. Welk kenmerkend gedrag vertoonde hij?
3. Speelde de verkoper in op het klantentype?
4. Zou dit verkoopgesprek in werkelijkheid tot een verkoop hebben geleid? Waarom/waarom niet?
5. Hoe zijn houding en gezichtsuitdrukking van de verkoper?
6. Wat kun je aan de houding en gezichtsuitdrukking van de klant zien?
7. Hebben de fotograaf en observant nog tips?



## Fragen zur Nachbesprechung

1. Welchen Kundentyp spielte der Kunde?
2. Welches kennzeichnende Verhalten zeigte er?
3. Ging der Verkäufer auf den Kundentyp ein?
4. Würde dieses Verkaufsgespräch in Wirklichkeit zu einem Verkauf geführt haben? Warum/warum nicht?
5. Wie sind Haltung und Mimik des Verkäufers?
6. Was erkennt man an der Haltung und Mimik des Kunden?
7. Haben Beobachter und Fotograf Anregungen?



### 3.1 Doelgroepen

Bij je benadering van een klant kan het belangrijk zijn om te weten tot welke doelgroep deze behoort.

Meestal houdt men rekening met de volgende kenmerken:

- De leeftijd. Vooral ouderen, kinderen en jongeren worden meestal als een aparte doelgroep gezien
- Geslacht: man of vrouw
- Het bedrag dat men kan besteden (dit heeft vaak met het inkomen te maken)
- Gaat het om een vaste (vertrouwde) klant of niet?

**Opdracht:** Wissel met je buddy uit: Welke doelgroepen komen er in jullie leerbedrijf? Welke doelgroep is voor de omzet van de winkel echt heel belangrijk? Welke marketinginstrumenten gebruikt de bedrijfsleiding om juist deze doelgroep aan jullie bedrijf te binden?



### 3.1 Zielgruppen

Bei der Kontaktaufnahme zum Kunden kann es wichtig sein, dass man weiß, zu welcher Zielgruppe dieser gehört.

Meistens berücksichtigt man folgende Merkmale:

- Das Alter. Vor allem Ältere, Kinder und Jugendliche werden meist als einzelne Zielgruppen gesehen
- Das Geschlecht: Mann oder Frau
- Den Betrag, den man ausgeben kann (dies ist oft vom Einkommen abhängig)
- Handelt es sich um einen festen (Stamm-)Kunden oder nicht?

**Auftrag:** Tauschen Sie sich mit Ihrem Buddy aus: Welche Zielgruppen kommen in Ihrem Ausbildungsbetrieb vor? Welche Zielgruppe ist für den Umsatz des Geschäftes wirklich sehr wichtig? Welche Marketinginstrumente setzt die Geschäftsleitung ein, um gerade diese Zielgruppe an Ihr Geschäft zu binden?



## 3.2 Winkelgedrag

Sommige mensen komen een winkel binnen en lopen recht op hun doel af. Anderen zoeken en lopen te twijfelen. Weer anderen schijnen geen duidelijk doel te hebben maar vinden het in de winkel wel gezellig. Dit zijn vormen van winkelgedrag.

De reden waarom je naar de winkel gaat bepaalt je gedrag:

- Je komt de boodschappen van alle dag doen
- Je hebt een bepaald artikel nodig, b.v. een vulling voor je vulpen
- Je gaat voor de gezelligheid met een vriend(in) naar de stad om in winkels te kijken.
- Je loopt verschillende winkels om je te oriënteren op een dure eenmalige aanschaf (b.v. een bankstel)
- Je zoekt een cadeautje voor de verjaardag van een vriend of familielid.
- Je verveelt je.
- Het weer is zo slecht, dat je niets anders kunt doen.

**Opdracht:** Ga met je buddy naar een winkelstraat in de binnenstad en observeer in twee winkels het winkelgedrag van klanten. Welke vormen van koopgedrag (a t/m g) hebben jullie waargenomen? Welke strategie zou je gebruiken, om de klant tot kopen te verleiden?



## 3.2 Verhalten des Kunden

Manche Menschen betreten ein Geschäft und laufen direkt auf ihr Ziel zu. Andere suchen und laufen zweifelnd herum. Andere wiederum scheinen kein deutliches Ziel zu haben, aber genießen ihre Zeit im Geschäft. Dies sind verschiedene Verhaltensweisen in einem Geschäft.

Der Grund, warum Sie in ein Geschäft gehen, bestimmt Ihr Verhalten:

- Sie machen Ihre alltäglichen Einkäufe
- Sie brauchen einen bestimmten Artikel, z.B. eine Patrone für Ihren Füller
- Sie gehen gemütlich mit einem Freund oder einer Freundin zum Shoppen in die Stadt
- Sie besuchen mehrere Geschäfte, um sich über eine teure, einmalige Anschaffung (z.B. eine Couchgarnitur) Informationen zu verschaffen
- Sie suchen ein Geburtstagsgeschenk für einen Freund oder ein Familienmitglied.
- Sie langweilen sich.
- Das Wetter ist so schlecht, dass man nichts unternehmen kann.

**Auftrag:** Gehen Sie mit Ihrem Buddy zu einer Einkaufsstraße in der Innenstadt und beobachten Sie in zwei Geschäften das Verhalten der Kunden. Welche Verhaltensweisen (a bis einschl. g) haben Sie festgestellt? Welche Strategie würden Sie anwenden, um den Kunden zum Kauf zu bewegen?



### 3.3 Winkelformules

Een ondernemer die een winkel wil beginnen moet nadenken over zijn winkelformule.

Daarbij moet hij rekening houden met de vijf P's:

- **Product:** welk assortiment? Hoe breed moet het assortiment zijn? Welke uitstraling moeten de producenten of diensten hebben? *Voorbeeld: een exclusieve chocolaterie onderscheidt zich door handgemaakte bonbons in luxe verpakking*
- **Prijs:** Wie moet de doelgroep zijn? Wat vinden deze klanten duur en goedkoop? *Voorbeeld: een winkel met oorbellen voor tieners hanteert prijzen tot maximaal 5 euro per set.*
- **Promotie:** Hoe zal het product worden gecommuniceerd en met welke middelen zoals presentatie, reclame, etalage, verpakking. *Voorbeeld: De plaatselijke sportartikelenzaak adverteert met borden langs het veld van de plaatselijke voetbalclub*
- **Plaats:** Welke distributievormen worden gekozen? Winkel, dienst aan huis, Internet? *Voorbeeld: een landelijke supermarktketen levert nu ook bestellingen aan huis die je via internet kan opgeven, uiteraard voor een meerprijs.*
- **Personeel:** Welke service moeten de medewerkers verlenen? Wat moeten ze daarvoor kunnen? *Voorbeeld: Elke medewerker in een winkel van een wereldwijde aanbieder van smartphones krijgt een training van zes weken om de bedrijfsfilosofie uit te kunnen dragen.*



### 3.3 Ladenconcepten

Ein Unternehmer, der ein Geschäft führen möchte, muss über sein Ladenkonzept nachdenken.

Dabei muss er die fünf P berücksichtigen:

- **Produkt:** Welches Sortiment? Wie umfassend muss das Sortiment sein? Welche Ausstrahlung müssen die Produzenten oder Dienste haben? *Beispiel: Eine exklusive Chocolateria unterscheidet sich durch handgemachte Pralinen in Geschenkverpackung.*
- **Preis:** Wer ist die Zielgruppe? Was finden diese Kunden teuer und preiswert? *Beispiel: Ein Geschäft mit Ohrringen für Jugendliche handhabt Preise bis maximal 5 Euro pro Set.*
- **Promotion:** Wie soll das Produkt vertrieben werden und mit welchen Mitteln wie Präsentation, Werbung, Schaufenster, Verpackung? *Beispiel: Das örtliche Sportgeschäft wirbt im Ort mit Schildern entlang des Fußballplatzes.*
- **Platz:** Welche Vertriebsformen werden gewählt? Geschäft, Lieferservice, Internet? *Beispiel: Eine überregionale Supermarktkette liefert nun auch Bestellungen ans Haus, die man übers Internet eingeben kann, natürlich zu einem Mehrpreis.*
- **Personal:** Welchen Service müssen die Mitarbeiter bieten? Was müssen sie dafür können? *Beispiel: Jeder Mitarbeiter des Geschäftes eines weltweiten Smartphoneanbieters besucht eine sechswöchige Weiterbildung, um die Betriebsphilosophie weiter vermitteln zu können.*





## Opdracht: Analyse van winkelformules

**Opdracht 1:** Maak een matrix met rijen en kolommen. Zoals in het voorbeeld op pagina 26, maar dan op een groot vel papier. Schrijf de 5 P's. in de eerste kolom.

Kolom 2 en 3: Vul de kenmerken van de P's in van de beide leerbedrijven van de buddy's.

Kolom 4 en 5: Vul de kenmerken in van twee bedrijven die jullie selecteren in een winkelstraat.

De voorbeelden op de vorige pagina geven aan wat met de kenmerken wordt bedoeld.

**Opdracht 2:** ga bij elke van de vier winkels na of de vijf P's door de ondernemer goed zijn uitgewerkt. Ga van elke winkel na of de 5 P's goed bij elkaar passen.

**Opdracht 3:** bij welke winkel zijn de 5 P's het minst goed ontwikkeld? Geef aanbevelingen voor een verbetering van deze winkelformule.



## Auftrag: Analyse von Ladenkonzepten

**Auftrag 1:** Malen Sie eine Matrix mit Zeilen und Spalten. Wie im Beispiel auf Seite 26, aber dann auf ein großes Blatt Papier.

Schreiben Sie die 5 P in die erste Spalte.

Spalte 2 und 3: Tragen Sie die Merkmale der P beider Ausbildungsbetriebe der Buddys ein.

Spalte 4 und 5: Tragen Sie die Merkmale von zwei Geschäften ein, die Sie in einer Einkaufsstraße aussuchen.

Die Beispiele auf der vorigen Seite geben an, welche Merkmale gemeint sind.

**Auftrag 2:** Prüfen Sie, ob bei jedem der vier Geschäfte die 5 P vom Unternehmer gut ausgearbeitet wurden.

Untersuchen Sie, ob bei jedem Geschäft die 5 P gut zu einander passen.

**Auftrag 3:** Bei welchem Geschäft sind die fünf P am schwächsten entwickelt? Geben Sie Empfehlungen, wie man dieses Ladenkonzept verbessern könnte.

	Geschäft Buddy A	Winkel buddy B	Nach Wahl C	Winkel naar Keuze D
Product Produkt				
Prijs Preis				
Promotie Promotion				
Plaats Platz				
Personeel Personal				

### Belangrijke vakbegrippen

1. Besteding
2. Consumentenbehoefte
3. Concurrentie
4. Consumptie
5. Marktonderzoek
6. Winkelcentrum
7. Marktanalyse
8. Klantenbinding
9. Marktaandeel
10. Omzet
11. Ondernemer
12. Winkelier
13. Imago
14. Assortiment

### Zinnen uit de praktijk

- a. "U hoeft natuurlijk niet meteen te beslissen. Slaapt u er rustig een nachtje over."
- b. "Dag jongeman! Ik zie dat je moeder je een briefje heeft meegegeven. Laten we maar eens kijken."
- c. "Er is heen enkele reden om boos te worden. We zijn toch allebei redelijke mensen!"
- d. "Meneer, mag ik u een kopje koffie aanbieden, terwijl uw vrouw in de paskamer is?"
- e. "Zo te horen heeft u er veel verstand van. Dan bent u het beslist met me eens dat dit het absolute topmerk in zijn klasse is".

### Wichtige Fachausdrücke

1. Ausgaben
2. Konsumentenbedarf
3. Wettbewerb
4. Konsum
5. Marktforschung
6. Einkaufszentrum
7. Marktanalyse
8. Kundenbindung
9. Marktanteil
10. Umsatz
11. Unternehmer
12. Geschäftsinhaber
13. Image
14. Sortiment

### Sätze aus der Praxis

- a. "Sie brauchen sich natürlich nicht gleich zu entscheiden. Schlafen Sie ruhig eine Nacht darüber."
- b. "Hallo junger Mann! Ich sehe, dass Dir Deine Mutter einen Zettel mitgegeben hat. Dann werden wir mal schauen."
- c. "Es gibt überhaupt keinen Grund, wütend zu werden. Wir sind doch beide vernünftige Menschen!"
- d. "Mein Herr, darf ich Ihnen eine Tasse Kaffee anbieten, während Ihre Frau in der Ankleidekabine ist?"
- e. "Wie ich höre, sind Sie schon gut darüber informiert. Dann sind wir uns sicher einig, dass dies die absolute Topmarke seiner Klasse ist."



## 4. De kassarimte en manieren van betalen

### Bij de kassa

In veel winkels vindt het eerste klantencontact bij de kassa plaats. Om de kassawerkzaamheden goed te kunnen uitvoeren, moet de kassa verkoopklaar zijn. Alles moet klaar zijn voor het gebruik van de kassa. Er mag niets ontbreken en er moeten al vooraf enkele handelingen worden verricht.

De kassahandeling gebeurt volgens nauwkeurige kassainstructies, waarbij elke stap beschreven is.

**Opdracht:** Hoe wordt de kassa bedrijfsklaar gemaakt? Doe aan je buddy voor, hoe jij de kassarimte "bedrijfsklaar" maakt. Leg daarbij uit wat je moet doen en wat er aanwezig moet zijn. Daarna laat je buddy jou zien hoe dat in het buurland gebeurt.

**Opdracht:** Je buddy betaalt iets bij jou en jij beschrijft de kassahandeling en noemt de kassainstructies. Daarna betaal jij iets bij je buddy. Zijn er verschillen tussen beide landen?

**Opdracht:** Jij en je buddy nemen bankbiljetten en laten elkaar zien hoe je de biljetten op echtheid controleert. Lees hiervoor de "Belangrijke vakbegrippen" aan het einde van dit hoofdstuk.



## 4. Im Kassenbereich und Zahlungsarten

### An der Kasse

In vielen Geschäften findet der erste Kundenkontakt im Kassenbereich statt. Um die Kassiertätigkeit gut ausführen zu können, muss an der Kasse Verkaufsbereitschaft herrschen. Alles soll nun bereit sein für den Kassiervorgang. Es darf nichts fehlen und es müssen schon vorher einige Handlungen verrichtet werden. Das Kassieren geschieht nach genauen Kassieranweisungen, wobei jeder Schritt beschrieben ist.

**Auftrag:** Wie sieht die Verkaufsbereitschaft an der Kasse aus? Spielen Sie Ihrem Buddy vor, wie Sie Ihren Kassenbereich "verkaufsbereit" machen. Erklären Sie gleichzeitig, was Sie tun und was anwesend sein muss. Danach zeigt Ihr Buddy, wie es im Nachbarland geschieht.

**Auftrag:** Ihr Buddy bezahlt etwas bei Ihnen und Sie beschreiben den Kassiervorgang und nennen die Kassieranweisungen. Danach bezahlen Sie etwas bei Ihrem Buddy. Gibt es Unterschiede zwischen beiden Ländern?

**Auftrag:** Sie und Ihr Buddy nehmen Geldscheine und zeigen sich gegenseitig, wie Sie die Scheine auf Echtheit überprüfen. Lesen Sie hierfür "Wichtige Fachausdrücke" am Ende dieses Kapitels.



## 4.1 Betaalvormen

1. Contant
2. Betaalcheque
3. Bankoverschrijving
4. Tegoedbon
5. Creditcard
6. Klantenkaart  
Electronic-Banking-Systemen
7. Pinpas
8. Thuisbankieren
9. Telefonisch bankieren

**Opdracht:** Vraag aan je buddy, welke manieren van betalen in het buurland het meest gebruikt worden en bij welke bedragen. Welke vormen van betalen worden nauwelijks gebruikt? Zijn er verschillen tussen de twee landen?

**Opdracht:** Kijk goed naar de kassarimte in het buurland en maak foto's van verschillen en laat je buddy de kassarimte in je eigen land zien.

### Kopen via het Internet

**Opdracht:** Stel in gesprek met je buddy vast welke artikelen via het internet gekocht worden. Zijn er verschillen tussen de twee landen? Hoe vaak wordt er via Internet besteld?



## 4.1 Zahlungsarten


1. Barzahlung
2. Barscheck
3. Überweisung
4. Gutschein
5. Kreditkarte
6. Kundenkarte  
Electronic-Banking-Systeme
7. Electronic Cash
8. Homebanking
9. Telefonbanking

**Auftrag:** Fragen Sie Ihren Buddy, welche Zahlungsarten im Nachbarland am meisten genutzt werden und bei welchen Beträgen. Welche Zahlungsarten werden kaum genutzt? Gibt es Unterschiede zwischen den Ländern?

**Auftrag:** Sehen Sie sich im Nachbarland den Kassenbereich genau an. Fotografieren Sie Unterschiede und zeigen Sie Ihrem Buddy einen Kassenbereich in Ihrem Land.

### Im Internet kaufen

**Auftrag:** Stellen Sie im Gespräch mit Ihrem Buddy fest, welche Artikel im Internet gekauft werden. Gibt es Unterschiede zwischen den Ländern? Wie sieht es mit der Häufigkeit der Bestellungen aus?




## 4.2 Afscheid

In de grensregio komt het vaak voor dat de verkoper de buitenlandse klant moet begroeten, aanspreken en afscheid moet nemen.

In de kassarimte is het handig, om bepaalde zinnen in de taal van het buurland te kunnen zeggen. Je kunt bijvoorbeeld aan de klant vragen hoe deze wil betalen en ook vragen, om zijn betaalkaart in de pinautomaat te steken en zijn pincode in te typen.

**Opdracht:** Neem met je buddy de “Belangrijke vakbegrippen” en “Zinnen uit de praktijk” op de volgende pagina door en bedenk zelf nieuwe zinnen. Oefen deze situatie aan de kassa in de taal van het buurland en help je buddy om in deze situatie in jouw taal op de klant te reageren.

**Opdracht:** Ontwerp met je buddy symbolen voor de dagdelen, het weekend, de feestdagen, Kerstmis, Nieuwjaar, Pasen, verjaardag, vakantie. Teken voor elk symbool een kaartje en schrijf op de achterkant in beide talen wat je de klant hierbij zou willen wensen. Je buddy zal je helpen om de juiste woorden in de andere taal op te schrijven. Meng nu de kaarten en speel afwisselend de klant die de winkel verlaat. De klant toont jou het kaartje en jij reageert als verkoper in de taal van het buurland. Dus wanneer je op de kaart een taart ziet zeg je: “Einen schönen Geburtstag!”



## 4.2 Verabschiedung

In den Grenzregionen kommt es häufig zu Situationen, in denen der Verkäufer den ausländischen Kunden begrüßen, ansprechen und verabschieden muss.

Im Kassbereich ist es hilfreich, bestimmte Sätze in der Sprache des Nachbarlandes sprechen zu können. So können Sie den Kunden fragen, wie er bezahlen möchte und auch bitten, seine Karte in das Lesegerät zu stecken und seine Geheimzahl einzugeben.

**Auftrag:** Nehmen Sie mit Ihrem Buddy “Wichtige Fachausdrücke” und “Sätze aus der Praxis” auf der nächsten Seite durch und denken Sie sich noch neue Sätze aus. Üben Sie die Situation an der Kasse in der Sprache des Nachbarlandes und helfen Sie Ihren Buddy, die Situation in Ihrer Sprache zu meistern.

**Auftrag:** Entwerfen Sie mit Ihrem Buddy Symbole für Tageszeiten, Wochenende, Feiertage, Weihnachten, Neujahr, Ostern, Geburtstag, Urlaub. Malen Sie ein Symbol pro Kärtchen und schreiben Sie auf der Rückseite in beiden Sprachen, was Sie dem Kunden hierzu wünschen können. Ihr Partner wird Ihnen helfen, den richtigen Wunsch in der Fremdsprache zu notieren. Nun mischen Sie die Karten und spielen abwechselnd den Kunden, der das Geschäft verlässt. Der Kunde zeigt Ihnen das Symbol und Sie reagieren als Verkäufer in der Fremdsprache. Also wenn Sie auf dem Kärtchen zum Beispiel eine Torte sehen, sagen Sie: “Nog een fijne verjaardag!”



### Belangrijke vakbegrippen

1. Aankoopbedrag
2. Handtekening
3. PIN-code
4. Nieuwe kassarol
5. Kwitantie
6. Tegoedbon
7. Aankoopbewijs
8. Draagtas
9. Watermerk
10. Reliëf
11. Veiligheidsdraad
12. Microschrift
13. Streephologram
14. Perforaties
15. UV licht

### Zinnen uit de praktijk

- a. "Wilt u contant betalen of wilt u pinnen?"
- b. "Is de aankoop naar tevredenheid?"
- c. "U mag nu de PIN-pas invoeren en op akkoord drukken"
- d. "Hartelijk dank voor uw aankoop en een prettig weekend!"



### Wichtige Fachausdrücke

1. Kaufbetrag
2. Unterschrift
3. PIN-Nummer
4. Ersatzkassenrollen
5. Quittungen
6. Gutscheine
7. Kaufbelege
8. Tragetaschen
9. Wasserzeichen
10. Reliëf
11. Sicherheitsfaden
12. Mikroschrift
13. Hologramm im Folienstreifen
14. Perforation
15. UV-Licht

### Sätze aus der Praxis

- a. "Möchten Sie bar oder mit Karte zahlen?"
- b. "War der Einkauf zu Ihrer Zufriedenheit?"
- c. "Sie können jetzt Ihre PIN eingeben und bestätigen"
- d. "Vielen Dank für Ihren Einkauf und ein schönes Wochenende!"



## 5. Klantenservice

Overal in de wereld zien verkopers klanten terugkomen: omdat ze niet tevreden zijn met hun aankoop. Een goede verkoper kan ervoor zorgen dat ontevreden klanten tóch klant blijven.

### Ruilen

De meeste winkels hebben regels voor ruilen:

- De termijn waarop geruild mag worden.
- Alleen ruilen op vertoon van de kassabon.
- Voorwaarden over het gebruik van het artikel: Bijvoorbeeld: de verpakking mag niet geopend zijn of: kleding mag niet gedragen zijn.

**Opdracht:** vergelijk met je buddy hoe de regels zijn bij jullie leerbedrijven. Zijn er grote verschillen?

### Klachten over het artikel

Een belangrijk onderscheid dat je leert in de opleiding: *terechte en onterechte klachten*

#### Terechte klachten

- a. Het artikel is beschadigd of niet compleet
- b. De gegeven informatie over eigenschappen van het artikel kloppen niet
- c. Het artikel is beschadigd doordat de gebruiksaanwijzing niet correct is

#### Onterechte klachten

- a. De klant heeft het artikel verkeerd geïnstalleerd of gebruikt
- b. De klant heeft geen aankoopbewijs



## 5. Der Kundenservice

Man findet überall auf der Welt Kunden, die in die Läden zurückkehren, weil sie mit ihrer gekauften Ware nicht zufrieden sind. Ein guter Verkäufer kann dafür sorgen, dass unzufriedene Kunden dennoch Kunden bleiben.

### Umtauschen

Die meisten Geschäfte handhaben Regeln für den Umtausch:

- Einen Zeitraum, in dem getauscht werden darf
- Umtausch nur gegen Vorlage des Kassenzettels
- Bedingungen über den Gebrauch des Artikels Beispielsweise: Die Verpackung darf nicht geöffnet worden sein, oder: Kleidung darf nicht getragen worden sein.

**Auftrag:** Vergleichen Sie mit Ihrem Buddy, wie die Regeln in Ihren Ausbildungsbetrieben sind. Gibt es große Unterschiede?

### Reklamationen

Ein wichtiger Unterschied, den Sie während Ihrer Ausbildung lernen: *berechtigte und unberechtigte Reklamationen.*

#### Berechtigte Reklamationen

- a. Der Artikel ist beschädigt oder unvollständig
- b. Die angegebenen Informationen über die Eigenschaften des Artikels stimmen nicht
- c. Der Artikel wurde beschädigt, weil die Gebrauchsanweisung nicht korrekt ist

#### Unberechtigte Reklamationen

- a. Der Kunde hat den Artikel falsch installiert oder benutzt
- b. Der Kunde hat keinen Kaufnachweis





## 5.1 Omgaan met ontevreden klanten

- Altijd rustig blijven
- Luister goed naar de klant
- Neem de klant serieus ook al is de klacht niet terecht
- Stel gericht vragen om de oorzaak van de klacht te achterhalen
- Probeer samen naar een oplossing te zoeken.
- Wees duidelijk over de geldende regels
- Zorg voor een snelle afhandeling van de klacht

**Opdracht:** wissel je eigen ervaringen uit met je buddy: geef een voorbeeld van hoe je bent omgegaan met een ontevreden klant. Beschrijf hoe je dit gesprek hebt aangepakt en hoe het resultaat was.

**Opdracht:** Een voorbeeld uit de praktijk. Er komt een klant in de winkel met een klacht. Het artikel dat hij bij je heeft gekocht is na één week al defect. De klant heeft het artikel volgens voorschrift gebruikt. Er is geen garantiebewijs. De fabrikant geeft namelijk helemaal geen garantie. De klant beweert dat hij recht heeft op schadeloosstelling. Volgens hem schrijft de wet voor dat de klant de winkel waar het artikel gekocht is aansprakelijk kan stellen voor het in gebreke blijven binnen een bepaalde termijn. Klopt het wat de klant zegt? Hoe zit dit in Nederland en hoe in Duitsland? Zoek samen met je buddy uit hoe de wettelijke voorschriften zijn en welke rechten de klant heeft.



## 5.1 Der Umgang mit unzufriedenen Kunden

- Immer ruhig bleiben
- Hören Sie dem Kunden gut zu
- Nehmen Sie den Kunden ernst, auch wenn die Reklamation nicht berechtigt ist
- Stellen Sie gezielte Fragen, um die Ursache der Beschwerde zu ergründen
- Versuchen Sie zusammen eine Lösung zu suchen
- Seien Sie deutlich über die geltenden Regeln
- Sorgen Sie für eine schnelle Abwicklung der Beschwerde

**Auftrag:** Tauschen Sie Ihre eigenen Erfahrungen mit Ihrem Buddy aus: Geben Sie ein Beispiel, wie Sie mit einem unzufriedenen Kunden umgegangen sind. Beschreiben Sie, wie Sie bei diesem Gespräch vorgegangen sind und wie das Resultat war.

**Auftrag:** Ein Beispiel aus der Praxis. Ein Kunde mit einer Reklamation betritt das Geschäft. Der Artikel, den er bei Ihnen gekauft hat, ist nach einer einzigen Woche schon defekt. Der Kunde hat den Artikel der Vorschrift entsprechend benutzt. Es gibt keinen Garantieschein. Der Fabrikant gibt nämlich gar keine Garantie. Der Kunde behauptet, dass er ein Anrecht auf Schadenersatz hat. Seines Erachtens schreibt das Gesetz vor, dass der Kunde das Geschäft, wo der Artikel gekauft wurde, haftbar machen kann für nicht erbrachte Leistung innerhalb eines bestimmten Zeitraums. Stimmt, was der Kunde behauptet? Wie ist dies in den Niederlanden und wie in Deutschland? Finden Sie zusammen mit Ihrem Buddy heraus, wie die gesetzlichen Vorschriften sind und welche Rechte der Kunde hat.

## Belangrijke vakbegrippen

1. Terechte klacht
2. Onterechte klacht
2. Fabricagefout
4. Winkelfout
5. Verkoopfout
6. Tegoedbon
7. Klantvriendelijk handelen
8. Rechten en plichten
9. Garantie
10. Garantiebewijs
11. Garantie bepalingen
12. Aankoopbon
13. Omruilen
14. Reparatie
15. Klantenbinding
16. Consumentenrechten
17. Gebruiksaanwijzing
18. Ruzie
19. Conflict

## Zinnen uit de praktijk

- a. Ik wil mijn geld terug
- b. Hebt u de kassabon nog?
- c. Mijn man vindt de kleur niet mooi
- d. De garantie is helaas verlopen
- e. Binnen 8 dagen mag geruild worden
- f. Heeft u de gebruiksaanwijzing gelezen?
- g. We kunnen u een tegoedbon geven
- h. Artikelen in de uitverkoop kunnen niet geruild worden

## Wichtige Fachausdrücke

1. Berechtigte Reklamation
2. Unberechtigter Reklamation
3. Fabrikationsfehler
4. Geschäftsfehler
5. Verkaufsfehler
6. Gutschein
7. Kundenfreundliches Handeln
8. Rechte und Pflichten
9. Garantie
10. Garantieschein
11. Garantiebestimmungen
12. Kassenbeleg
13. Umtauschen
14. Reparatur
15. Kundenbindung
16. Verbraucherrechte
17. Gebrauchsanweisung
18. Streit
19. Konflikt

## Sätze aus der Praxis

- a. Ich möchte mein Geld wiederhaben
- b. Haben Sie den Kassenzettel noch?
- c. Mein Mann mag die Farbe nicht
- d. Die Garantie ist leider abgelaufen
- e. Innerhalb von 8 Tagen darf umgetauscht werden
- f. Haben Sie die Gebrauchsanweisung gelesen?
- g. Wir können Ihnen einen Gutschein geben
- h. Artikel aus dem Ausverkauf können nicht umgetauscht werden