

# **Einzelhandelskaufleute**

**Prüfungsvorbereitung  
kurz und knapp**

**Verkauf und  
Marketing**

**Geschäfts-  
prozesse**

**Personal**

**Warenwirtschaft**

**Rechnungswesen  
Rechnen**

**HECK**  
Heinrich Johannes Kehnen

***unterwegs • nachts • beim Chillen***



**Best.-Nr. 2401**

**WiSo**

## Deine Meinung ist uns wichtig

Du hast Fragen, Anregungen oder Kritik zu diesem Produkt?  
Das u-form Team und der Autor stehen dir gerne Rede und Antwort.

Einfach eine kurze E-Mail an

**kehnen@kehnen.de**

oder

**feedback@u-form.de**

11. Auflage 2025 · Bestell-Nr. 2401 · ISBN 978-3-95532-401-8

Titelblatt, Zeichnungen, Grafiken und Layout:

**Barbara Kehnen Daten**

[www.kehnen.de](http://www.kehnen.de)

Lektorat: Manuela Chrostek

### **COPYRIGHT**

**u-form Verlag, Hermann Ullrich GmbH & Co. KG**

Cronenberger Straße 58 · 42651 Solingen

Telefon 0212 22207-0 · Telefax 0212 22207-63

Internet: [www.u-form.de](http://www.u-form.de) · E-Mail: [uform@u-form.de](mailto:uform@u-form.de)

Alle Rechte liegen beim Verlag bzw. sind der Verwertungsgesellschaft Wort, Untere Weidenstraße 5, 81543 München, Telefon 089 514120, zur treuhänderischen Wahrnehmung überlassen. Damit ist jegliche Verbreitung und Vervielfältigung dieses Werkes – durch welches Medium auch immer – untersagt.

# Inhaltsverzeichnis

Infos und Tipps zur Prüfung

III – VI

## Verkauf und Marketing

|                      |   |                                       |    |
|----------------------|---|---------------------------------------|----|
| Kundenerwartungen    | 1 | Serviceleistungen                     | 9  |
| Teamarbeit           | 2 | Verkaufsförderung                     | 10 |
| Eingangskontrolle    | 3 | Werbeplan                             | 11 |
| Kundenkarte          | 4 | Werbemittel/Werbeträger               | 12 |
| Bar-/Kartenzahlungen | 5 | E-Commerce                            | 13 |
| Sortimente           | 6 | Prüfungs-Stichworte Verkauf/Marketing | 14 |
| Haupt-/Nebenartikel  | 7 | Prüfungs-Stichworte Verkauf/Marketing | 15 |
| Renner-Penner-Liste  | 8 |                                       |    |

## Geschäftsprozesse

|                            |    |                                       |    |
|----------------------------|----|---------------------------------------|----|
| Handelsregister            | 17 | Marktforschung                        | 23 |
| Firma                      | 18 | Marketing-Mix                         | 24 |
| Kommanditgesellschaft (KG) | 19 | Lieferungsverzug                      | 25 |
| KG-Gewinnverteilung        | 20 | Franchising/Leasing                   | 26 |
| Unternehmensvergleich      | 21 | Deckungsbeitragsrechnung              | 27 |
| Kommissionär               | 22 | Prüfungs-Stichworte Geschäftsprozesse | 28 |

## Personal

|                                     |    |                              |    |
|-------------------------------------|----|------------------------------|----|
| Personalunterlagen                  | 29 | Kündigungsregelungen         | 36 |
| Ausbildungsvertrag                  | 30 | Betriebsrat                  | 37 |
| Jugendarbeitsschutz                 | 31 | Jugendvertretung (JAV)       | 38 |
| Personalbedarfsplanung              | 32 | Tarifverträge                | 39 |
| Personaleinsatzplanung              | 33 | Tarifauseinandersetzen       | 40 |
| Gehaltsabrechnung                   | 34 | Vollmachten                  | 41 |
| Personalausschreibung extern-intern | 35 | Prüfungs-Stichworte Personal | 42 |

## Warenwirtschaft

|                                         |    |                                     |    |
|-----------------------------------------|----|-------------------------------------|----|
| PLU-Verfahren / GTIN / EAN              | 43 | Beschaffungsplanung                 | 53 |
| Lieferantensuche - Anfrage              | 44 | Lager-Kennzahlen Begriffe           | 54 |
| Lieferantenbewertung                    | 45 | Lager-Kennzahlen Beispiel           | 55 |
| Bezugskalkulation                       | 46 | Meldebestand                        | 56 |
| Bezugskalkulation - Beispiel            | 47 | Optimale Bestellmenge               | 57 |
| Bezugskalkulation - Angebotsvergleich 1 | 48 | Inventur                            | 58 |
| Bezugskalkulation - Angebotsvergleich 2 | 49 | Angebotskalkulation                 | 59 |
| Bezugskalkulation rückwärts             | 50 | Angebotskalkulation komplett        | 60 |
| Warenwirtschaftssystem Vor-/Nachteile   | 51 | Kalkulationsfaktor-Handelsspanne    | 61 |
| Annahmeverzug                           | 52 | Prüfungs-Stichworte Warenwirtschaft | 62 |

# Was erwarten die Kunden von den Verkäufern?

|                                                                 |                                                                                                                                                                           |
|-----------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| freundliche Begrüßung                                           | IMMER: gut angezogen, Dresscode des Unternehmens beachten, gut riechend, ausgeschlafen, freundliches Gesicht, freundliche Haltung, ein immer positives Verhalten          |
| deutliche, nicht überhebliche, leise oder zu technische Sprache | Nicht nuscheln, Kunden beim Sprechen immer ansehen, sich gern unterbrechen lassen, um dem Kunden den Vortritt zu lassen, nicht übertönen.                                 |
| Bereitschaft zu beraten, aber auch zu warten                    | Dem Kunden sagen, dass man ihn gerne beraten würde, aber auch abwarten kann, bis der Kunde sich meldet - dazu freundlichen Blickkontakt wahren (kein Stasi-Blick).        |
| unbedingte Fachkompetenz                                        | Ohne Fachkompetenz kann man einen Kunden nicht mehr überzeugen, deshalb sind Fortbildungen und Einarbeitungen in neue Produkte ständig notwendig.                         |
| starke Sozialkompetenz                                          | Verständnis für mitgebrachte Kinder, für ältere (behinderte) Menschen, die langsamer sind.                                                                                |
| dezenste, nicht aufdringliche Beratung                          | Freudige, positiv gestrickte Beratung, damit sich der Kunde wohl fühlt.                                                                                                   |
| abwarten können, Zuhöbereitschaft                               | Gut zuhören ist wichtig, um die 'innere Wunschliste' des Kunden herauszuhören.                                                                                            |
| Hineinversetzen in die Bedürfnisse des Kunden                   | Nicht das Bedürfnis des Verkäufers sollte befriedigt werden, sondern das der Käufer. Deshalb ist es wichtig, sich in die Kaufsituation des Kunden zu versetzen.           |
| Verständnis für die Gefühle des Kunden                          | Oft ist nicht das Portemonnaie, sondern das Gefühl des Käufers entscheidend.                                                                                              |
| Verständnis für die mangelnde Fachkenntnis des Kunden           | Bei der Flut an Neuigkeiten, vor allem im technischen Sektor, ist Verständnis für veraltete oder falsche Fachkenntnis angebracht - Hohnsichtigkeit verdirbt das Geschäft. |
| Heiterkeit auch am Regentag                                     | Fröhlichkeit und eine heitere Stimmung erzeugt ein Wohlbefinden - und dann kauft man gern                                                                                 |
| Respekt                                                         | Jeder Kunde verdient unseren Respekt, egal ob er alt, jung, dick, dünn, reich oder arm ist.                                                                               |

# Eingangskontrolle

A  
N  
L  
I  
E  
F  
E  
R  
U  
N  
G

Fracht und Lie-  
ferschein müssen  
sofort im Beisein  
des Fahrers über-  
prüft werden

ok!

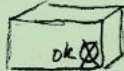
Verpackung  
prüfen

ok!

Auspacken und  
unverzüglich  
(ohne schuldhaf-  
tes Verzögern)  
prüfen

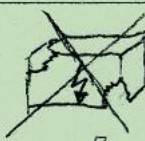
ok!

Ware einlagern  
oder direkt in die  
Regale packen



nicht /Z/ok

Differenzen schriftlich  
festhalten und bestäti-  
gen lassen -  
oder Annahme  
verweigern



nicht /Z/ok

Schäden schrift-  
lich bestätigen  
lassen -  
oder Annahme  
verweigern



nicht /Z/ok

Fehler in der  
Menge, Art, Be-  
schaffenheit oder  
Güte festgestellt,  
deshalb...



Mängelrüge an  
den Lieferer mit  
dem Hinweis auf  
unsere Rechte

# Vor- und Nachteile der Kundenkarte

4

| Kundenkarten | Aus der Sicht der Kunden                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|--------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|              | Vorteile                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Nachteile                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|              | <ul style="list-style-type: none"> <li>* Punkte sammeln und später kassieren - Sachprämien oder Geldprämien</li> <li>* Teilnahme an Rabatt- und Sonderaktionen, z.B. Informationen über einen Sonderrabatt <u>VOR</u> dem allgemeinen Termin über E-Mail oder Post</li> <li>* ständige Infos über NEUIGKEITEN</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>* Datenspeicherung (Adresse, Geburtsdatum, Einkaufsgewohnheiten usw.)</li> <li>* Werbeflut (man wird etwa mit E-Mails auch von „befreundeten“ Unternehmen überschüttet)</li> <li>* Anreiz zu Mehrausgaben (durch Sammelleidenschaft oder „Rabattmentalität“)</li> </ul> |
|              | Aus der Sicht des Einzelhändlers                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|              | Vorteile                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Nachteile                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|              | <ul style="list-style-type: none"> <li>* Kundenbindung (die Stammkunden bilden die Seele des Geschäfts)</li> <li>* Kenntnis der Kaufgewohnheiten, die Sonderbewerbungen ermöglichen</li> <li>* Umsatz-Plus durch gezielte Werbung, Rabattaktionen, Sonderaktionen</li> </ul>                                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>* Rabatt-Entgelt an Kunden (diese erhalten 0,25 % bis maximal 3 % als Rabatt)</li> <li>* Kosten der Karte</li> <li>* Kosten durch gezielte Werbemaßnahmen</li> <li>* Kosten durch gezielte Kundenbindungsmaßnahmen wie z.B. Geburtstagsglückwünsche</li> </ul>          |

PAYBACK-Karte  
DeutschlandCard  
IKEA-Family-Card  
TchiboCard  
Douglas Beauty Card  
P&C-Karte  
regionale Karten....

**Jeder Deutsche besitzt im Durchschnitt 4,4 Kundenkarten!**

Am wirksamsten sind Kombikarten (von mehreren Unternehmungen gleichzeitig betrieben)

# Die Handelsregister

sind zu finden am örtlichen Amtsgericht (vereinfacht)

## Am Amtsgericht finden wir:

- ▶ die Handelsregister A und B
- ▶ das Vereinsregister
- ▶ das Genossenschaftsregister
- ▶ das Grundbuchamt (alle Grundstücke und Gebäude gelistet)
- ▶ Zwangsversteigerungen
- ▶ Mahnverfahren-Stelle
- ▶ Gerichtsvollzieher
- ▶ ein Gericht für Strafverfahren, Familiensachen, Streitigkeiten...
- ▶ und vieles mehr....

Jeder kann in die Register reinschauen! Man kann sich sogar die Daten online ansehen!

| Handelsregister A                                                                                          | Handelsregister B                                                                                             | Genossenschaftsregister                                                                          | Vereinsregister                                                              |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|
| Einzelkaufleute<br>e.K., e.Kfm, e.Kfr.                                                                     | Kapitalgesellschaften                                                                                         | Genossenschaften wie Agrargenossenschaften, Bankgenossenschaften                                 | Vereine wie Sportverein, Schützenverein, kulturelle Vereine und viele andere |
| Personengesellschaften wie OHG, KG                                                                         | wie AG, GmbH                                                                                                  |                                                                                                  |                                                                              |
| <u>Eintragungen:</u><br>Firma-Rechtsform<br>Sitz des Unternehmens<br>Kommanditisten<br>Einlagen<br>Prokura | <u>Eintragungen:</u><br>Firma-Rechtsform<br>Sitz des Unternehmens<br>Geschäftsführer<br>Prokura<br>Kapitalien | <u>Eintragungen:</u><br>Firma<br>Sitz des Unternehmens<br>Geschäftsführer<br>Prokura<br>Vorstand | <u>Eintragungen:</u><br>Satzung des Vereins<br>Vorstand                      |

## Vorteile der Eintragung e.K.

- ▶ seriöser Auftritt
- ▶ professionell
- ▶ vertrauensbildend
- ▶ Prokura kann erteilt werden

## Nachteile der Eintragung e.K.

- ▶ Haftung auch bei mündlichen Bürgschaften
- ▶ bei mehr als 800.000 € Umsatz oder 80.000 € Gewinn => Bilanz
- ▶ IHK-Gebühren fällig

Ob für ein Einzelunternehmen die Pflicht zur Eintragung in das Handelsregister besteht, hängt von mehreren Faktoren ab, z. B. Umfang der Geschäftstätigkeit, Anzahl der Beschäftigten, Standort/Niederlassungen, Höhe des branchenüblichen Jahres- oder Saisonumsatzes (für den Einzelhandel gilt z. B. ein Jahresumsatz von 250.000 € als Indiz für Kaufmannseigenschaft und somit HR-Pflicht).

## Produktpolitik

- P-Innovation (neu)
- P-Variation (Veränderung)
- P-Elimination (raus!)
- P-Differenzierung (z. B. jede Größe)
- P-Diversifikation (anderes, neues P)
- P-Gestaltung (Optik)
- Sortimentsgestaltung (tief/breit)
- Servicepolitik (After Sales)

## Preispolitik

*Preis-Politik = Kontrahierungspolitik*

- Preisstrategie (hoch – niedrig)
- Abschöpfungs-Skimming-Strategie
- Marktgewinnungs-Penetrations-Strategie
- Preisdifferenzierung
  - zeitlich – räumlich – sachlich
  - nach Käuferschichten – Menge
  - Verwendung



- Werbung (wo, wann, wie, wen)
- Verkaufsförderung (Sales Promotion)
- Product-Placement (BMW in Krimi)
- Public Relations (für das Unternehmen werben, z. B. durch Sponsoring)
- Messen (wo ist IHRE Messe/Fachausstellung?)
- Directmarketing (anrufen, anschreiben)
- Couponing (Punkte sammeln)

*direkt:*

- Verkaufsniederlassung
- persönl. Direktverkauf (Staubsauger)
- Telefonverkauf – E-Commerce

*indirekt:* zwei- oder dreistufig

- Kommissionsverkauf
- Franchising (Verkauf über „Lizenznehmer“)
- Logistik (z. B. Ware ausliefern?)

## Kommunikationspolitik

## Distributionspolitik

# Lieferungsverzug (Nicht-Rechtzeitig-Lieferung)

| Voraussetzungen                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Rechte<br><i>wahlweise:</i>                                                                                                                                                                                                                                | Rechte beim Fixkauf                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- nicht rechtzeitig geliefert<br/><b>oder</b><br/>schuldhaft nicht geliefert<br/>+ Leistung noch möglich</li> <li>- <b>Mahnung</b><br/>wenn Liefertermin <b>NICHT</b><br/>kalendermäßig bestimmt,<br/>sonst Mahnung überflüssig</li> <li>- <b>Nachfrist</b> setzen<br/>für Rücktritt/Schadenersatz</li> <li>- <b>Verschulden</b><br/>wenn höhere Gewalt, dann<br/><b>keine</b> Rechtsfolgen</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Erfüllung</b></li> <li>- <b>Erfüllung +<br/>Schadenersatz</b></li> <li>- <b>Rücktritt vom Vertrag +<br/>Schadenersatz</b><br/>(nach Nachfrist)</li> <li>- <b>Schadenersatz</b><br/>(nach Nachfrist)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Erfüllung</b><br/>(aber: unverzügliche<br/>Mitteilung an den Verkäufer)</li> <li>- <b>Rücktritt ohne Nachfrist</b><br/>(ohne Rücksicht auf Verschulden)</li> <li>- <b>Schadenersatz</b><br/>(bei Verschulden)</li> </ul> |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                            | <p><b>Möglichkeiten für Schadenersatz:</b></p> <p><i>konkret: berechenbar</i><br/> <i>abstrakt: geschätzt</i><br/> <i>(entgangener Gewinn)</i><br/> <i>vertraglich: Konventionalstrafe</i></p>                                                                       |

## Franchising

*Beispiele: McDonalds, Benetton, Schülerhilfe, Backwerk, OBI, vom Fass, Yves Rocher, Fitness First, das Futterhaus, Kamps, KFC, Burger King, subway, Backkönig, Coca-Cola, Pepsi, Hertz...*

Der Franchise-Geber stellt dem Franchise-Nehmer Geschäftskonzept, Name, Markennutzungsrechte, Idee, Organisation, Beschaffung und Marketing für einen Teilmarkt zur Verfügung.

## Firmen-Leasing

*Anwendungs-Beispiele: Autos, Maschinen, Büroausstattung und Büromaschinen (Kopierer, Drucker...), Kommunikationssystem (Telefone, Faxe, Internetzugänge), Personal, Immobilien...*

Leasing kommt aus dem Englischen und heißt „mieten“ oder „pachten“. Der Leasinggeber überlässt das Auto, die Maschine oder auch den Mitarbeiter eine Zeit lang dem Leasingnehmer gegen Entgelt.

### Vorteile Franchise-Nehmer

- ▶ schneller Markteintritt
- ▶ Nutzung des Marketing, etwa durch einheitliche Werbung
- ▶ Einheitlicher Auftritt und dadurch hoher Wiedererkennungswert
- ▶ bekannte, effiziente Arbeitsabläufe
- ▶ Größenvorteile bei der Beschaffung nutzen
- ▶ Schulungen und Weiterbildungen beim Franchise-Geber

### Nachteile Franchise-Nehmer

- ▶ Absatzrisiko - aber geringe unternehmerische Freiheit
- ▶ muss sich fast ausschließlich nur auf das Franchise-Sortiment beschränken
- ▶ Anfangsinvestitionen beträchtlich, etwa durch die Lizenzzahlung, aber niedriger als bei eigener Geschäftsrückgründung
- ▶ Franchise-Gebühren bis zu 33% des eigenen Umsatzes
- ▶ keine gesetzliche Grundlage

### Vorteile Leasing-Nehmer

- ▶ Kein großer Anschaffungskredit notwendig, sondern nur monatliche Zahlungen
- ▶ Damit ist der LN liquide geblieben oder geworden
- ▶ Durch die relativ kurze Laufzeit (meist 3 Jahre), altern die Geräte oder das Auto nicht, sie werden durch neueste Modelle ersetzt
- ▶ Das Finanzamt erkennt die Leasingraten als Aufwand an (Regel)

### Nachteile Leasing-Nehmer

- ▶ laufende Leasingraten belasten laufende Liquidität
- ▶ Über das Auto oder die Maschine kann der LN nicht so verfügen als sei es sein Eigentum (z. B. kein Verkauf)
- ▶ zusätzliche Belastungen wie (Vollkasko-)Versicherungen, z. B. Inventarversicherungen, Autoversicherungen sind üblich
- ▶ Vertragsauflösungen vor Ablauf sind teuer

# Kassenabrechnung

| Kaufhaus Dies & Das GmbH                |                             |
|-----------------------------------------|-----------------------------|
| Kassenbericht vom 11.11.20xx, 13.30 Uhr |                             |
| Kasse 2 ☀                               | Kassierer(in): Frau Fischer |
| Kunden                                  | 132                         |
| Artikel                                 | 330                         |
| Abrechnungszeitraum/Stunden             | 4                           |
| Kunden/ Stunde                          | 33                          |
| Artikel / Kunde                         | 2,5                         |
| Stornierungen                           | 5                           |
| Bruttoumsatz                            | 4.567,80                    |
| Bruttoumsatz / Stunde                   | 1.141,95                    |
| Wechselgeld Kassenbeginn                | 200,00                      |
| Kreditkartenzahlungen                   | 654,50                      |
| Girocard-Zahlungen                      | 2.980,60                    |
| Bargeld-Sollbestand                     | 1.132,70                    |
| Bargeld-Istbestand                      | 1.133,70                    |
| Kassendifferenz                         | + 1,00                      |

| Berechnungen                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                             |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Die schwarzen Zahlen sind vorgegeben, die für die <b>rosa Felder</b> müssen errechnet werden                                                                          |                                                                                                                                                                                                                             |
| Kunden/Stunde: 4 h → 132 Kunden<br>1 h → x Kunden                                                                                                                     | „ / “ steht für „geteilt durch“<br>$x = 1 \cdot 132 / 4 = 33$                                                                                                                                                               |
| Artikel/Kunde: 132 Kunden → 330 Artikel<br>1 Kunde → x Artikel                                                                                                        | $x = 1 \cdot 330 / 132 = 2,5$                                                                                                                                                                                               |
| Bruttoumsatz/h: 4 h → 4.567,80 €<br>1 h → x €                                                                                                                         | $x = 1 \cdot 4.567,80 / 4 = 1.141,95 €$                                                                                                                                                                                     |
| Bargeld-Sollbestand:                                                                                                                                                  | Brutto-Umsatz 4.567,80 €<br>+ Wechselgeld Kassenbeginn + 200,00 €<br>- Kreditkartenzahlungen - 654,50 €<br>- Girocard-Zahlungen - 2.980,60 €<br>- Barentnahmen (in den Tresor) - 0,00 €<br>= Bargeld-Sollbestand 1.132,70 € |
| Kassendifferenz: Istbestand - Sollbestand = 1.133,70 - 1.132,70<br>= 1,00 € Überschuss                                                                                |                                                                                                                                                                                                                             |
| Gründe für Überschüsse: ► zu wenig Wechselgeld herausgegeben<br>► zwei Scheine des Kunden „klebten“ aneinander<br>► Ein- und Zwei-Euro-Münzen u.a. wurden verwechselt |                                                                                                                                                                                                                             |
| Gründe für Defizite: ► zu viel Wechselgeld herausgegeben<br>► zwei eigene Scheine „klebten“ aneinander<br>► Ein- und Zwei-Euro-Münzen u.a. wurden verwechselt         |                                                                                                                                                                                                                             |

# Anfrage und Angebot

| Angebot                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Gesetz                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Verbindlichkeit                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Ausschlüsse                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Bestandteile                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <p>A muss <u>verbindlich</u> sein</p> <p>A muss die <u>wesentlichen Vertragsbestandteile</u> enthalten, z. B. Sache, Preis</p> <p>A muss an <u>eine</u> Person gerichtet sein, nicht an die Allgemeinheit</p> <p><u>Schaufensterauslagen</u>, <u>Werbeanzeigen</u>, <u>eigene Werbeblätter</u> o.ä. sind deshalb <u>keine Angebote</u>.</p> <p>Hinweis: Im SB-Laden macht der Kunde an der Kasse den <u>ersten</u> Antrag!</p> | <p>Ein Angebot ist verbindlich, <u>bis es</u> vom Empfänger <u>abgelehnt wird</u> oder nicht innerhalb der <u>Annahmefrist</u> angenommen wird.</p> <p><b>Fristen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>► Verkaufsgespräch-Ende</li> <li>► Telefonat-Ende</li> <li>► Brief - einige Tage</li> <li>► Mail - ca. 1 Tag</li> </ul> <p>Hinweis: Bei Angeboten unter Abwesen- den (also per Mail, Brief) gibt es keine festen Fristen. Es müssen Übermittlungs- und Überlegungszeiten berücksichtigt werden.</p> | <p>Der Verkäufer kann die Verbindlichkeit des Ange- botes ausschließen durch Freizeichnungsklauseln:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>► „freibleibend“</li> <li>► „unverbindlich“</li> <li>► „solange Vorrat reicht“</li> <li>► „gültig bis zum...“</li> <li>► „ohne Obligo“</li> </ul> <p>Hinweis: Die daraufhin erfolgte Bestellung ist dann der <u>erste</u> Antrag, diesen müsste der Verkäufer erst noch annehmen, um zwei übereinstimmende Willenserklärungen zu schaffen und damit einen Vertrag!</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>► Bezeichnung des Kaufobjektes</li> <li>► Beschreibung</li> <li>► Qualität, Maße, Farbe usw.</li> <li>► der Preis</li> <li>► Rabatte, Skonti, Boni</li> <li>► Zahlungsbedingungen</li> <li>► Lieferungsbedin- gungen</li> <li>► Fracht - Verpackung</li> <li>► Eigentumsvorbehalt</li> <li>► Gerichtsstand</li> <li>► Erfüllungsort</li> </ul> |
| Anfrage                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <p>Eine Anfrage ist <b>immer unverbindlich</b>. Sie stellt <b>keine erste Willenserklärung</b> zum Abschluss eines Vertrages dar! Sie enthält die gleichen Inhalte wie ein Angebot, also z. B. Angaben über die Sache, den Preis, die Qualität.</p>                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |