Band 3
Fernkurs des Eisen- und Hartwarenhandels

Kaufmännisches Rechnen
Rechnungswesen und Buchführung
Wirtschaftskunde
Betriebsorganisation und Verwaltung
Verkaufskunde

WKO Baustoff · Eisen · Hartwaren · Holz

ironstar® FERNKURS

INHALTSVERZEICHNIS

1. Kaufmännisches Rechnen, Rechnungswesen und Buchführung 8

1.1 Die Prozentrechnung 8
1.1.1 Die Prozentrechnung von Hundert (vH) 11
1.1.2 Die Prozentrechnung in Hundert (iH) 12
1.1.3 Die Prozentrechnung auf Hundert (aH) 13
1.1.4 Die Bezugskalkulation 15
1.1.5 Die differenzierende Zuschlagskalkulation 17
1.1.6 Die Absatzkalkulation 18
1.1.7 Die Differenzkalkulation 21

1.2 Betriebliches Rechnungswesen 23
1.2.1 Bilanz und Bestandskonten 24
1.2.2 Gewinn- und Verlustrechnung (= G+V-Rechnung) und Erfolgskonten 26
1.2.3 Die Kostenrechnung 29

2. Wirtschaftskunde, Betriebsorganisation und Verwaltung 34

2.1 Wirtschaftskunde 34
2.1.1 Die Wirtschaftsordnung – der Markt 34
2.1.2 Wie geht es der Wirtschaft eines Landes? 36
2.1.3 Wirtschaftspolitik 46
2.1.4 Wirtschaftssektoren 48
2.1.5 Wirtschaftssparten in Österreich 49

2.2 Rechtsformen und Hilfspersonen des Unternehmers 58
2.2.1 Offene Gesellschaft (OG) 59
2.2.2 Kommanditgesellschaft (KG) 60
2.2.3 Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH) 60
2.2.4 Aktiengesellschaft (AG) 62

2.3 Der Betrieb 64
2.3.1 Der Unterschied zwischen Unternehmen und öffentlichen Betrieben 64
2.3.2 Die betriebliche Organisation 65
2.3.3 Das Marketing 66

2.4 Kaufvertrag 68
2.4.1 Was ist ein Kaufvertrag? 69
2.4.2 Rechtliche Bedingungen für das Zustandekommen eines Kaufvertrags 69
2.4.3 Gesetzliche Grundlagen des Kaufvertrags 73
2.4.4 Der Weg zum Abschluss eines Kaufvertrags 74
2.4.5 Die Bestandteile eines (schriftlichen) Kaufvertrags 76
2.4.6 Die Kaufvertragserfüllung 79
2.4.7 Lieferbedingungen 80
2.4.8 Zahlungsbedingungen 83
2.4.9 Zahlungsformen 84
2.4.10 Vertragswidrige Erfüllung des Kaufvertrags 86

3 Verkaufen im Eisenwarenhandel 96

3.1 Der Verkäufer 96
3.1.1 Die äußere Erscheinung 96
3.1.1.1 Körpersprache 97
3.1.1.2 Die Körpersprache der Kunden 98
3.1. 2 Die innere Einstellung 98
3.1. 3 Die Sprache 99
3.1.3.1 Die Stimmung im Tonfall 99
3.1.3.2 Umgangssprache 99
3.1.3.3 Fachchinesisch 99
3.1.3.4 Kundenbezogene Sprache 99
3.1.3.5 Positive Ausdrücke 100
3.1.4 Fachkompetenz 100
3.1.4.1 Fachwissen übersetzen 100

3.2 Der Kunde 101
3.2.1 Zielgruppen 101
3.2.2 Typologien 101

3.3 Die Phasen des Verkaufsgesprächs 103
3.3.1 Kontaktaufnahme 103
3.3.1.1 Das Problem 103
3.3.1.2 Die Erwartung 103
3.3.1.3 Einschätzung 103
3.3.1.4 Schwellenangst 104
3.3.1.5 Zeitpunkt der Begrüßung 104
3.3.1.6 Arten der Begrüßung 104
3.3.2 Bedarfsermittlung 105
3.3.2.1 Kommunikation 105
3.3.2.2 Fragearten 106
3.3.2.3 Bedürfnisse 107
3.3.3 Präsentation 108
3.3.3.1 Argumentation 108
3.3.3.2 Informationsargumente 108
3.3.3.3 Inspirationsargumente 109
3.3.3.4 Wie viel Ware? 109
3.3.3.5 Qualität und Preis 109
3.3.3.6 Mit allen Sinnen 110
3.3.3.7 Die Behandlung der Ware 110
3.3.3.8 Die Entscheidungsfreiheit des Kunden 110
3.3.4 Abschluss 111
3.3.4.1 Der richtige Zeitpunkt 111
3.3.4.2 Abschlusssignale 111
3.3.4.3 Entscheidungshilfen 111
3.3.4.4 Abschlussfragen 112
3.3.5 Zusatzverkauf 112
3.3.5.1 Kombinationsangebot 112
3.3.6 Verabschiedung 113

3.4 Reklamationen 113
3.4.1 Dankbar für Reklamationen 114
3.4.2 Verhalten bei Reklamationen 114

3.5 Verkaufsfördernde Maßnahmen 114
3.5.1 Die Botschaft 115
3.5.2 Die Angepasstheit der Gestaltung 115

3.6 Grundsätze der Gestaltung 116
3.6.1 Ordnung 116
3.6.2 Goldener Schnitt 116
3.6.3 Gestaltungsdreieck 117
3.6.4 Optisches Gleichgewicht 117
3.6.5 Linienführung und Schwerpunkt 117
3.6.6 Tiefenwirkung 117

1. Kaufmännisches Rechnen, Rechnungswesen und Buchführung

1.1 Die Prozentrechnung

Warum die Prozentrechnung für Sie wichtig ist...
Sowohl in Ihrem beruflichen als auch im privaten Alltag haben Sie laufend mit Prozentangaben zu tun. Wenn Kosten und Preise steigen oder fallen, wird das meistens in Prozent ausgedrückt. Werden zwei Größen miteinander verglichen, wird der Unterschied ebenfalls oft in Prozent ausgedrückt. Sie sollen daher in der Lage sein, Prozentangaben zu verstehen und selbst nachrechnen und ausrechnen zu können.

In diesem Abschnitt lernen Sie daher...
- **was** der Begriff „Prozent" bedeutet,
- **wozu** in Prozent gerechnet wird und
- **wie** Sie selbst schnell und einfach mit Prozent rechnen können.

Was bedeutet der Begriff Prozent?

Bei der Prozentrechnung wird immer eine bestimmte Zahl **gleich 100 (Teile)** gesetzt. Daher heißt diese Rechnung auch Prozentrechnung, denn „pro cente" bedeutet „für Hundert".

100 % bedeutet 100 „Teile", also alle Teile, das Ganze. Beträgt der ursprüngliche Preis (vor dem Schlussverkauf) einer Stichsäge 120 Euro, so werden diese 120 Euro 100 % (= 100 Teilen) gleichgesetzt. Wird die Stichsäge im Schlussverkauf um minus 30 % verkauft, interessiert uns, um wie viel Euro wir sie billiger bekommen. Vor allem aber interessiert uns, wie viel wir für die Stichsäge noch zu zahlen haben.

- Wie viel sind 30 % (30 Teile) von 120 Euro (100 Teilen)?
- Wie viel ist der Restbetrag, das sind 70 % (70 Teile) von 120 Euro (100 Teilen)?

Wenn 120 Euro 100 Teile (%) sind, wie viel Euro sind dann 30 Teile (%)?

Lösung:

1 Teil ist ein Hundertstel von EUR 120,00, also: $= 1{,}2$

30 Teile sind dann 30 Mal so viel, also: $30 \times 1{,}2$ = EUR 36,00. $\frac{120}{100}$

Jede Prozentrechnung ist mit einer Schlussrechnung lösbar.
Wichtig ist dabei zu wissen, von welchem Wert man ausgeht – von 100 % oder von mehr oder weniger als 100 %?

Die wichtigste Überlegung ist daher immer: **Wie viel Prozent ist mein Ausgangswert?**

Schlussrechnung:

100 %..... 120,00 EUR
30 %.....x EUR

1 % .....1,20 EUR
30 %.....36,00 EUR

Sie rechnen:

$\frac{120}{100} \times 30 = \mathbf{36}$

Die Stichsäge kostet also um 36 Euro weniger. Das heißt, wir zahlen dafür nur mehr 84 Euro.

Wir hätten auch gleich die 70 % berechnen können, die wir noch bezahlen müssen:

Schlussrechnung:

100 %..... 120,00 EUR
70 %.....x EUR

1 % .....1,20 EUR
70 %.....84,00 EUR

Sie rechnen:

$\frac{120}{100} x\ 70 =$ **84**

Die Stichsäge kostet also nur mehr 84 Euro, so wie wir es bereits weiter oben ausgerechnet haben.

Wozu wird überhaupt in Prozent gerechnet?

1. Echte Vergleiche sind ohne Prozent oft gar nicht möglich.

Max und Moritz, zwei Bekannte von Ihnen, können sich über eine Gehaltserhöhung freuen, beide bekommen monatlich um EUR 100,00 (brutto) mehr. Trotzdem freut sich Max deutlich mehr als Moritz:

Max arbeitet erst seit kurzem, er hat ursprünglich 1.000 Euro brutto pro Monat verdient.

EUR 100,00 Gehaltserhöhung sind für ihn plus 10 %: EUR 1.000,00 sind 100 %, 1 % sind EUR 10,00, EUR 100,00 sind daher 10 %.

1.000 EUR ..... 100 %
1.100 EUR x

1.100 EUR ..... 110 %

Moritz arbeitet schon seit einigen Jahren. Er hat ursprünglich bereits 2.000 Euro brutto pro Monat verdient. 100 Euro Gehaltserhöhung sind für ihn plus 5 %: EUR 2 000,00 sind 100 %, 1 % sind EUR 20,00, EUR 100,00 sind daher 5 %.

2.000 EUR ..... 100 %
2.100 EUR x

2.100 EUR .....105 %

Obwohl der Betrag der Gehaltserhöhung also bei beiden vollkommen gleich war, war die Gehaltserhöhung von Max dennoch höher als die von Moritz. Erst ein Vergleich der Prozentsätze macht den Unterschied sichtbar.

2. Oft ist nur eine Prozentangabe möglich oder sinnvoll.

Die Höhe des Zinsbetrages für Spareinlagen oder Kredite ist von der Höhe der Spareinlage bzw. des Kredites abhängig. Es würde für eine Bank keinen Sinn machen, mit folgendem Spruch zu werben: „Für Ihr Erspartes gibt es bei uns 100 Euro Zinsen!“ Denn das wäre sehr viel für ein kleines Mädchen, das 10Euro erspart hat, und extrem wenig für jemanden, der 10.000 Euro auf ein Sparbuch legen will.

Ebenso kann ein Händler, der Ware abverkaufen will, nicht alle neuen Preise in die Auslage schreiben. „Minus 50 %“ reicht als Information jedoch für alle Vorbeigehenden aus.

Wie kann ich schnell und einfach Prozentrechnen?

1. Gesuchtes Ergebnis ist weniger als 100 %

Dazu ziehen wir nun wieder das Beispiel mit den Schuhen heran. Bisher haben wir immer eine Schlussrechnung angeschrieben und Folgendes gerechnet:

Schlussrechnung:

100 %..... 120,00 EUR
70 %.....x EUR

1 % .....1,20 EUR
70 %.....84,00 EUR

Sie rechnen:

$\frac{120}{100} \times 70 = \mathbf{84}$

HINWEIS: Wenn Sie einmal geübter sind, werden Sie nicht mehr die gesamte Schlussrechnung anschreiben. Sie werden die Rechnung abkürzen.

Am schnellsten rechnen Sie mit Faktoren:
Der Faktor für 70 %, also 70 Hundertstel, ist 0,7 (siehe Ableitung).

Sie tippen daher nur in den Taschenrechner:

120 x 0,7 =

Ableitung:

$$\frac{120}{100} \times 70 = \frac{120 \times 70}{100} = 120 \times \frac{\mathbf{70}}{\mathbf{100}} = 120 \times \frac{0{,}7}{1} = \mathbf{120 \times 0{,}7 = 84}$$

Das Rechnen mit Faktoren erspart Ihnen besonders dann viel Zeit, wenn Sie von **mehreren Beträgen** 70 % berechnen wollen und Sie den Wert 0,7 in den **Speicher** Ihres Taschenrechners eingeben.

Welche Begriffe gibt es in der Prozentrechnung?

Die Übersicht zeigt die **wichtigsten Werte** und ihre Benennung in der Prozentrechnung. Sie können Prozentrechnungen auch lösen, wenn Sie diese Begriffe nicht kennen. Allerdings kann es sein, dass Sie die Begriffe einmal hören oder lesen, dann ist es hilfreich, wenn Sie sie kennen:

- **Grundwert oder G**
  Das ist der Wert, der **gleich 100 gesetzt** wird.
  Beispiel: Ein Paar Schuhe kostete ursprünglich 120 Euro (= 100 %). 120 Euro ist der Grundwert.

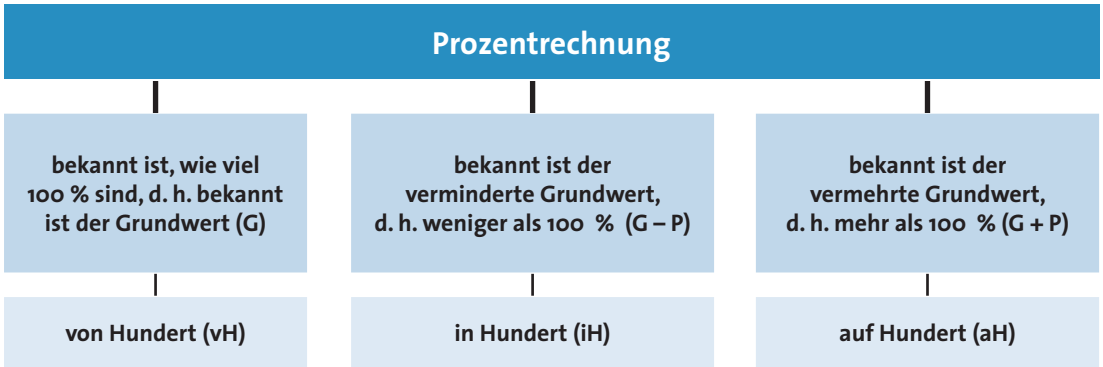
- **Prozentsatz oder p (%)**
  Er gibt an, wie viel **Hundertstel vom Grundwert** der Prozentanteil beträgt.
  Beispiel: Das Paar Schuhe wird um 30 % billiger angeboten. 30 % ist der Prozentsatz.

- **Prozentwert oder P**
  Das ist der Wert, der dem **Prozentsatz entspricht**.
  Beispiel: 30 % von 120 Euro sind 36 Euro. 36 Euro ist der Prozentwert.

- **verminderter Grundwert oder (G – P)**
  Das ist jener Wert, der sich ergibt, wenn man den **Grundwert um den Prozentwert vermindert**.
  Beispiel: Das Paar Schuhe kostet nun nur mehr 84 Euro. 84 Euro ist der verminderte Grundwert.

- **vermehrter Grundwert oder (G + P)**
  Das ist der Wert, der sich ergibt, wenn man den **Grundwert um den Prozentwert erhöht**.
  Beispiel: Hätte der Verkäufer den Preis der Schuhe um 30 % erhöht (z. B. weil ein Filmstar sie in einer Fernsehserie trägt und danach die Nachfrage steigt), würde der Preis um 36 Euro auf insgesamt 156 Euro steigen. 156 Euro ist der vermehrte Grundwert.

Je nach dem welcher Wert aus der Problemstellung bekannt ist, unterscheidet man **drei Formen der Prozentrechnung**:



HINWEIS: Bitte beachten Sie: Sie haben in Ihrer Ausbildung unter Umständen andere Abkürzungen als die hier verwendeten kennen gelernt. Orientieren Sie sich in jedem Fall an der Bedeutung der Abkürzung und nicht an der Abkürzung selbst.

1.1.1 Die Prozentrechnung von Hundert (vH)

Alle Beispiele, die wir bisher gerechnet haben, waren **Prozentrechnungen von Hundert (vH)**, da wir den Wert für 100 % immer gekannt haben. Wir konzentrieren uns daher hier nur noch zusätzlich auf ein Beispiel, in dem dieser Wert nicht gleich ersichtlich ist.

Beim Ausgleich der Rechnung eines Lieferanten werden 60 Euro Skonto abgezogen (Preisabzug für rasches Bezahlen) und 1.940 Euro überwiesen. Wie viel % Skonto wurden abgezogen?

Lösung:

Schritt 1: Ermittlung des Grundwertes
Zum Zahlungsbetrag (Kassapreis) wird der abgezogene Skonto wieder hinzugerechnet, um auf den ursprünglichen Rechnungspreis (Zielpreis) zu kommen:

Kassapreis	EUR	1.940,00	G – P
+ Skonto	EUR	60,00	P
Zielpreis	**EUR**	**2.000,00**	**G**

Schritt 2: Ermittlung des Prozentsatzes mittels Schlussrechnung (Prozentrechnung vH)

Schlussrechnung:

EUR 2.000,00.....100 %
EUR 60,00 .....x %

Sie rechnen:

$$\frac{100}{2.000} \times 60 = 3\ \%$$

Unser Lieferant hat uns 3 % Skonto gewährt.

2. Wirtschaftskunde, Betriebsorganisation und Verwaltung

2.1 Wirtschaftskunde

Was Sie schon über den Themenbereich Wirtschaftskunde wissen...
Es ist klar: Alle Menschen „wirtschaften", um ihre Bedürfnisse zu befriedigen. Sie kaufen Sachen und Dienstleistungen, die sie brauchen oder die sie sich einfach wünschen. Begriffe, die mit dem Wirtschaften eng verbunden sind, sind: Markt, Angebot und Nachfrage, Marktwirtschaft, Geld und sein Wert.

Warum Wirtschaftskunde für Sie wichtig ist...
Jeder Wirtschaftsteilnehmer (und damit jeder Mensch) sollte über grundlegende Mechanismen in der Wirtschaft Bescheid wissen: Wie funktioniert ein Markt prinzipiell? Warum hat Geld seinen Wert? Wodurch wird bestimmt, wie viel ich mir um eine bestimmte Menge Geld kaufen kann?

In diesem Abschnitt lernen Sie daher...
Was ein Markt ist und wie Märkte grundsätzlich funktionieren, welche Wirtschaftsordnungen es gibt, an welchen Größen man bestimmen kann, wie es der Wirtschaft eines Landes geht, welche Rolle Geld für eine moderne Wirtschaft spielt und wodurch sein Wert bestimmt wird, warum es neben dem Handel im Inland auch Außenhandel gibt und warum dieser für ein Land wie Österreich sehr wichtig ist und welche Maßnahmen im Rahmen der Wirtschaftspolitk gesetzt werden, um das wirtschaftliche Gleichgewicht zu sichern.

2.1.1 Die Wirtschaftsordnung – der Markt

Jeder Mensch hat eine Reihe von Bedürfnissen, die erfüllt werden wollen: neben dem offensichtlichen und notwendigen Bedürfnis nach z. B. Nahrung, Gesundheit und Sicherheit gibt es auch zahlreiche Bedürfnisse, die zwar nicht lebensnotwendig, aber für den Menschen doch auch wichtig sind: das sind z. B. alle Bedürfnisse, die den Bereichen Bildung, Kultur, Sport, Freizeitgestaltung etc. zugeordnet werden können.

Da niemand alle Bedürfnisse selbst erfüllen kann, hat sich Arbeitsteilung entwickelt: Verschiedenste Betriebe bieten Konsumgüter (z. B. Lebensmittel) und Dienstleistungen (z. B. Frisör) an, die die Menschen brauchen/wollen. Die „Menschen" werden in der Fachsprache als Haushalte bezeichnet. Die Haushalte fragen Güter der Unternehmen nach. Wann immer Angebot und Nachfrage aufeinander treffen, spricht man vom **Markt**.

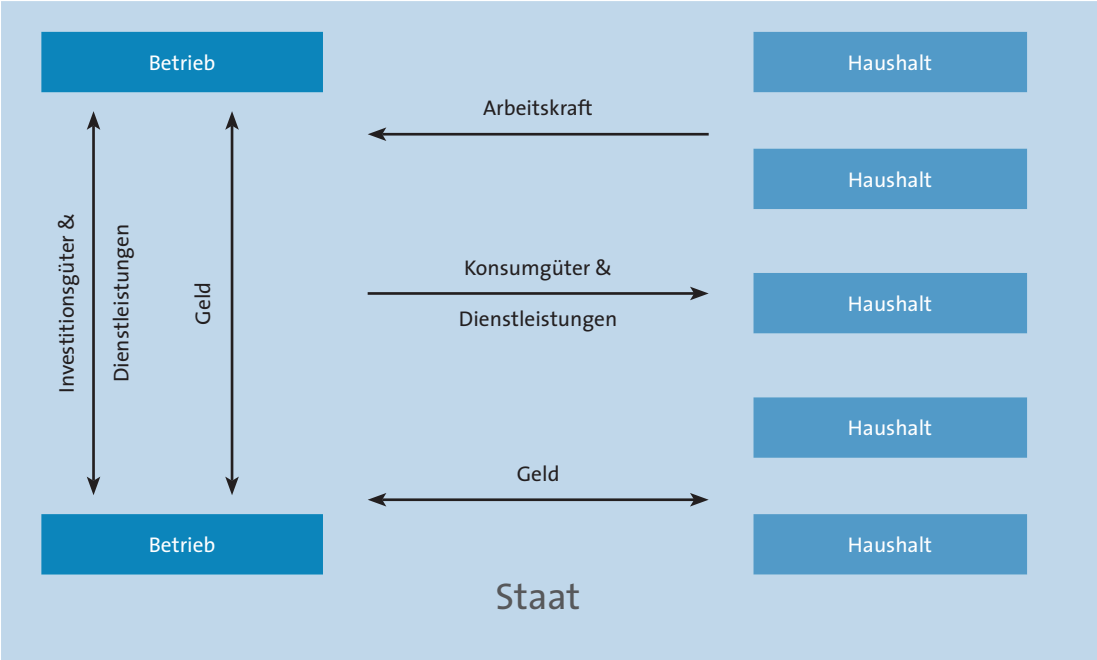
Als Tauschmittel für eingekaufte Güter und Dienstleistungen wird Geld verwendet (da man nicht immer selbst das anbietet, was der Geschäftspartner, von dem man kauft, nachfragen würde). Geld wird dann als Tauschmittel akzeptiert, wenn man die Gewissheit hat, um dieses Geld selbst wieder Güter und Dienstleistungen einkaufen zu können.

Um selbst Geld zur Verfügung zu haben, bieten die Haushalte auf dem Markt ihre Arbeitskraft an, die wiederum von den Betrieben nachgefragt wird, die die Arbeitskraft für ihre Produktion benötigen. Für die Arbeitsleistung bezahlen die Betriebe Löhne und Gehälter.

Betriebe produzieren aber nicht nur für Haushalte, sie handeln auch mit anderen Betrieben, die ihre Produkte und Dienstleistungen brauchen.

Die folgende Grafik fasst diese Überlegungen zusammen, sie beinhaltet auch den Staat, der in das Wirtschaftsgeschehen eingreifen kann.

Die Wirtschaftsordnung



Für den **Staat** stellt sich in diesem Zusammenhang die Frage, in welcher Weise und in welchem Umfang er in das wirtschaftliche Handeln regulierend eingreifen soll.

Demnach werden im Wesentlichen drei verschiedene **Wirtschaftsordnungen** unterschieden:

- **die freie Marktwirtschaft** ➔ Sicherung des freien Wettbewerbes; der Staat stellt nur einen gesetzlichen Rahmen zur Verfügung, greift jedoch in das Wirtschaftsgeschehen nicht direkt ein
- **die soziale Marktwirtschaft** ➔ Sicherung des freien Wettbewerbes und sozialen Ausgleichs; der Staat sorgt nicht nur für den gesetzlichen Rahmen, sondern greift auch in das Wirtschaftsgeschehen ein
- **die ökosoziale Marktwirtschaft** ➔ wie die soziale Marktwirtschaft, jedoch zusätzlich Sicherung einer intakten Umwelt

Die **österreichische** Wirtschaftsordnung orientiert sich am Modell der **ökosozialen Marktwirtschaft**.

Der Staat greift dabei vor allem in folgenden Bereichen in das Wirtschaftsgeschehen ein:

- **Wirtschaft** (Gewerbeordnung, Konsumentenschutz, Handelsgesetze etc): Ziel ist eine leistungsfähige und innovative Wirtschaft durch Sicherung des freien Wettbewerbes. Die Marktteilnehmer sollen frei handeln und über ihren Besitz verfügen können, aber ohne dass dadurch andere in ihrer Freiheit eingeschränkt werden.
- **Soziales** (Arbeitnehmerschutz, Arbeitszeitregelung, Sozialversicherung, Bildung und Ausbildung etc.): Ziel ist es, faire Chancen für alle sozialen Gruppen und eine gerechte Verteilung des Wohlstandes zu schaffen (sozialer Ausgleich).
- **Umwelt** (Verpackungen, Schadstoffe, Emissionen etc): Ziel ist ein schonender Umgang mit der Umwelt zum Schutz künftiger Generationen.

Diese Themen werden im Kapitel Wirtschaftspolitik ab Seite 57 näher erläutert.

Der Begriff **Planwirtschaft** bezeichnet eine Wirtschaftsordnung, in der der Staat die Produktion und das gesamte wirtschaftliche Geschehen kontrolliert. Betriebe sind weitgehend in Staatseigentum und die Preise werden vom Staat geregelt. Dieses Wirtschaftssystem war z. B. für die ehemaligen kommunistischen Staaten kennzeichnend, kommt mittlerweile in reiner Form aber kaum noch vor.

3. Verkaufen im Eisenwarenhandel

Das Schlüsselwort eines erfolgreichen Handelsunternehmen ist **Kundenorientierung**. Darunter wird die gesamte **Ausrichtung** des Unternehmens auf die **Wünsche und Bedürfnisse des Kunden** verstanden. Ein erfolgreicher Verkäufer versteht es auf die Wünsche und Bedürfnisse des Kunden einzugehen und es gelingt ihm dadurch, Kunden zu binden und neue Kunden zu gewinnen.

Der **Eisenwarenhandel** führt sehr **beratungsintensive Produkte**. Viele Kunden kommen mit einem Problem in unser Geschäft, für das sie selbst noch keine Lösung gefunden haben. Sie erwarten sich vom Verkäufer einfache Erklärungen für technisch schwierige Lösungen. Diesen Dienst an Menschen nennen wir „verkaufen".

Jeder Mensch kann verkaufen und noch dazu tun wir es fast täglich! Angenommen Sie überzeugen Ihren Mitschüler am frühen Abend einen Kinofilm anzuschauen. Oder Sie sprechen mit den Eltern über eine Taschengelderhöhung. Dann versuchen Sie mit guten Argumenten (Verkaufsstrategie) Ihr Ziel zu erreichen bzw. zu verkaufen.

Was Sie auf den folgenden Seiten lesen werden, ist für alle Bereiche des Verkaufens richtig. Immer sind es dieselben Dinge, die für das Verkaufen von Bedeutung sind:

- Gutes Auftreten (Freundlichkeit, Höflichkeit, Selbstsicherheit),
- Offenheit gegenüber fremden Menschen,
- Empathie (die Fähigkeit, sich in die Lage anderer Menschen zu versetzen),
- Teamfähigkeit (Sie arbeiten gern mit anderen zusammen),
- Menschenkenntnis,
- Produktkenntnis und
- Freude am Kommunizieren und daran, andere Menschen von etwas zu überzeugen.

Ein guter Verkäufer lernt nie aus! **Überdenken** Sie Ihre **eigene Verkaufspraxis regelmäßig** und stellen Sie sich die Frage, warum ein Geschäftsabschluss gelungen oder nicht gelungen ist. Hinterfragen Sie regelmäßig Ihr eigenes Verhalten und machen Sie sich Ihrer Stärken bewusst.

3.1 Der Verkäufer

In diesem Kapitel erfahren wir, wie der Verkäufer durch

- sein Äußeres,
- seinen Charakter,
- seine Stimme und
- seine Fachkompetenz

das Verkaufsgespräch erfolgreich beeinflussen kann.

3.1.1 Die äußere Erscheinung

„Für den **ersten Eindruck** gibt es keine zweite Chance." Nachdem die inneren Werte eines Menschen nicht sofort erkennbar sind, zählt für den ersten Eindruck vorwiegend das Äußere. Deshalb hat die äußere Erscheinung des Verkäufers einen hohen Stellenwert.

- **Gepflegte Erscheinung:** Dazu zählen gewaschene Haare, geschnittene und saubere Fingernägel, gepflegte Kleidung, saubere Schuhe.

Prüfen Sie auch während der Arbeitszeit hin und wieder Ihr Erscheinungsbildung. Das können Sie ganz einfach im Pausenraum oder bei einem unauffälligen Blick in einen Spiegel machen.

- **Passende Kleidung:** Das kann in einem Sportgeschäft ein Skaterlook sein, im **Eisenwarengeschäft ein Arbeitsmantel, Jeans und ein Pullover,** im Schmuckgeschäft etwas Eleganteres. Die Kleidung soll zu den Produkten, den Kunden und dem Geschäft passen.

Fragen Sie ihren Vorgesetzten oder orientieren Sie sich an Kollegen, wenn Sie sich mit der Wahl der passenden Kleidung unsicher fühlen.

- **Eine wache und höfliche Körperhaltung:** An der Körperhaltung kann man Stimmung und Laune eines Menschen ablesen. Sie können dem Kunden durch Ihre Körperhaltung zeigen, dass Sie aktiv und bereit sind, sich um seine Anliegen zu kümmern.

Interesse und Offenheit dem Kunden gegenüber signalisieren Sie mit zugewandtem Kopf und Oberkörper sowie durch eine offene Armhaltung.

- **Ein freundliches Gesicht:** Schenken Sie Ihren Kunden ein Lächeln. Ein natürliches Lächeln ist nach wie vor eines der wirksamsten Instrumente, um Kunden zu gewinnen.

Ein Lächeln, das vom Herzen kommt, ist glaubhaft. Versuchen Sie sich in eine positive Stimmung zu versetzen, indem Sie an ein angenehmes Erlebnis denken. Ihre positive Ausstrahlung wird auch auf den Kunden wirken.

- **Angenehmer Geruch:** Über **Körpergerüche** zu sprechen ist den meisten Menschen peinlich. Daher werden Sie selten eine ehrliche Rückmeldung zu diesem Thema erhalten. Sie bemerken höchstens, dass ein Kunde etwas zurückweicht, sobald Sie sprechen. Deshalb hier ein offenes Wort.

  Schlechte Gerüche entstehen vor allem an folgenden Körperstellen:

  Füße: Spezielle Einlagen in Schuhen helfen bei Fußgeruch. Außerdem gibt es Salben, die Abhilfe schaffen können.

  Achseln: Achselgeruch kann durch Verwenden eines Deos verringert werden.

  Mund: Gerüche, die aus dem Mund kommen, werden von Verkäufern oft nicht beachtet. Mundgerüche können beim Verkaufsgespräch sehr unangenehm sein.

  Mundgeruch entsteht
  - ➔ durch manche Speisen, die wir zu uns nehmen: Zwiebel und Knoblauch zum Beispiel sind bekannt, dass aber auch Kaffee bisweilen stark riechen kann, wissen wenige,
  - ➔ durch Rauchen: Rauchgeruch ist sehr intensiv und äußerst unangenehm,
  - ➔ durch Hunger: Bei Hunger entsteht vom Magen her übler Geruch,
  - ➔ durch ungepflegte Zähne.

  Wie kann man Mundgeruch verhindern bzw. abstellen?
  - ➔ Indem wir manche Lebensmittel kurz vor der Arbeit nicht zu uns nehmen,
  - ➔ durch Zähneputzen, eine Mundspülung, die Verwendung von Zahnseide, Mundspray,
  - ➔ durch Kaugummi,
  - ➔ durch Vermeiden von Hunger, indem man immer wieder kleine Zwischenmahlzeiten einlegt,
  - ➔ durch Lutschen von Kaffeebohnen (diese nehmen Geruch gut auf).

3.1.1.1 Körpersprache

Wir sprechen mit unserem Körper – absichtlich und unabsichtlich. Es gibt **körpersprachliche Signale (Gesten)**, die allgemein bekannt sind. Sie können sicherlich problemlos Zeichen finden, mit denen Sie jemand anderem klar machen können, dass Sie telefonieren, ein Getränke bestellen, zahlen oder gehen möchten. Neben diesen Gesten gibt es viele körpersprachliche Signale, die nicht absichtlich ausgesendet werden und doch eine Aussage haben.

Das **Deuten der Körpersprache** ist nicht ganz einfach. Es gibt zum Beispiel Menschen, die ihre Liebe sehr feinfühlig mitteilen. Andere Menschen tun das auf eine raue Art. Je bewusster und länger man die Körpersprache beobachtet, desto sicherer wird deren Interpretation (Deutung) werden.

Körperhaltung

Stellen Sie sich vor, Sie betreten als Kunde ein Geschäft und der Verkäufer steht in Fragezeichenhaltung (gebeugter Rücken und gesenkter Kopf) und mit den Händen in den Hosentaschen vor Ihnen. Welchen Eindruck macht das auf Sie?

Eine **aufrechte Haltung** hingegen **vermittelt Interesse** und **Aufmerksamkeit**.

Gang

Dasselbe gilt für den Gang. Zu schnelles Gehen wirkt hektisch und gestresst, zu langsames Gehen wirkt uninteressiert oder ängstlich. Gehen Sie **aufrecht** mit **normaler Geschwindigkeit** auf den Kunden zu. Dabei halten Sie zum Kunden **Blickkontakt**.