

Lernfeld 2 - 1. Klassenarbeit

Aufgabe	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Gesamt Punkte											
Erreichte Punkte											

Notenspiegel						
Note	1	2	3	4	5	6
Anzahl	1	1	1	1	1	0
Durchschnitt						

Punkte

/ 72

Note


Viel Erfolg!

Ihr schafft das!!



1 Offene Fragen

① **Erläutern** Sie die Begriffe **verbale** und **nonverbale** Kommunikation.

1 / 4

② Kommunikationsmodell nach F. Schulz von Thun

1 / 6

- a) **Nennen** Sie die verschiedenen Ebenen der verbalen Kommunikation nach Schulz von Thun. (2 Punkte)
- b) **Erklären** Sie die vier Ebenen in eigenen Worten. (4 Punkte)

③ Helga und Hägar

1 / 4

Sie haben vier Reaktionen Hägars zur Auswahl.

Helga zu Hägar: „Ich habe schreckliche Bauchschmerzen.“

Hägars Antwortmöglichkeiten:

1. „Ich werde den Rest der Arbeit erledigen. Ruhe du dich aus!„
2. „Warum gehst du nicht zum Arzt?“
3. „Was geht mich das an?„
4. „Es tut mir in der Seele weh, wenn du leidest!“



Ordnen Sie die oberen vier Aussagen von Hägar dem „Vier-Ohren-Modell“ nach Schulz von Thun zu.

④ Sprache des Verkäufers

/ 9

a) **Erläutern** Sie die Begriffe **Gesprächsstörer** und **Gesprächsförderer**. (3 Punkte)

b) **Nennen** und **Erklären** Sie jeweils drei Beispiele. (6 Punkte)

- ⑤ In der Sportabteilung des Warenhauses „Warenwunder“ empfiehlt ein Auszubildender im ersten Ausbildungsjahr einem Kunden beim Kauf einer Outdoor-Jacke ein Spezialwaschmittel. Auf die Frage des Kunden „Kann ich damit auch Daunenjacken waschen?“ antwortet der Auszubildende:

a) „Ähm, das muss man mal, äh, ausprobieren, ob das geht. Also die, äh, Beschichtung hier bei der Outdoor-Jacke mit einer Wassersäule von 1500 mm unterscheidet sich vom Material her, äh, schon ein bisschen von einer Daunenjacke, ähm.“

b) „Schauen Sie mal auf die Verpackung, da steht das sicher drauf.“

c) „Ja, das können Sie. Dass Sie sich für diese Ware entschieden haben, kann ich nur bekräftigen.“

Entscheiden Sie, ob die Antworten vom Kunden als Gesprächsstörer oder Gesprächsförderer einzustufen sind, und **begründen** Sie Ihre Wahl.

⑥ Erläutern Sie die Begriffe „**Aktives Zuhören**“, „**Hören**“ und „**Hinhören**“.

/ 4½

⑦ Nonverbale Kommunikation

/ 9

a) Die nonverbale Kommunikation setzt sich aus verschiedenen Bestandteilen zusammen. **Nenne** drei und **erkläre** zwei davon. **Nenne** auch positive Beispiele. (4,5 Punkte)

- ⑧ Nur ein geringer Prozentsatz aller Menschen sind so gute Lügner, dass sie nicht verräterische Körpersignale aussenden.
An welcher Mimik und Gestik erkennen Sie...
- a) einen verdächtigen Kunden im Verkaufsraum, der einen Diebstahl begehen will,
 - b) einen kaufbereiten Kunden, der das ausgestellte Modell einer Bohrmaschine testet,
 - c) eine kritische Kundin, der die Dufttrichtung des Parfums nicht zusagt,
 - d) einen angriffslustigen Kunden, der ein Streitgespräch über den Preis sucht,
 - e) eine unsichere Kundin, die eine ausführliche Beratung wünscht?

- ⑨ Die Kontaktaufnahme mit den Kunden im Verkaufsgespräch kann unterschiedlich gestaltet werden. Auch der Zeitpunkt hängt von der jeweiligen Verkaufsform im Einzelhandel ab. **Nennen** und **erläutern** Sie die drei Ihnen bekannten Verkaufsformen.

- ⑩ **Beschreiben** Sie die einzelnen Phasen des Verkaufsgesprächs. Welche **Zielsetzung** hat ein(e) Verkäufer(in) in den einzelnen Phasen?  / 10

A large grid of dots for writing the answer.

- ⑪ Sie arbeiten als Verkäufer(in) in einem Elektronikfachgeschäft. Eine Kundin betritt das Geschäft und zeigt Interesse an einem neuen Smartphone-Modell. Die Kundin ist unsicher über die der verschiedenen Funktionen, Designs und Preisklassen. Ihre Aufgabe ist es, die Kundin umfassend zu beraten und alle Phasen des Verkaufsgesprächs abzudecken.

Rolle I: Verkäufer(in) im Elektronikfachgeschäft

Rolle II: Kundin

Aufgabe:

Schreiben Sie einen **Verkaufsgesprächsdialog**, der auf der oben beschriebenen Situation basiert. Als Verkäufer(in) sollen Sie die Kundin umfassend zu dem Smartphone-Produkt beraten. **Decken** Sie dabei alle Phasen des Verkaufsgesprächs ab.

Falls Sie sich mit Smartphones nicht auskennen, können Sie auch ein anderes Produkt/ eine andere Ware Ihrer Wahl als Grundlage für das Verkaufsgespräch verwenden.

