

Sektor: Einzelhandel

Aufgabenbereich 1: WAS MUSS ICH ÜBER DIE WAREN WISSEN?

Thema 5	Wie führe ich Preisänderungen durch?
Sprachniveau	B1
Hier lernen Sie,...	<ul style="list-style-type: none"> • warum es eine Preisangabenverordnung gibt. • dass Preis Anpassungen im Einzelhandel üblich sind. • warum Preise regelmäßig erhöht oder reduziert werden. • welche Vorteile digitale Etikettierung bringt.

1. Ihr Kollege weist Sie darauf hin, dass die Preisangabenverordnung im Einzelhandel verpflichtend ist. Sie haben das Fachwort noch nie gehört und haben im Internet nach Synonymen gesucht. Verbinden Sie richtig.

- | | |
|---------------|----------------|
| 1) Preis | a. Information |
| 2) Angabe | b. Bestimmung |
| 3) Verordnung | c. Kosten |

2. Sie wollten sich im Internet über die Preisangabenverordnung (PAngV) weiter informieren und haben diesen Artikel gefunden.¹

a. Lesen Sie den Text. Welche Aussagen sind korrekt? Markieren Sie.

Preisangabenverordnung (PAngV)

Die Preisangabenverordnung (PAngV) ist eine Vorschrift, die den Verbraucher schützen soll. Sie gilt seit 1985 und wird immer wieder aktualisiert. Sie legt fest, wie man die Preise für Waren oder Dienstleistungen für den Endverbraucher auszeichnen muss. Die Endverbraucher sind Personen, die die gekaufte Ware oder Dienstleistung nur für sich verwenden und nicht an weitere Personen verkaufen.

Das Ziel der Preisangabenverordnung ist es, den Verbraucher vollständig und wahrheitsgemäß über den Preis der Ware oder der Dienstleistung zu informieren. So kann der Verbraucher Preise bei verschiedenen Anbietern vergleichen und den günstigsten Preis wählen.

Die Preise muss man immer eindeutig einem bestimmten Produkt oder einer Dienstleistung zuordnen können. Für Endverbraucher muss der Preis immer die gesetzliche Mehrwertsteuer enthalten, also ein Bruttopreis sein. Die Nettopreise, also ohne Mehrwertsteuer oder Umsatzsteuer, dürfen auf der Ware nicht erscheinen! Wer sich nicht an die Preisangabenverordnung hält, verstößt gegen das Gesetz.

1

- | | |
|---|--------------------------|
| 1) Endverbraucher sind Personen, die die gekauften Waren nur für sich selbst verwenden. | <input type="checkbox"/> |
| 2) Die Preisangabenverordnung schützt die Rechte der Händler. | <input type="checkbox"/> |
| 3) Die PAngV bestimmt, dass Waren eine Preisauszeichnung haben müssen. | <input type="checkbox"/> |
| 4) Die PAngV dient zur Information des Verbrauchers. | <input type="checkbox"/> |
| 5) Wenn sich ein Kaufmann nicht an die PAngV, verstößt er gegen das Gesetz. | <input type="checkbox"/> |
| 6) Bei der Preisauszeichnung kann auch der Nettopreis angegeben werden. | <input type="checkbox"/> |

¹ bearbeitet nach Quelle: <https://www.juraforum.de/lexikon/preisangabe-einzelhandel>

b. Lesen sie den Abschnitt „Verstoß gegen die Preisangabenverordnung“ und sprechen Sie mit Ihrem/r Lernpartner/in: Gegen welches Gesetz wird verstoßen? Wie wird ein solcher Verstoß bestraft?

Verstoß gegen die Preisangabenverordnung

Wenn ein Kaufmann sich an die Preisangabenverordnung nicht hält, so verstößt er gegen das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb vor. Auch kann ein Verstoß gegen das Verbot der irreführenden Werbung vorliegen. In diesem Fall haben Konkurrenten und auch Verbraucherverbände das Recht, gegen den betreffenden Kaufmann vorzugehen. Wenn ein nachweisbarer Verstoß gegen die Regelungen der Preisangabenverordnung vorliegt, so kann der betreffende Kaufmann mit einer Zahlung von Ordnungsgeldern bis zu einer Höhe von 25.000,- € bestraft werden².

3. Nun haben Sie sich ausführlich über die Preisangabenverordnung informiert. Wie soll also eine gute Preisauszeichnung aussehen und was kann sie bewirken? Lesen Sie die Sätze und setzen Sie die Adjektive in Klammern im Komparativ ein.

Beispiel: Die richtige Preisauszeichnung ist wichtig für eine _____ (einfach) Orientierung im Geschäft. → einfachere

- 2
- 1) Das Anbringen von Preisschildern soll für einen _____ (fair) Wettbewerb im Einzelhandel sorgen.
 - 2) Eine _____ (übersichtlich) Preisauszeichnung informiert Kunden über Preise von Waren und Dienstleistungen.
 - 3) Man schafft mit einer übersichtlichen Preisauszeichnung ein _____ (angenehm) Ambiente.
 - 4) Den Kunden bietet man damit eine _____ (klar) Übersicht.
 - 5) Die Preisauszeichnung ist ein wichtiges Instrument für eine _____ (gut) Steuerung des Verkaufserfolgs.
 - 6) Gute Strategien bei der Preisauszeichnung sorgen für _____ (viel) Erfolg beim Verkauf.³

4. Fassen Sie alles, was Sie über die Preisauszeichnung wissen müssen, zusammen.

a. Lesen Sie die Sätze und ergänzen Sie die passenden Wörter.

gut • zufrieden • notwendig • sichtbar • fair • klar

- 1) Die Preise müssen gut _____ angebracht werden.
- 2) In einem übersichtlichen Verkaufsraum sind die Kunden _____.
- 3) Eine Preisauszeichnung ist beim Verkauf im Einzelhandel _____.
- 4) Die Kunden sollen sich _____ orientieren können.
- 5) Die Übersicht über die Preise muss für die Kunden _____ sein.
- 6) Die Preisangabenverordnung sorgt dafür, dass der Wettbewerb zwischen den Einzelhändlern _____ ist.

² bearbeitet nach Quelle: <https://www.juraforum.de/lexikon/preisangabe-einzelhandel>

³ Quelle: <https://www.pb-onlinehandel.de/magazin/preisauszeichnung-im-einzelhandel/>

b. Bei der Kommunikation mit Kunden oder Kollegen werden Sie oft Waren beschreiben oder vergleichen. Dazu brauchen Sie Adjektive, die in verschiedenen Formen verwendet werden. Lesen Sie die Adjektive/Adverbien (Positiv, Komparativ, Superlativ) und ergänzen Sie die fehlenden Formen.

wichtig → wichtiger → am wichtigsten

- 1) _____ → sichtbarer → am _____
- 2) _____ → _____ → am zufriedensten
- 3) _____ → notwendiger → _____
- 4) gut → _____ → _____
- 5) _____ → _____ → am klarsten
- 6) fair → _____ → _____

5. Nun haben Sie einige Informationen zur Preisangabenverordnung und zur Preisauszeichnung bekommen. Wie wird aber der Preis für ein bestimmtes Produkt gemacht? Lesen Sie den Text „Die Preisbildung“ und lösen Sie die Aufgaben.

a. Tragen Sie die fehlenden Passivformen der Verben in den Klammern richtig ein.

Die Preisbildung

Wie entstehen die Preise? Und wer oder was entscheidet, wie teuer eine Ware für den Käufer wird? Der Preis _____ (werden) nicht nach Lust und Laune _____ (bilden), sondern orientiert sich danach, wie die Nachfrage ist. Man kann auch sagen, dass der Preis sich nach dem Markt richtet. Die Preisbildung _____ (werden) von vielen Faktoren _____ (beeinflussen), zu denen die Warenqualität oder auch der Verkaufsort gehören.

In einem edlen Modegeschäft erwarten die Kunden T-Shirts vom edlen Design, die zu höheren Preisen als in einem durchschnittlichen Laden _____ (verkaufen) _____ (werden). Auch die Konkurrenz ist wichtig, die ähnliche Waren anbietet. Händler müssen sehr genau beobachten, was in anderen vergleichbaren Geschäften _____ (anbieten) _____ (werden) und zu welchem Preis. Das _____ (werden) dann bei der eigenen Preisgestaltung _____ (berücksichtigen). Es ist nicht immer einfach, den richtigen Preis festzusetzen.

Ein Beispiel: Nehmen wir ein T-Shirt für 11,90 Euro. Wie kommt dieser Preis zustande? Zunächst gibt es die Kosten für das Material und für die Herstellung des T-Shirts. Aber auch der Transport und der Vertrieb, also die Versendung und Auslieferung der Ware, kosten Geld. Und wenn Werbung für das T-Shirt _____ (machen) _____ (werden), dann _____ (müssen) sie ebenfalls _____ (bezahlen) _____ (werden). Schließlich wollen alle Beteiligten ja auch etwas an dem T-Shirt verdienen, sowohl die Hersteller als auch die Großhändler und endlich die Ladeninhaberin oder eine Discounterkette, bei der das T-Shirt _____ (kaufen) _____ (werden) _____ (können).

Überarbeitet nach Quelle: <https://www.hanisauland.de/node/2288>

b. Welche Aussagen sind richtig? Kreuzen Sie an.

- 1) Bei der Inventur wird das Vermögen überprüft.
- 2) Schulden werden in einem anderen Prozess festgestellt.
- 3) Es gibt zwei Formen der Inventur.

- 4) Bei der körperlichen Inventur werden Gegenstände gezählt.
- 5) Die Buchinventur wird am Computer durchgeführt.
- 6) Ins Inventar wird nur das gesamte Vermögen eingetragen.

c. Aus Erfahrung wissen Sie, dass die Preise nicht immer gleichbleiben – manchmal werden Sie reduziert, manchmal erhöht. Preisanpassung, Preissteigerung und Preisreduzierung sind also wichtige Begriffe im Einzelhandel.

Lesen sie die Informationen zum Thema Preiserhöhung am Beispiel einer Tierklinik:

<https://software.idexx.de/teil-1-deshalb-muessen-sie-ihre-produktpreise-anpassen>
<https://software.idexx.de/deshalb-muessen-sie-ihre-produktpreise-anpassen-teil-2/>

Besprechen Sie dann mit Ihrem/r Lernpartner/in oder in der Gruppe, warum Preise erhöht oder reduziert werden. An diesen Stichwörtern können Sie sich orientieren:

- Preisanstieg zu Beginn des Jahres
- Inflationskorrektur
- Preispolitik
- Preisanpassung
- Produkte und Dienstleistungen
- Zukünftige Investitionen
- Ausgaben bestimmen
- Preise der Mitbewerber
- Wert der Dienstleistung oder des Produkts
- eine Preiserhöhung kommunizieren
- auf das Kundenerlebnis achten

4

6. Digitale Etikettierung erleichtert das Auszeichnen von Waren. Auch im Einzelhandel wird immer mehr digitalisiert.

a. Sehen Sie das Video über digitale Etikettierung und Preisänderung an und lösen Sie die Aufgaben.



https://www.youtube.com/watch?v=XdbZEOWaS_k

Welche Aussagen sind richtig? Kreuzen Sie an.

- 1) Etiketten werden zentral über einen Computer gesteuert.
- 2) Preisänderungen werden per Hand in das Kassensystem eingetragen.
- 3) Die digitale Etikettierung erleichtert die Preisanpassungen.
- 4) Wenn die digitale Etikettierung genutzt wird, kann man Zeit sparen.

- 5) Die digitale Etikettierung spart Papier.
- 6) Bei der digitalen Etikettierung kommt es oft zur falschen Auszeichnung der Waren.
- 7) Bei der digitalen Etikettierung kann man schneller auf Online-Preise reagieren.
- 8) Im Supermarkt kann die digitale Etikettierung Lebensmittel retten.
- 9) Über QR-Codes können nur Mitarbeiterinnen Zusatzinformationen abrufen.

**b. Arbeiten Sie in Paaren. Welche Vorteile hat die digitale Etikettierung für Kunden und Personal?
Schreiben Sie eine Liste und diskutieren Sie im Plenum.**

LÖSUNGEN:

zu 1.

1_c; 2_a; 3_b

zu 2a.

- 1) Endverbraucher sind Personen, die die gekauften Waren nur für sich selbst verwenden.
- 2) Die Preisangabenverordnung schützt die Rechte der Händler.
- 3) Die PAngV bestimmt, dass Waren eine Preisauszeichnung haben müssen.
- 4) Die PAngV dient zur Information des Verbrauchers.
- 5) Hält sich ein Kaufmann nicht an die PAngV, verstößt er gegen das Gesetz.
- 6) Bei der Preisauszeichnung kann auch der Nettopreis angegeben werden.

zu 3.

1_faireren; 2_übersichtlichere; 3_angenehmeres; 4_klarere; 5_bessere; 6_mehr

zu 4a.

- 1) Die Preise müssen gut sichtbar angebracht werden.
- 2) In einem übersichtlichen Verkaufsraum sind die Kunden zufrieden.
- 3) Eine Preisauszeichnung ist beim Verkauf im Einzelhandel notwendig.
- 4) Die Kunden sollen sich gut orientieren können.
- 5) Die Übersicht über die Preise muss für die Kunden klar sein.
- 6) Die Preisangabenverordnung sorgt dafür, dass der Wettbewerb zwischen den Einzelhändlern fair ist.

6

zu 4b.

- 1) sichtbar → sichtbarer → am sichtbarsten
- 2) zufrieden → zufriedener → am zufriedensten
- 3) notwendig → notwendiger → am notwendigsten
- 4) gut → besser → am besten
- 5) klar → klarer → am klarsten
- 6) fair → fairer → am fairsten

zu 5a.

Die Preisbildung

Wie entstehen die Preise? Und wer oder was entscheidet, wie teuer eine Ware für den Käufer wird? Der Preis wird (werden) nicht nach Lust und Laune gebildet (bilden), sondern orientiert sich danach, wie die Nachfrage ist. Man kann auch sagen, dass der Preis sich nach dem Markt richtet. Die Preisbildung wird (werden) von vielen Faktoren beeinflusst (beeinflussen), zu denen die Warenqualität oder auch der Verkaufsort gehören.

In einem edlen Modegeschäft erwarten die Kunden T-Shirts vom edlen Design, die zu höheren Preisen als in einem durchschnittlichen Laden verkauft (verkaufen) werden (werden). Auch die Konkurrenz ist wichtig, die ähnliche Waren anbietet. Händler müssen sehr genau beobachten, was in anderen vergleichbaren Geschäften angeboten (anbieten) wird (werden) und zu welchem Preis. Das wird (werden) dann bei der eigenen Preisgestaltung berücksichtigt (berücksichtigen). Es ist nicht immer einfach, den richtigen Preis festzusetzen.

Ein Beispiel: Nehmen wir ein T-Shirt für 11,90 Euro. Wie kommt dieser Preis zustande? Zunächst gibt es die Kosten für das Material und für die Herstellung des T-Shirts. Aber auch der Transport und der Vertrieb, also die Versendung und Auslieferung der Ware, kosten Geld. Und wenn Werbung für das T-Shirt gemacht (machen) wird (werden), dann muss (müssen) sie ebenfalls bezahlt

(bezahlen) werden (werden). Schließlich wollen alle Beteiligten ja auch etwas an dem T-Shirt verdienen, sowohl die Hersteller als auch die Großhändler und endlich die Ladeninhaberin oder eine Discounterkette, bei der das T-Shirt gekauft (kaufen) werden (werden) kann (können).

Überarbeitet nach Quelle: <https://www.hanisauland.de/node/2288>

zu 5b.

- 1) Bei der Inventur wird das Vermögen überprüft.
- 2) Schulden werden in einem anderen Prozess festgestellt.
- 3) Es gibt zwei Formen der Inventur.
- 4) Bei der körperlichen Inventur werden Gegenstände gezählt.
- 5) Die Buchinventur wird am Computer durchgeführt.
- 6) In das Inventar wird nur das gesamte Vermögen eingetragen.

zu 6a.

- 1) Etiketten werden zentral über einen Computer gesteuert.
- 2) Preisänderungen werden per Hand in das Kassensystem eingetragen.
- 3) Die digitale Etikettierung erleichtert die Preisanpassungen.
- 4) Wenn die digitale Etikettierung genutzt wird, kann man Zeit sparen.
- 5) Die digitale Etikettierung spart Papier.
- 6) Bei der digitalen Etikettierung kommt es oft zur falschen Auszeichnung der Waren.
- 7) Bei der digitalen Etikettierung kann man schneller auf Online-Preise reagieren.
- 8) Im Supermarkt kann die digitale Etikettierung Lebensmittel retten.
- 9) Über QR-Codes können nur Mitarbeiterinnen Zusatzinformationen abrufen.