



EUROPA-FACHBUCHREIHE
für wirtschaftliche Bildung

Schwerpunkt Einzelhandel

Situation – Aktion – Training

Schuljahr 1

Das Arbeitsheft zu „Schwerpunkt Einzelhandel – Schuljahr 1“

2. Auflage

Lektorat: Joachim Beck

VERLAG EUROPA-LEHRMITTEL · Nourney, Vollmer GmbH & Co. KG
Düsseldorfer Straße 23 · 42781 Haan-Gruiten

Europa-Nr.: 97674

Verfasser

Joachim **Beck** (Lektorat)

Dr. Reinhard **Löbbert**

Dr. Helmut **Lungershausen**

Matthias **Mann**

Christel **Eichhoff**

Das vorliegende Buch wurde auf der **Grundlage der aktuellen amtlichen Rechtschreibregeln** erstellt.

2. Auflage 2012

Druck 5 4 3 2 1

Alle Drucke derselben Auflage sind parallel einsetzbar, da bis auf die Behebung von Druckfehlern untereinander unverändert.

ISBN 978-3-8085-9927-3

Alle Rechte vorbehalten.

Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der gesetzlich geregelten Fälle muss vom Verlag schriftlich genehmigt werden.

© 2012 by Verlag Europa-Lehrmittel, Nourney, Vollmer GmbH & Co. KG, 42781 Haan-Gruiten
<http://www.europa-lehrmittel.de>

Umschlaggestaltung: Media Creativ, G. Kuhl, 40723 Hilden

Satz: Meis satz&more, 59469 Ense

Druck: Triltsch Print und digitale Medien GmbH, 97199 Ochsenfurt-Hohestadt

Inhaltsverzeichnis

Schwerpunkt: Betriebswirtschaft

Lernfeld 1

Aufgaben, Leistungen und die organisatorische Struktur des Einzelhandelsunternehmens darstellen **6**

1.1	Der Ausbildungsbetrieb wird präsentiert <i>komplexe Arbeitsaufgabe</i>	6
1.2	Die Bedeutung des Einzelhandels in der Gesamtwirtschaft <i>Arbeitsblatt</i>	9
1.3	Aufgaben des Einzelhandels werden erkannt <i>Arbeitsblatt</i>	10
1.4	Betriebsformen werden verglichen <i>Anleitung für Erkundung</i>	11
1.5	Eine Sortimentspyramide wird erstellt <i>Anleitung zur Erarbeitung und Präsentation</i>	13
1.6	Der organisatorische Aufbau eines Einzelhandelsbetriebs wird dargestellt <i>Arbeitsblatt</i>	15
1.7	Verkaufen als Geschäftsprozess darstellen <i>komplexe Arbeitsaufgabe</i>	16

Lernfeld 2

Verkaufsgespräche kundenorientiert führen **19**

2.1	Erfolgreich kommunizieren Spiel- und Arbeitsanleitungen	19
2.2	Warenkenntnisse erwerben <i>Arbeits- und Erkundungsauftrag</i>	21
2.3	Kontakt aufnehmen und Bedarf ermitteln Training und Übungen	26
2.4	Kunden einschätzen <i>Gruppenarbeitsanleitungen und Rollenspiel</i>	31
2.5	Nutzenbezogen argumentieren <i>Arbeitsaufgaben</i>	34
2.6	Kundenbezogen argumentieren <i>Formulierungsübungen</i>	36
2.7	Problemlösungen anbieten <i>Arbeitsaufgabe und Lernspiel</i>	38
2.8	Serviceleistungen einbeziehen <i>Rollenspiel und Erkundungsauftrag</i>	40
2.9	Preis in Verhältnis zur Leistung setzen <i>Arbeitsblatt</i>	44
2.10	Ergänzungen vorschlagen <i>Arbeitsblatt und Aufgabe</i>	45
2.11	Testbericht auswerten <i>Arbeitsblatt</i>	47

Lernfeld 3 48

Rechtsgrundlagen und Zahlungsarten beim Warenverkauf erarbeiten

3.1	Kaufrecht – was sollte ich wissen?	
	<i>Arbeits- und Präsentationsanleitung</i>	48
3.2	Mit wem kann ich Geschäfte machen?	
	<i>Lückentext</i>	49
3.3	Rechtsgeschäfte – was geht mich das an?	
	<i>Aufgabenblatt</i>	50
3.4	Rechtsgeschäfte – immer gültig?	
	<i>Test</i>	51
3.5	Wie wird ein Kaufvertrag abgeschlossen und erfüllt?	
	<i>Arbeitsblatt</i>	52
3.6	Allgemeine Geschäftsbedingungen werden entwickelt	
	<i>Recherche- und Gestaltungsaufgabe</i>	53
3.7	Ware wird bezahlt	
	<i>komplexe Arbeitsaufgabe</i>	54

Lernfeld 4 59

Waren präsentieren

4.1	Waren werden ausgezeichnet	
	<i>Arbeitsblatt</i>	59
4.2	Ein Shop wird geplant	
	<i>Aufgabe mit Anleitung zur Präsentation</i>	60
4.3	Läden werden bewertet	
	<i>Anleitung zur Erkundung</i>	62
4.4	Schaufenster werden untersucht	
	<i>Arbeitsblatt für Gruppenarbeit</i>	64
4.5	Eine Ware wird herausgestellt	
	<i>komplexe Arbeitsaufgabe</i>	66
4.6	Waren werden eingeräumt	
	<i>Arbeitsblatt</i>	67

Lernfeld 5 68

Werben und den Verkauf fördern

5.1	Werbearten werden zugeordnet	
	<i>Arbeitsblatt</i>	68
5.2	Werbemaßnahmen werden gestaltet	
	<i>komplexe Gestaltungsaufgabe</i>	69
5.3	Ein Werbeplan wird erstellt	
	<i>komplexe Gruppenaufgabe</i>	71
5.4	Verbraucher informieren sich	
	<i>Arbeitsblatt</i>	75
5.5	Den Verkauf durch Aktionen fördern	
	<i>Arbeitsblatt</i>	76

Schwerpunkt: Steuerung und Kontrolle

Lernfeld 11

Geschäftsprozesse erfassen und kontrollieren

78

11.1	Rechentechniken anwenden – Aufgabe 1	
	<i>Training</i>	78
11.2	Rechentechniken anwenden – Aufgabe 2	
	<i>Training</i>	79
11.3	Umsatzübersichten werden ausgewertet	
	<i>dreiteiliges Arbeitsblatt</i>	80
11.4	Vermögen und Schulden eines Unternehmens ermitteln	
	<i>Arbeitsblatt mit Aufgaben</i>	83
11.5	Eine Bilanz wird erstellt	
	<i>Arbeitsblatt mit Aufgaben</i>	86
11.6	Eine vereinfachte Bilanz analysieren und interpretieren	
	<i>Arbeitsblatt mit Aufgaben und Lückentext</i>	88
11.7	Testen Sie Ihr Buchführungswissen	
	<i>Arbeitsblatt</i>	89

Schwerpunkt: Gesamtwirtschaft

Lernfeld 15

In Ausbildung und Beruf orientieren

90

15.1	Ein Berufsausbildungsvertrag wird abgeschlossen	
	<i>komplexe Arbeitsaufgabe</i>	90
15.2	Rechtsfälle zur Berufsausbildung werden beurteilt	
	<i>Arbeitsblatt für Gruppenarbeit</i>	95
15.3	Lebensrisiken absichern	
	<i>Arbeitsblatt</i>	97
15.4	Ein Betriebsrat wird gegründet	
	<i>komplexe Arbeitsaufgabe mit Rollenspiel</i>	98

1.1 Der Ausbildungsbetrieb wird präsentiert

1.1.1 Kopiervorlage „Steckbrief“ zur Lösung der Eingangssituation im Lehrbuch auf Seite 10

Mein Ausbildungsbetrieb:	
Branche	
Rechtsform	
Inhaber/ Geschäftsführer	
Standort und Adresse	
Mitarbeiterzahl	
Jahresumsatz	
Mitgliedschaft	
Sortimentsbeschreibung	
Kundenstruktur	
Einzugsgebiet	
Werbemaßnahmen	
Ladenöffnung	

1.1.2 Das ist mein Ausbildungsbetrieb!



Arbeitsauftrag

In Partnerarbeit interviewen Sie sich gegenseitig. Dazu „verwandeln“ Sie Ihr Klassenzimmer in ein Fernsehstudio mit Publikum.

Zeichnen Sie die Gespräche zusätzlich mit einer Videokamera auf.

Beachten Sie: Ziel der Interviews ist es, dass Ihre Mitschülerinnen und Mitschüler möglichst viel über Sie und Ihren Ausbildungsbetrieb erfahren.

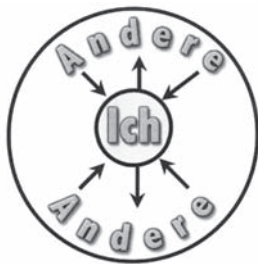
Arbeitsschritte

1. Bereiten Sie das Gespräch sorgfältig vor. Dazu nutzen Sie auch den ausgearbeiteten Steckbrief zum eigenen Ausbildungsunternehmen.

2. Wählen Sie durch Zufallsauswahl fünf der aufgezeichneten Interviews aus und besprechen Sie diese in Ihrer Klasse. Bewerten Sie die Interviews anhand folgender Kriterien:

- Informationsgehalt und Verständlichkeit,
- Art der Fragestellung und der Antworten,
- Aussprache und Lautstärke,
- Betonung und Sprechtempo,
- Einsatz von Körpersprache.

1.1.3 Das erwarte ich von meinem Ausbildungsbetrieb!



Ausgangssituation

Vom ersten Tag Ihrer Ausbildung an bestehen zwischen Ihnen und Ihrem beruflichen Umfeld eine Fülle von Beziehungen.

Diese Beziehungen sind wechselseitig. Dies bedeutet, Sie haben bestimmte Erwartungen an andere und diese wiederum haben gewisse Erwartungen an Sie.

Aufgabe

Formulieren Sie jeweils fünf Erwartungen, die Sie als Auszubildende(r) haben an:

- a) das eigene Unternehmen, b) die Vorgesetzten, c) die Kollegen, d) die Kunden.

Arbeitsschritte

1. a) Führen Sie dazu eine Kartenabfrage durch. Bilden Sie in der Klasse Gruppen, die jeweils einen der vier Bereiche auswerten. Das Ergebnis wird zeigen, welche Erwartungen bei Ihnen in der Klasse eine besonders wichtige Rolle spielen und welche Erwartungen für Sie einen eher geringen Stellenwert haben. Diskutieren Sie das Ergebnis.

b) Notieren Sie Ihre Erwartungen auch auf das Arbeitsblatt der folgenden Seite. Überprüfen Sie im Lauf Ihrer Ausbildung, ob sich Ihre Erwartungen erfüllt, nicht erfüllt oder geändert haben!

2. Schlüpfen Sie in die Rolle eines Ihrer Vorgesetzten, eines Kollegen und eines Kunden. Formulieren Sie wiederum fünf Erwartungen. Dieses Mal aber an Sie als Auszubildende und Mitarbeiter im Verkauf.

Überprüfen Sie, in welchen Bereichen übereinstimmende Erwartungen vorliegen und wo es zu unterschiedlichen Bewertungen gekommen ist. Welche Schlussfolgerungen können Sie daraus ziehen?

Zu 1 b) Meine Erwartungen an mein berufliches Umfeld

... Unternehmen



... Vorgesetzte



Erwartungen an: ...



... Kollegen



... Kunden

1.2 Die Bedeutung des Einzelhandels in der Gesamtwirtschaft

Situation:



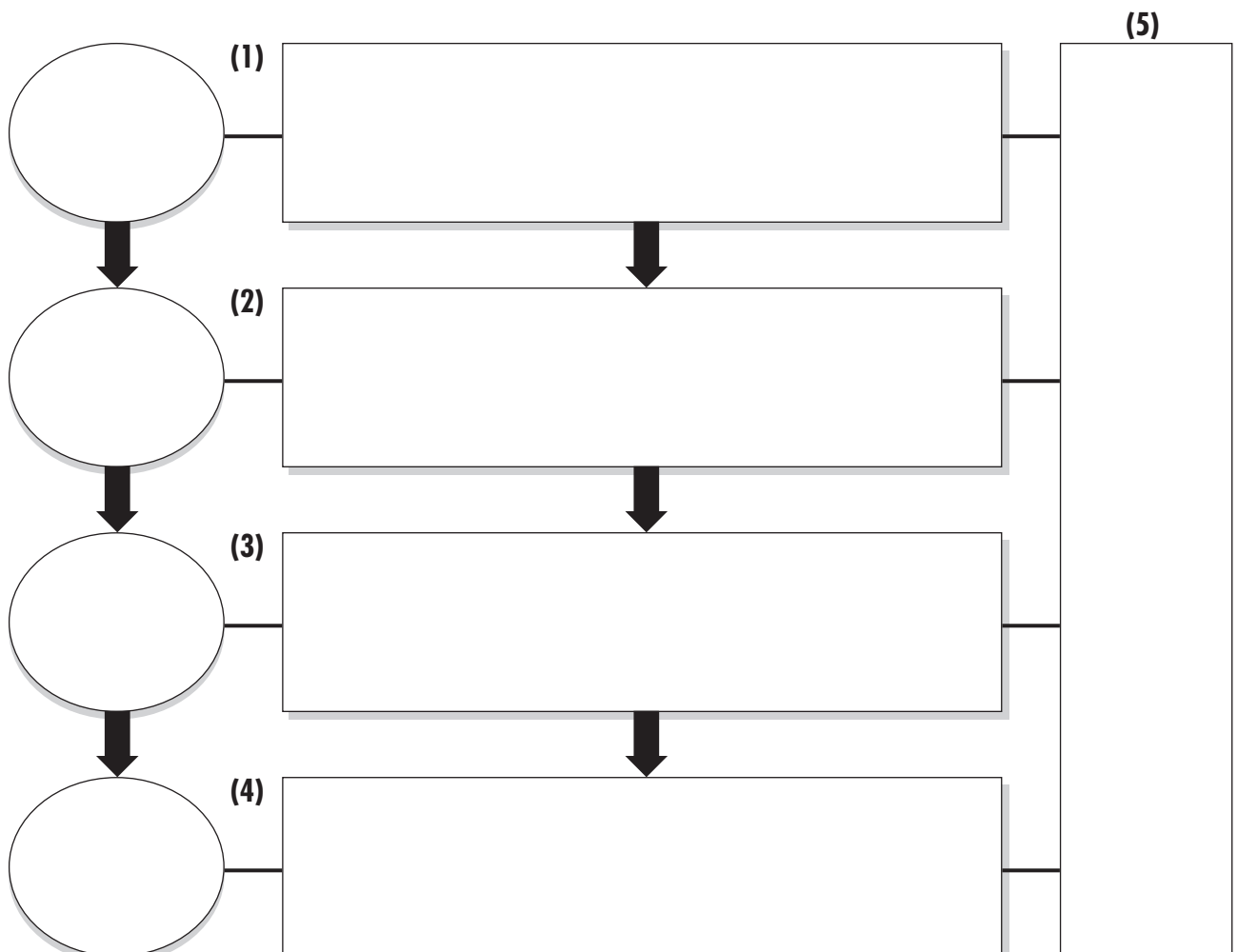
Michael, Konrad, Lukas und Ralf sind Mitglieder im Neuburger Männerkochclub „Pfeffer & Salz“. Mit Vorliebe kochen Sie Gerichte, bei denen Käse eine wichtige Rolle spielt, denn auch beruflich haben drei mit diesem Milchprodukt zu tun: Konrad arbeitet als Qualitätsmanager in einem großen Molkereibetrieb, Ralf bewirtschaftet einen Hof mit über 50 Milchkühen und Lukas fährt jeden Tag mit seinem „Käsemobil“ in Orte der Neuburger Umgebung, um dort seinen Kunden über 100 verschiedene Käsesorten anzubieten. Michael hat als Polizist beruflich nichts mit Käse zu tun, ist aber begeisterter Käseliebhaber und gibt monatlich gut und gerne über 50 € für Käsespezialitäten aus.



Aufgabe

Aus den Informationen der Situation können Sie die Bedeutung bzw. Einordnung des Einzelhandels in die Gesamtwirtschaft erkennen und somit auch die Gliederung einer Volkswirtschaft in unterschiedliche Wirtschaftsbereiche darstellen. Füllen Sie dazu das folgende Schema aus und kennzeichnen Sie die Kreise mit einem einprägsamen Symbol für den jeweiligen Wirtschaftsbereich (1 bis 4) am Beispiel des Produkts „Käse“. Was tragen Sie in den Kasten mit der Nummer 5 ein?

Gliederung der Wirtschaft



1.3 Aufgaben des Einzelhandels werden erkannt

Sie sollen im folgenden Text die Aufgaben (Funktionen) des Einzelhandels erkennen und die entsprechenden Textzeilen der jeweiligen Funktion zuordnen.

Inga und Mark führen ein Unternehmen



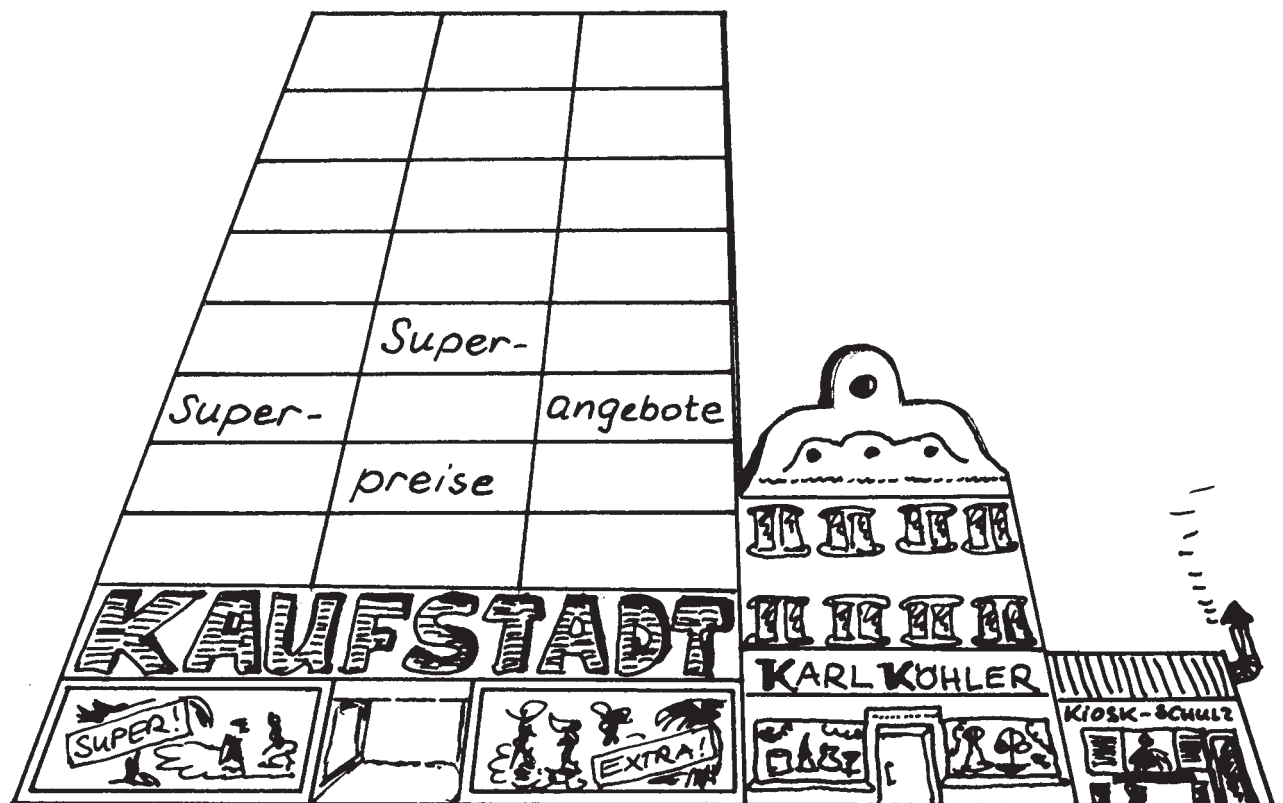
1 Inga und Mark Heider führen seit fünf Jahren selbstständig eine Lederboutique. Ihre Geschäftsräume sind klein, liegen aber günstig am
 2 Rande der Fußgängerzone. Ihre Spezialität sind Lederwaren aus
 3 Spanien. Bei einer Fahrt nach Spanien verbinden die beiden Urlaub
 4 und Geschäft: Neben einer Badewoche benutzen sie die Zeit zum
 5 Einkauf, und ihr kleiner Lieferwagen ist bei der Rückfahrt voll gepackt bis oben hin mit neuer Ware. Da sie direkt beim Produzenten
 6 einkaufen, kennen sie die Ware ganz genau und können ihre Kunden
 7 bestens beraten. Außerdem achten sie bei ihren Einkäufen darauf, dass sie keine Ware aus minderwertigem Leder oder in schlechter
 8 Verarbeitung beziehen. In ihrer Boutique bieten die Heiders
 9 Jacken und Hüte, Gürtel und Riemen, Beutel und Taschen sowie
 10 Handschuhe und Lederkleinteile an. Regelmäßig stellen sie einen
 11 Artikel relativ günstig als „Angebot des Monats“ heraus. Auf diese
 12 Weise können sie auch Artikel absetzen, die sie in großer Zahl beziehen müssen (Mindestabnahmemenge). Da sie nur zweimal im Jahr
 13 in Spanien einkaufen, haben sie einen Lagerraum, um die eingekaufte Ware fachgerecht zu lagern. Außerdem bieten die Heiders
 14 Lederpflegemittel an; dazu können sie ihren Kunden Tipps zur
 15 Pflege und Reinigung von Leder geben. Hartnäckig verschmutzte
 16 Teile nehmen die Heiders im Auftrag einer Spezialfirma für Lederreinigung entgegen. Stammkunden der beiden nutzen diese Möglichkeit
 17 gern, um ihre Ledersachen fachgerecht reinigen zu lassen.
 18 Auf ihre Stammkunden verlassen sich die beiden auch, wenn es um die Gewinnung neuer Kunden geht. Sie verteilen Handzettel an ihre
 19 Kunden und bitten diese, die Empfehlung weiterzugeben. Da eine
 20 Vielzahl von Kunden mit Kreditkarten zahlen möchten, haben sich
 21 Heiders entschlossen, Zahlungen mit Kreditkarten zu akzeptieren.

Funktionen des Handels	Textzeilen
1. Räumliche Überbrückungsfunktion	
2. Zeitliche Überbrückungsfunktion	
3. Mengenausgleichsfunktion	
4. Sortimentsfunktion	
5. Qualitätsfunktion	
6. Beratungs- und Werbefunktion	
7. Servicefunktion	
8. Kreditfunktion	

1.4 Betriebsformen werden verglichen

Betriebe mit ähnlichen Warenangeboten (Sortimenten) kann man durch Beobachtung vergleichen. In der Fachsprache des Einzelhandels werden solche Beobachtungen „Konkurrenzgänge“ genannt.

Um sich mit den Betriebsformen des Einzelhandels vertraut zu machen, sollen Sie solch einen Beobachtungsgang durchführen.



Arbeitsschritte

1. Bilden Sie Arbeitsgruppen mit gleichem Ausbildungssortiment.
2. Wählen Sie drei möglichst unterschiedliche Betriebe (verschiedene Betriebsformen) mit einem Warenangebot entsprechend Ihrem Ausbildungssortiment aus.
3. Besuchen Sie diese Betriebe, und ermitteln Sie genau die Punkte des nachfolgenden Beobachtungsbogens. Notieren Sie alle Angaben, die Sie feststellen können.
4. Werten Sie die ausgefüllten Bögen aus:
 - Welche Unterschiede kommen innerhalb einer Branche vor?
 - Sind die Betriebe „Konkurrenten“ oder machen sie sich keine Konkurrenz?
5. Fassen Sie Ihre Ergebnisse hinsichtlich der verschiedenen Betriebsformen zusammen. Vergleichen Sie Ihre generellen Feststellungen zu den einzelnen Betriebsformen sortimentsübergreifend innerhalb Ihrer Klasse.

Zu 3.

Beobachtungsbogen

	Betriebe		
	1	2	3
1. Name des Unternehmens			
2. Standort des Ladengeschäftes			
3. Sortiment a. Kennzeichnung (Branche) b. Sortimentsbreite c. Sortimentstiefe			
4. Verkaufsformen a. Bedienung b. Vorwahlsystem c. Selbstbedienung			
5. Betriebsgröße B = Beschäftigte V = Verkaufsfläche a. sehr groß (mehr als 100 B/ mehr als 3000 m ² V) b. groß (40 – 100 B/ 1000 – 3000 m ² V) c. mittel (10 – 39 B/ 400 – 999 m ² V) d. klein (2 – 9 B/ 50 – 399 m ² V/ e. mini (1 B/sehr geringe V)			
6. Geschäftsausstattung und Warenpräsentation a. sehr gediegen, vornehm und elegant b. poppig, fetzig und jugendlich c. durchschnittlich, ohne besondere Akzente d. einfach, schlicht, Discounter-Prinzip e. _____			
7. Betriebsform Warenhaus, Kaufhaus, Verbrauchermarkt, Supermarkt, Discountgeschäft, Fachgeschäft, Spezialgeschäft oder ... _____			

1.5 Eine Sortimentspyramide wird erstellt

Sie sollen für eine Warengruppe Ihres Sortiments eine Sortimentspyramide erstellen. Anschließend sollen Sie die Sortimentspyramiden in Ihrer Klasse präsentieren und gegenseitig bewerten.



Arbeitsschritte

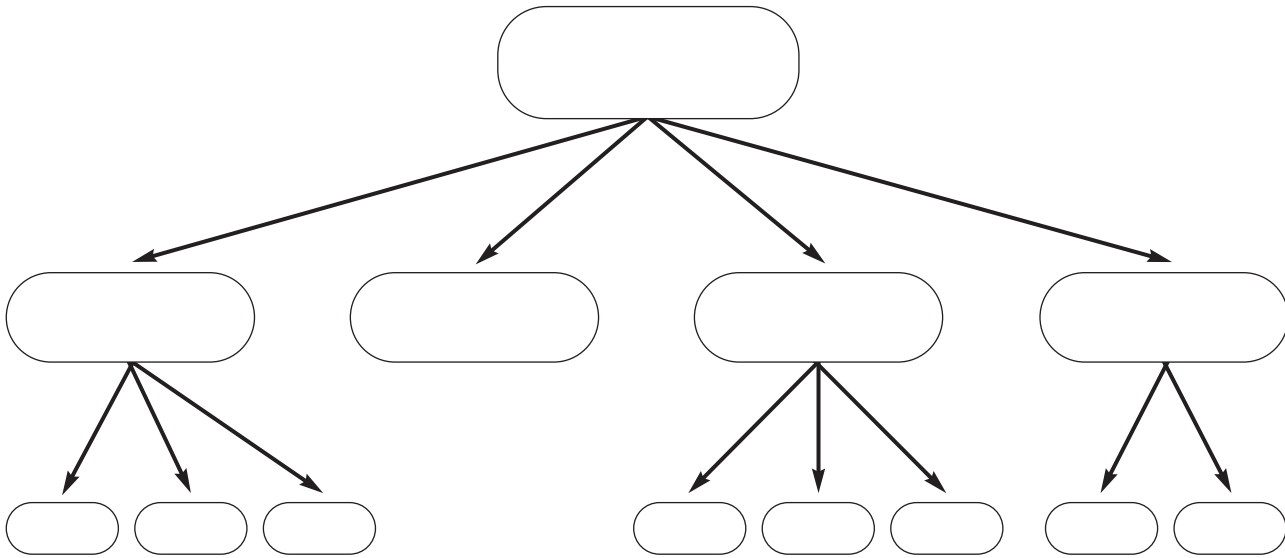
1. Wählen Sie eine Warengruppe aus Ihrem Sortiment aus und notieren Sie die dazu gehörigen Warenarten mit ihren Artikeln und Sorten innerhalb der Warengruppe.
2. Fertigen Sie auf Grundlage der erstellten Liste eine Skizze für die Sortimentspyramide an.
3. Legen Sie einen Termin für die Präsentation und Kriterien für die Bewertung fest. Erstellen Sie dazu einen Bewertungsbogen.
4. Übertragen Sie Ihre Skizze auf ein Plakat. Berücksichtigen Sie dabei und in der Vorbereitung Ihrer Präsentation die festgelegten Bewertungskriterien. Gestalten Sie Ihre Darstellung möglichst anschaulich, z. B. durch Bilder, Fotos usw.
5. Planen Sie den Ablauf der Präsentation und verfassen Sie eine Tagesordnung dafür.
6. Präsentieren Sie Ihre Sortimentspyramiden in der Klasse. Verwenden Sie dabei Fachbegriffe zur Beschreibung des Sortiments. Bewerten Sie die Vorträge Ihrer Mitschülerinnen und Mitschüler gemäß vorbereitetem Bewertungsbogen und geben Sie sachliche Rückmeldungen.
7. Überprüfen Sie gemeinsam, in welchem Maße Sie die Bewertungskriterien in der Präsentation und während der Vorbereitung berücksichtigt haben. Erstellen Sie eine Checkliste für die Vorbereitung von Warenpräsentationen.

Zu 1. Übersicht über die Warengruppe (erweitern Sie die Tabelle falls nötig)

Warengruppe:				
Warenarten:				
Artikel und Sorten:				

Zu 2. Skizze der Sortimentspyramide

Ihre Sortimentspyramide sollte gemäß der folgenden Grundstruktur gestaltet werden (Beispiel). Überprüfen Sie Ihre Liste und die Skizze in Ihrem Ausbildungsbetrieb und mithilfe geeigneter Fachbücher und des Internets. Versuchen Sie, die gewählte Warengruppe möglichst genau abzubilden.



Zu 3. Kriterien und Bewertungsbogen

Überlegen Sie sich in Gruppenarbeit mögliche Kriterien zur Bewertung. Stellen Sie Ihre Kriterien in der Klasse vor und entscheiden Sie gemeinsam, welche davon zur Bewertung herangezogen werden sollen. Entwickeln Sie anschließend einen möglichen Bewertungsbogen in Word oder Excel. Überlegen Sie dabei auch, nach welchem Bewertungssystem verfahren werden soll (z. B. Punkte oder Noten). Wählen Sie in Ihrer Klasse die am besten geeignete Übersicht aus.

Mögliche Bewertungskriterien:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____

Zu 5. Tagesordnung

Planen Sie in Gruppenarbeit den Ablauf der Präsentationen und erstellen Sie eine Tagesordnung, die diesen Ablauf übersichtlich darstellt. Entscheiden Sie in der Klasse, welcher Tagesablauf gewählt werden soll.

Zu 6. Präsentation

Mögliche Fachbegriffe während der Präsentation können z. B. sein:

- Sortiment
- Warengruppe
- Warenart
- Artikel
- Sorte
- Sortimentsbreite und -tiefe
- Sortimentszusammensetzung
- Kern- und Randsortiment.

*Denken Sie immer daran:
Sie sind der Experte in Ihrem Sortiment!*

Tipps für eine gelungene Präsentation

... im Allgemeinen

- laut sprechen
- normales Sprechtempo einhalten
- Pausen machen
- der Gruppe zugewendet sprechen
- angemessene Mimik und Gestik einsetzen
- Begeisterung ausstrahlen

... von Sortimentspyramiden

- den Sortimentsbereich benennen
- zur Beschreibung Fachbegriffe verwenden
- wichtige Zusammenhänge herausstellen
- auf Rückfragen vorbereitet sein

1.6 Der organisatorische Aufbau eines Einzelhandelsbetriebs wird dargestellt

Situation



In der Unternehmenszentrale des Gartencenters Grünland sind organisatorisch unterhalb der Unternehmensleitung folgende Unternehmensbereiche angesiedelt: Einkauf, Logistik, Marketing, Werbung, Controlling mit Finanz- und Rechnungswesen, Organisation und EDV, Kundenbetreuung sowie das Personalwesen.

Der Einkauf ist in die drei Hauptabteilungen Pflanzen, Gartenbedarf und Ambiente gegliedert. Der Hauptabteilung Pflanzen sind die Abteilungen Zimmerpflanzen (ZP), Gartenpflanzen (GP), Schnittblumen (SB) und Sämereien (SÄ) zugeordnet. Zur Hauptabteilung Gartenbedarf zählen Gartenzubehör (GZ), Gartenmöbel (GM), Teichshop (TS) und Pflanzenerde (PE). Die Abteilungen Boutique (BQ), Zoowelt (ZW), der Buchshop (BS) sowie das Bistro (BO) bilden die dritte Hauptabteilung Ambiente. Der Logistikbereich gliedert sich in die Hauptabteilungen Warenannahme (WA), Lager (LG), Fuhrpark (FP) und Versand (VE). Zum Personalbereich gehören die Abteilungen Personalführung (PF), Personalentwicklung (PW) und Personalcontrolling (PC).

Aufgaben

1. Stellen Sie die Aufbauorganisation dieses Gartencenters dar. Dazu zeichnen Sie anhand der Informationen aus der Situation ein Organigramm. Verwenden Sie dabei die Abkürzungen.
2. Bilden Sie zu einem in der Situation nicht weiter untergliederten Unternehmensbereich mindestens drei zu diesem Bereich passende Abteilungen und ergänzen Sie entsprechend Ihren Organisationsplan.

1.7 Verkaufen als Geschäftsprozess darstellen

Situation



Alex ist mit seiner Freundin Klara auf Shoppingtour. In der Sportabteilung des Warenhauses Merkur sieht er eine top-modische Snowboard-Jacke. „Schau Klara, genau so was suche ich schon lange!“. „Na, dann probier sie doch an“, meint Klara. In der Zwischenzeit hat Verkäufer Jonas zu den beiden Kontakt aufgenommen, und nachdem er Alex über die Besonderheiten der Jacke informiert hat, probiert Alex diese an. Aber leider sind die Ärmel um einige Zentimeter zu lang. „Kein Problem“, beschwichtigt Jonas und weist auf den hauseigenen Änderungsservice hin. „Muss ich da lange warten?“, will Alex wissen. „Morgen ab 15:00 Uhr können Sie die Jacke an der Hauptkasse

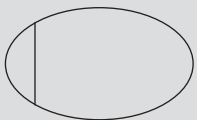
abholen! Um den Abholschein ausstellen zu können, brauche ich noch ein paar Angaben von Ihnen“, erklärt Jonas. „Klar logo“, meint Alex und nennt Name und Anschrift. Nun will er noch wissen, wie es mit der Bezahlung und möglichen Änderungskosten aussieht. „Sie können gleich hier alles zahlen, die Jacke kostet 239,00 € und die Änderung 10 €.“, sagt Jonas. „Ist O.K.“, antwortet Alex und zahlt an der Kasse mit seiner EC-Karte. Am nächsten Tag holt er die geänderte Jacke an der Zentralkasse gegen Vorlage des Änderungsscheins und des Kassenbons ab.

Aufgaben

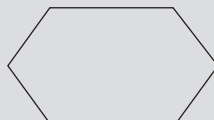
1. Stellen Sie den in der Situation beschriebenen Verkaufsvorgang als Geschäftsprozess grafisch dar.
2. Wie ändert sich die Darstellung des Geschäftsprozesses, wenn Alex die Jacke gleich nach der Anprobe zusagen würde und er sofort an die Kasse zum Bezahlen geht? Ergänzen Sie für diesen Fall Ihre Lösung aus Aufgabe 1.

Information

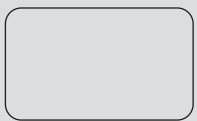
Neben der einfachen Darstellung eines Geschäftsprozesses durch Teilprozesse (vgl. Lehrbuch Seite 53), können Geschäftsprozesse auch durch andere grafische Elemente dargestellt werden. Die folgenden Grundelemente zeigen eine Ablaufstruktur aus Ereignissen und Funktionen.



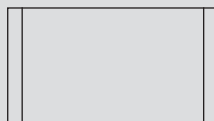
Organisationseinheit:
Durch sie wird angegeben, welche Abteilung bzw. Stelle eine Funktion ausführt.
Beispiel: Verkauf, Werbung, Lager



Ereignis:
Es beschreibt, was sich in einem Geschäftsprozess ereignen kann.
Beispiel: Ware ist eingetroffen



Funktion:
Sie beschreibt eine Aufgabe, die durch den Geschäftsprozess zu erledigen ist.
Beispiel: Ware scannen



Informationsobjekt:
Es liefert Daten oder kann Daten aufnehmen und ist stets mit einer Funktion verbunden. Beispiel: Kassenbon

In vielen Fällen kommt es innerhalb eines Geschäftsprozesses zu Verzweigungen. Solche Entscheidungspunkte (Verzweigungen) zwischen Ereignissen und Funktionen lassen sich durch sogenannte Operatoren (logische Verknüpfungen) darstellen.



„Und“-Verzweigung: Funktionen/Ereignisse müssen parallel auftreten.
Beispiel: Einer Warenlieferung liegen Rechnung **und** Lieferschein bei.

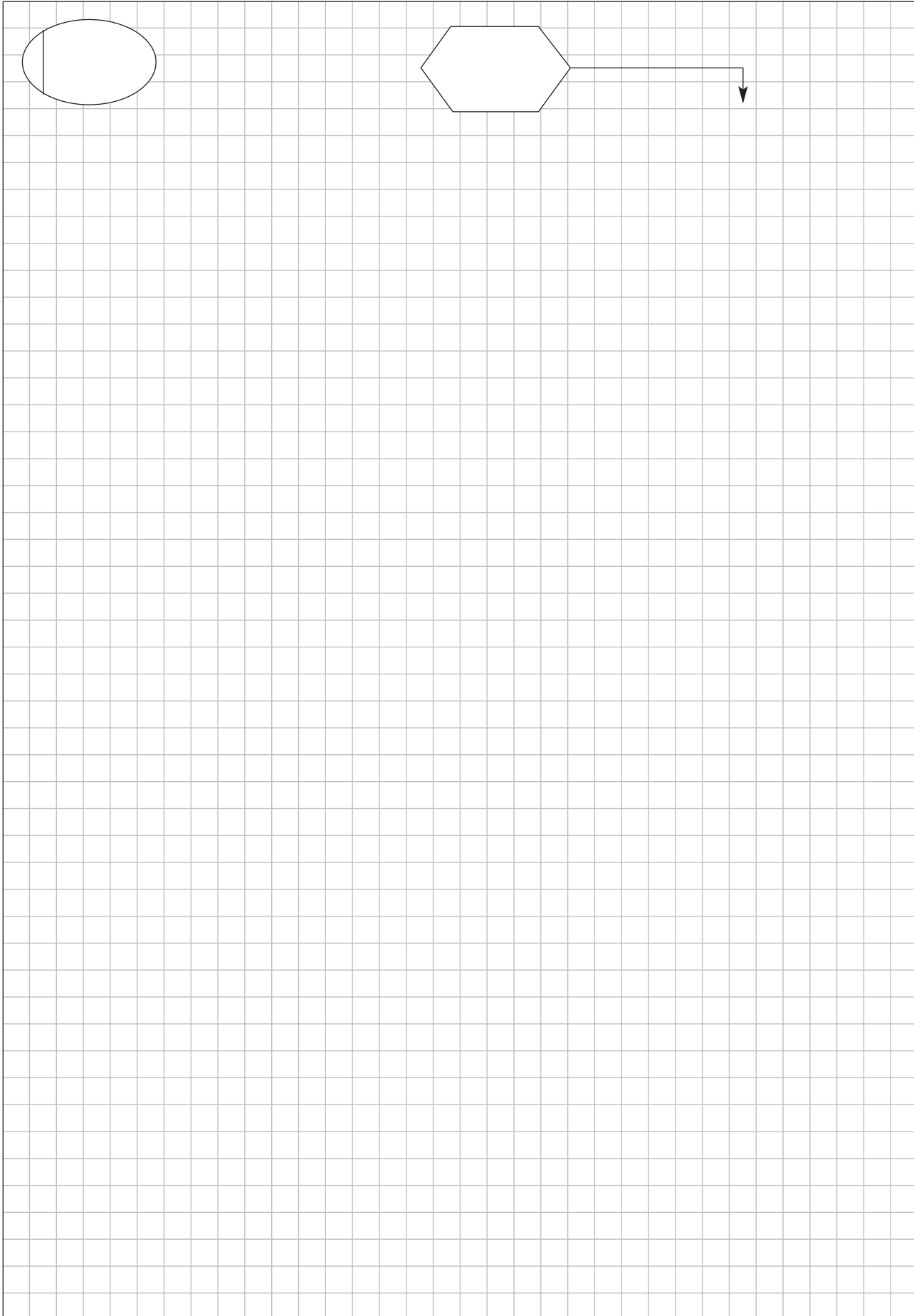


„Oder“-Verzweigung: Funktionen/Ereignisse können, müssen aber nicht gleichzeitig auftreten.
Beispiel: Ware wird geliefert **oder** vom Kunden selbst abgeholt.



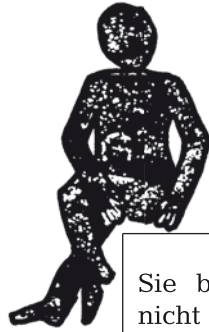
„Entweder-Oder“-Verzweigung: Funktionen/Ereignisse schließen sich gegenseitig aus:
Beispiel: Kunde zahlt **entweder** bar **oder** auf Rechnung.

Beachten Sie: Alle Ereignisse, Funktionen und Entscheidungspunkte werden über Pfeillinien verbunden. Jeder Geschäftsprozess beginnt und endet stets mit einem Ereignis.

Zu 1 und 2. Darstellung des Geschäftsprozesses „Alex kauft eine Jacke“ : grafische Darstellung

2.1 Erfolgreich kommunizieren

2.1.1 Lasst den Körper sprechen!



		Sie bemerken, dass es im Raum plötzlich ganz schlecht riecht.
	Sie bekommen eine Packung nicht auf.	Sie treffen unerwartet Ihren Liebling.
Sie stellen fest, dass Ihr Portemonnaie verschwunden ist.	Sie sind in einen Hundehaufen getreten.	Im Fernsehen werden genau Ihre 6 Lottozahlen gezogen.
Sie haben einen fürchterlichen Schluckauf.	Sie essen, was extrem sauer schmeckt.	Ein klebriges Kaugummi hängt an Ihren Fingern fest.
Sie reklamieren eine Dose mit verdorbenem Inhalt.	Ein großer, gefährlicher Hund erschreckt Sie.	Sie verbrennen sich die Zunge am heißen Kaffee.
Ihnen juckt der Rücken ganz fürchterlich.	Sie schleichen an einer schlafenden Person vorbei.	Sie entschuldigen sich für eine Verspätung Ihres Zuges.

Aufgaben

1. Bilden Sie zwei große Gruppen!
2. Beschriften Sie Kärtchen mit den Beispielen. Denken Sie sich weitere Situationen für Körpersprache aus. Für jedes Mitglied der Gegengruppe muss ein Kärtchen vorliegen.
3. Ein Mitglied der Gruppe A zieht ein Kärtchen aus dem Stapel der Gruppe B. Auf Kommando spielt er die Situation. Seine Gruppe muss raten, was er darstellt!
4. Dann spielt ein Mitglied der Gruppe B die Situation auf einem Kärtchen der Gruppe A. So geht es weiter, bis jedes Gruppenmitglied einmal seine Körpersprache eingesetzt hat!
5. Spielen Sie einen zweiten Durchgang, in dem Sie jeweils Situationen aus dem Verkauf im Rollenspiel darstellen (Partnerarbeit)! *Beispiele: Ein Kunde möchte sich nur einmal umsehen. Ein Verkäufer bedankt sich für einen großen Einkauf.*

2.1.2 Sprechfehler und ihre Folgen

V = Verkäufer/-in oder Kundenberater/-in

K = Kunde/-in

A. Wenn V zu leise und undeutlich spricht,

dann _____

B. Wenn V viele Fachbegriffe gebraucht und lange redet,

dann _____

C. Wenn V sehr monoton, gleichmäßig und langweilig spricht,

dann _____

D. Wenn V eine abweisende Miene beim Sprechen aufsetzt,

dann _____

E. Wenn V zu laut und aufdringlich spricht,

dann _____

F. Wenn V sehr langsam oder ganz wenig spricht,

dann _____

G. Wenn V sehr unruhig ist und ständig mit den Armen schlenkert,

dann _____

H. Wenn V sehr schnell spricht und hastig wirkt,

dann _____

Aufgaben

1. Vervollständigen Sie die angefangenen Sätze, indem Sie Ihre Vermutung einsetzen. Wie wirkt sich der Sprechfehler aus?
2. Formulieren Sie die Negativ-Beispiele positiv, z. B.
 - A. „Wenn V gut verständlich und deutlich spricht, kann K die Verkaufsargumente voll aufnehmen.“
3. Verbessern Sie die folgenden Bemerkungen eines Verkäufers in seinen Verkaufsgesprächen:
 - a) „Wenn Sie jetzt nicht gleich zugreifen, dann ...“
 - b) „Hab ich Ihnen nicht gleich gesagt, dass ...“
 - c) „Dieses Navigationssystem werden Sie wohl kaum bedienen können!“
 - d) „Das sehen Sie aber völlig falsch!“