

**FACHBUCHREIHE**  
für wirtschaftliche Bildung

# **Schwerpunkt Einzelhandel**

**Situation – Aktion – Kompetenztraining**

**Schuljahr 3**

Das Arbeitsheft zu „Schwerpunkt Einzelhandel“ – Schuljahr 3

**2. Auflage**

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

**Europa-Nr.: 97852**



## **Verfasser**

Joachim **Beck** (†)

Steffen **Berner**

2. Auflage 2015

Druck 5 4 3 2 1

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

ISBN 978-3-8085-9647-0

Alle Rechte vorbehalten.

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

© 2015 by Verlag Europa-Lehrmittel, Nourney, Vollmer GmbH & Co. KG, 42781 Haan-Gruiten  
<http://www.europa-lehrmittel.de>

Umschlag, Satz: Satz+Layout Werkstatt Kluth GmbH, 50374 Erftstadt  
Umschlagkonzept: tiff.any GmbH, 10999 Berlin  
Umschlagfoto: © photocreo – Fotolia.com  
Druck: Medienhaus Plump GmbH, 53619 Rheinbreitbach

# Inhaltsverzeichnis

## Schwerpunkt: Betriebswirtschaft

### Lernfeld 8

#### Mit Marketingkonzepten Kunden gewinnen und binden

5

<b>8.1</b>	<b>Marketingaktionen Marketinginstrumenten zuordnen</b> <i>Arbeitsblatt mit Zuordnungsaufgabe .....</i>	5
<b>8.2</b>	<b>Marketing-Mix-Puzzle</b> <i>Untersuchung und Auswertung in Gruppen- und Einzelarbeit .....</i>	7
<b>8.3</b>	<b>Fragebogen-Pretest</b> <i>Entwurf und Verwendungstest in Gruppen und im Plenum .....</i>	8
<b>8.4</b>	<b>Statistisches Material in verwertbare Aussagen übersetzen</b> <i>Aufbereitung und Interpretation mit Präsentation und Rollenspiel .....</i>	9
<b>8.5</b>	<b>Pro und Contra „Gläserner Kunde“</b> <i>Pro-und-Contra-Diskussion .....</i>	11
<b>8.6</b>	<b>Brainwriting zur Kundenbindung</b> <i>Kreativitäts- und Strukturierungsübung .....</i>	12
<b>8.7</b>	<b>TV-Shopping is starring you! – Verkaufssendung drehen</b> <i>Entwicklung und Umsetzung eines Drehbuchs in Gruppen .....</i>	14
<b>8.8</b>	<b>Waren für Multi-Channel-Retailing</b> <i>Untersuchung und Entscheidung in Einzel- oder Partnerarbeit .....</i>	16
<b>8.9</b>	<b>Sicher im Netz surfen und kaufen</b> <i>Anleitung für sichere Internetnutzung.....</i>	17

### Lernfeld 9

#### Personaleinsatz planen und Mitarbeiter führen

19

<b>9.1</b>	<b>Personalbedarf planen</b> <i>Arbeitsauftrag.....</i>	19
<b>9.2</b>	<b>Personalbeurteilung – Stärken und Schwächen</b> <i>komplexer Arbeitsauftrag in Einzel- und Gruppenarbeit .....</i>	20
<b>9.3</b>	<b>Personalauswahl – intern und extern</b> <i>Arbeitsblatt .....</i>	21
<b>9.4</b>	<b>Personalentlohnung – Mitarbeitergehälter anpassen</b> <i>komplexe Arbeitsaufgabe in Gruppenarbeit und im Rollenspiel .....</i>	22
<b>9.5</b>	<b>Personalcontrolling – Steuerung des Personalbedarfs</b> <i>Anleitung zur Erarbeitung und Präsentation .....</i>	25
<b>9.6</b>	<b>Personaleinsatz planen bei Hochbetrieb</b> <i>komplexe Arbeitsaufgabe.....</i>	27
<b>9.7</b>	<b>Alkohol am Arbeitsplatz – Mitarbeitergespräch führen</b> <i>Anleitung zur Erarbeitung und zum Rollenspiel.....</i>	29
<b>9.8</b>	<b>Ein Arbeitsverhältnis wird beendet – Kündigung und Arbeitszeugnis</b> <i>Anleitung zur Erarbeitung mithilfe von Gesetzestexten und einer Pro-und-Contra-Diskussion.....</i>	31

**Lernfeld 10****Ein Einzelhandelsunternehmen leiten und entwickeln****34**

<b>10.1 Mehr Verantwortung übernehmen? Sich selbstständig machen?</b>	
<i>Anleitung zur Erarbeitung und Simulation eines Beratungsgesprächs</i> .....	34
<b>10.2 Eine Rechtsform wählen</b>	
<i>Arbeitsblatt mit Verteilungsrechnung</i> .....	36
<b>10.3 Finanzierung – Kapitalbedarfsrechnung</b>	
<i>komplexe Arbeitsaufgabe</i> .....	37
<b>10.4 Nicht-Rechtzeitig-Zahlung, Zahlungsverzug</b>	
<i>Arbeitsblatt mit Nutzung von Gesetzestexten</i> .....	38
<b>10.5 Kreuz und quer durchs Lernfeld 10</b>	
<i>Selbsttest durch Kreuzworträtsel</i> .....	39
<b>10.6 Richtig oder falsch, das ist die Frage!</b>	
<i>Arbeitsblatt mit Selbsttest</i> .....	41

**Schwerpunkt: Steuerung und Kontrolle****Lernfeld 14****Einzelhandelsprozesse auswerten und steuern****44**

<b>14.1 Buchung der Vorsteuer und Umsatzsteuer, Ermittlung der Zahllast</b>	
<i>Arbeitsblatt mit Aufgaben</i> .....	44
<b>14.2 Berechnung und Buchung der Abschreibungen auf Anlagevermögen</b>	
<i>Arbeitsblatt mit Aufgaben</i> .....	47
<b>14.3 Abschreibungen als Finanzierungsinstrument</b>	
<i>komplexes Arbeitsblatt mit Aufgaben</i> .....	50
<b>14.4 Kosten zurechnen, beurteilen und reduzieren</b>	
<i>Arbeitsblatt mit Aufgaben</i> .....	53
<b>14.5 Gewinn durch Zusatzaufträge</b>	
<i>komplexe Arbeitsaufgabe mit Argumentation</i> .....	54
<b>14.6 Deckungsbeiträge berechnen</b>	
<i>Arbeitsblatt mit Präsentation und Diskussion</i> .....	55
<b>14.7 Darstellungsmöglichkeiten der Betriebsstatistik einschätzen</b>	
<i>Arbeitsblatt mit Diagrammen</i> .....	56
<b>14.8 Wichtige Kennzahlen ermitteln</b>	
<i>Arbeitsblatt mit Aufgaben</i> .....	58
<b>14.9 Kreuz und quer durchs Lernfeld 14</b>	
<i>Selbsttest durch Kreuzworträtsel</i> .....	60
<b>14.10 Richtig oder falsch, das ist die Frage!</b>	
<i>Arbeitsblatt mit Selbsttest</i> .....	62

**Schwerpunkt: Gesamtwirtschaft (Kompetenzbereich WiSo)****Wirtschaftspolitische Einflüsse****64**

<b>17.1 Preisentwicklung</b>	
<i>komplexe Arbeitsaufgabe</i> .....	64
<b>17.2 Wirtschaftspolitik in der Sozialen Marktwirtschaft</b>	
<i>Arbeitsblatt</i> .....	66
<b>17.3 Konjunktur – Einschätzung und Maßnahmen</b>	
<i>Arbeitsblatt</i> .....	68
<b>17.4 Arbeitsmarktsituation</b>	
<i>Arbeitsauftrag mit Befragung, Präsentation und Diskussion</i> .....	70

## 8.1 Marketingaktionen Marketinginstrumenten zuordnen

### Aufgaben

1. Untersuchen Sie die 24 Maßnahmen des Einrichtungshauses COMFORT (Folgende Seite!) und ordnen Sie diese dem jeweiligen Marketingbereich zu.
2. Tragen Sie die Lösungsbuchstaben der Reihe nach in die entsprechenden Felder untereinander ein.
3. Lesen Sie die eingetragenen Buchstaben jeweils von oben nach unten. Wenn Sie alle Maßnahmen richtig zugeordnet haben, ergibt sich das Lösungswort. Es handelt sich um ein Wort ohne Buchstabenwiederholung (Panagramm) und es ist ein Kunstwort ohne reale Bedeutung.



© thingamajigs – Fotolia.com

PLATZ	PRODUKT	PREIS	PROMOTION	PERSONAL
STANDORT	SORTIMENT	PREIS	WERBUNG	
BETRIEBSFORM	SERVICE	KONDITIONEN	VERKAUFS- FÖRDERUNG	
			PUBLIC RELATIONS	

Das Lösungswort lautet:

---

## Maßnahmen des Einrichtungshauses COMFORT

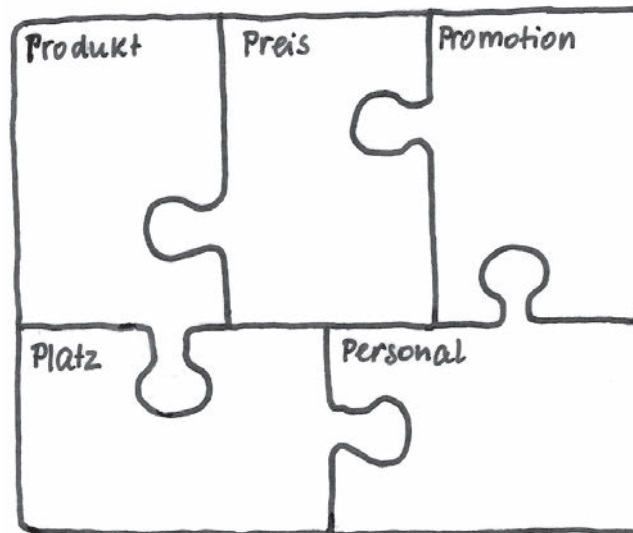
Nr.	Maßnahme	Buchstabe
1	Ein Teppichreinigungs- und Pflegedienst wird eingerichtet.	r
2	Es wird eine Filiale in einem anderen Stadtbezirk eröffnet.	h
3	Neu im Angebot: Echte Gemälde von heimischen Künstlern.	z
4	Sonderaktion: „Auslaufmodellküchen für die Hälfte!“	k
5	In Durchsagen wird auf Sonderangebote hingewiesen.	ä
6	Die Abteilungsleiter besuchen einen Kurs „Kundenpsychologie“.	u
7	Der Inhaber spendet 10.000 € für die Kinderklinik.	p
8	Auf den Rechnungen wird ein Zahlungsziel von 2 Monaten eingeräumt.	o
9	Für den Bereich Kleinmöbel wird ein Internetverkauf vorbereitet.	i
10	Laminat wird nicht mehr geführt.	ö
11	Es wird eine COMFORT-Beilage zur Tageszeitung erstellt.	a
12	Der Inhaber schaltet eine Anzeige im Telefonbuch.	b
13	Es werden Dachgepäckträger zur Ausleihe an die Kunden beschafft.	ü
14	Es wird eine „Woche der Tiefpreise“ veranstaltet.	s
15	Eine Bande des Stadions wird mit einem COMFORT-Slogan beschriftet.	d
16	Die Umtauschmöglichkeit bis zu 6 Monaten nach dem Kauf wird im Kaufvertrag eingeräumt.	ß
17	Die Verkäufer werden bei einem Matratzen-Hersteller geschult.	n
18	Der Sportverein FSV erhält eine Spende für Trikots.	f
19	Ein Prämiensystem für das Verkaufspersonal wird eingeführt.	g
20	Die Hausmarke COMFORT-Line wird mit 25 Artikeln eingeführt.	l
21	Es wird ein telefonischer Bestell- und Liefersdienst eingerichtet.	c
22	Ein Bettentest für interessierte Kunden wird durchgeführt.	m
23	Neben dem Messegelände wird ein COMFORT-Show-Room eröffnet.	e
24	Ankündigung: Familieneinkaufstag mit 20 % Rabatt.	t

## 8.2 Marketing-Mix-Puzzle

### Aufgaben

#### A. Vorbereitung

1. Beschriften und zerschneiden Sie einen großen Bogen Papier (A1) nach folgendem Muster:



2. Wählen Sie ein vor Ort gut bekanntes Einzelhandelsunternehmen aus.
3. Bilden Sie fünf Gruppen, auf die die Puzzleteile verteilt werden.

#### B. Gruppenphase

1. Sammeln Sie alle Ihnen bekannte Marketing-Maßnahmen des Unternehmens in dem entsprechenden Bereich des Marketing-Mix.
2. Übertragen Sie die Maßnahmen mit blauem oder schwarzem Filzstift in gut lesbarer Schrift auf das Puzzleteil.

#### C. Auswertung

1. Fügen Sie das Puzzle zusammen und hängen Sie es an der Wand auf.
2. Jede Gruppe erläutert die Maßnahmen und holt die Stellungnahme der übrigen Gruppen ein, ob die einzelnen Maßnahmen zueinander und zum gesamten Marketingkonzept passen.
3. Nicht passende Elemente werden rot markiert.

#### D. Einzelaufgabe

Jeder versucht für sich, die Zielgruppe des Einzelhandelsunternehmens und das Marketingziel aufgrund des fertigen Puzzles zu formulieren.

## 8.3 Fragebogen-Pretest

*Pretest = Ein Testinstrument (z. B. ein Fragebogen) wird vor dem Einsatz bei einer kleinen Versuchsgruppe probeweise eingesetzt, um evtl. vorhandene Mängel zu erkennen und abzustellen.*

### Situation

Der Inhaber des Einrichtungshauses COMFORT, Herr Breuer, möchte herausfinden,

- wie die Kunden diese Einkaufsmöglichkeit einschätzen (Image),
- ob sie mit der Leistung und dem Verhalten des Personals zufrieden sind,
- wie der neu eingeführte Teppichreinigungs- und -pflegedienst beurteilt wird,
- was die Kunden am Service möglicherweise vermissen.

### Aufgaben

1. Entwerfen Sie in Dreier-Gruppen einen Fragebogen, der
  - a) den Vorgaben von Herrn Breuer entspricht und somit dem Ziel der Befragung gerecht wird,
  - b) in klarer und einfacher Sprache formuliert ist, sodass ihn alle Kunden verstehen können,
  - c) übersichtlich gestaltet ist, sodass er von den Kunden akzeptiert und beantwortet wird,
  - d) klare oder eindeutige Antwortmöglichkeiten vorsieht, sodass die Auswertung erleichtert wird.
2. Kopieren Sie 15 Testexemplare des Fragebogens und lassen Sie diese in der Klasse oder Lerngruppe ausfüllen. Erbitten Sie auch Kommentare auf der Rückseite, ob der Fragebogen gut auszufüllen war.
3. Werten Sie die Antworten aus und stellen Sie fest, ob die einzelnen Fragen und Antwortmöglichkeiten für die Befragung geeignet sind. Werten Sie dazu auch die Kommentare auf der Rückseite aus.
4. Verbessern Sie Ihren Fragebogen und geben Sie die Endfassung bei Ihrer Lehrerin/Ihrem Lehrer ab.





## 8.4 Statistisches Material in verwertbare Aussagen übersetzen

### Situation

Frau Helmer ist die Geschäftsführerin des Küchengeräte-Hauses Hecomat GmbH. Ihr liegen Zahlen zu Reklamationen und Beschwerden vor, die im Unternehmen ermittelt wurden. Durch die hohe Arbeitsbelastung ist sie noch nicht dazu gekommen, die Zahlen auszuwerten. Diese Aufgabe sollen Sie übernehmen.



Beschwerden u. Reklamationen	2005	2006	2007	2008
<b>nach Quartalen</b>				
I	14	18	20	15
II	10	9	6	11
III	8	11	12	6
IV	22	20	23	19
<b>davon</b>				
- zur Ware	36	34	30	22
- zum Service	14	15	15	12
- zum Verkäuferverhalten	4	9	16	17

### Aufgaben

Bearbeiten Sie in Partnerarbeit folgende Aufgaben (benutzen Sie dazu den Vordruck auf der folgenden Seite):

1. Listen Sie auf, welche Erkenntnisse sich aus den Zahlen gewinnen lassen.
2. Fügen Sie mögliche Erklärungen/Deutungen an.
3. Geben Sie Hinweise zum Handeln als Anregung für Frau Helmer.

Bereiten Sie Ihre Arbeitsergebnisse auf, sodass diese

- a) in einer Präsentation vor den Abteilungsleitern
- b) in einem Gespräch mit Frau Helmer (Rollenspiel) gut verdeutlicht werden.

Führen Sie die Präsentation oder das Rollenspiel durch.

Auswertung zu	Welche Erkenntnisse habe ich gewonnen?	Wie kann ich die Erkenntnisse erklären/deuten?	Handlungsempfehlungen
Zeit			
Ware			
Service			
Verkäufer- verhalten			

## 8.5 Pro und Contra „Gläserner Kunde“

<p><b>Herr/Frau Holterding Geschäftsinhaber/in</b></p> <p>Sie sammeln alle Informationen über die Kunden und werten diese für Ihre Marketing-Zwecke aus. Sie sind der Ansicht, dass Sie so den besten Service für Ihre Kunden bieten können. Sie meinen, damit nur „das Beste“ für Ihre Kunden zu tun. Sie behandeln die Daten vertraulich und möchten nicht, dass die Möglichkeiten zur Datenerhebung eingeschränkt werden.</p>	<p><b>Frau/Herr Brinkmann Verbraucherinitiative</b></p> <p>Sie sind grundsätzlich kritisch gegenüber dem „gläsernen Kunden“ eingestellt, weil Sie die Rechte der Konsumenten vertreten. Datensammlungen können einen Eingriff in die Intimsphäre bedeuten. Sie haben allerdings nichts dagegen, wenn die Anschriften von Kunden erfasst werden, weil diese bei Rückrufaktionen u. Ä. eine Hilfe sein können, um die Kunden vor Schäden zu bewahren.</p>
<p><b>Herr/Frau Wüstefeld Einzelhandels-Data-GmbH</b></p> <p>Sie haben überhaupt nichts gegen die Speicherung und Verwendung von Daten, wenn die Datenbanken gut gesichert sind. Sie bezweifeln aber, dass die Einzelhändler ihre DV-Systeme professionell abgesichert haben. Sie haben schon viele Negativ-Beispiele erlebt. Deshalb sind Sie der Ansicht, dass alle Datenbanken von Profis betreut werden müssten.</p>	<p><b>Frau/Herr Neuhaus Datenschutzbeauftragte/r</b></p> <p>Sie sind prinzipiell gegen die Erfassung von Kundendaten durch den Handel. Sie wissen, dass eigentlich überall zu viele Daten gesammelt werden. Meistens sind die Daten schlecht geschützt, und viele Daten lassen sich zur Kontrolle der Menschen verwenden. Sie betrachten die Speicherung von Personen bezogenen Daten als einen Eingriff in die persönliche Freiheit.</p>
<p><b>Herr/Frau Rimbach Geschäftsf. des Einzelhandelsverbandes</b></p> <p>Sie möchten als Moderator/in eine extreme Position vermeiden und ausgleichend wirken. Sie wollen zwar die Einzelhändler (als Ihre Mitglieder) unterstützen, dürfen aber auch die Verbraucher nicht verschrecken. Deshalb ist es Ihnen wichtig, dass alle zu Wort kommen und ihre Argumente vortragen können.</p>	

### Aufgaben

#### Vorbereitung

Es werden fünf Gruppen gebildet, jeder Gruppe wird eine Rolle zugewiesen.

1. Sammeln Sie in der Gruppe weitere Argumente für die jeweilige Rolle.
2. Bestimmen Sie, wer die Argumente in der Rolle vortragen soll.

#### Rollenspiel

Führen Sie die Debatte durch und fertigen Sie einen Mitschnitt an (max. 5 Minuten). Dabei übernimmt Frau/Herr Rimbach die Moderation.

Schauen Sie sich die Aufzeichnung an und klären Sie folgende Fragen:

1. Welche Argumente kamen am besten an?  
(Wie wurden sie gebracht, wie haben die Anderen darauf reagiert?)
2. Wer hat seine Rolle am überzeugendsten vertreten?  
(Lag das am inhaltlichen Gewicht der Argumente oder an der Art des Vortragens?)

## 8.6 Brainwriting zur Kundenbindung



### Aufgaben

1. Bilden Sie Fünfer-Gruppen und suchen Sie sich eines der Geschäfte aus.
2. Sammeln Sie nach der Methode des Brainwriting alle möglichen Ideen zur Kundenbindung für dieses Geschäft (Vorlage auf der folgenden Seite).
3. Erstellen Sie aus der Fülle der gewonnenen Ideen ein strukturiertes Mindmap auf Folie, in welches Sie Ihre Vorschläge übertragen.
4. Erläutern Sie Ihre Ideen in der Klasse/Lerngruppe anhand der Folie.

Was kann  das Küchenstudio Stern  der Golfstore Handicap  
 die Motorradhandlung Röhrig  das Klavierhaus Lang-Bach  
 tun, um **die Kunden längerfristig an das Geschäft zu binden?**

### Brainwriting:

- Jede/r nimmt sich diese Übersicht vor (*Jede/r arbeitet beim Brainwriting für sich!*).
- Jede/r trägt drei Ideen in die erste Zeile ein (*Auch verrückt erscheinende Ideen sind erlaubt!*).
- Die Übersichten werden im Kreis nach rechts weitergegeben (*Die Ideen werden nicht kommentiert!*).
- Jede/r trägt in die zweite Zeile drei neue Ideen ein. Diese Ideen können aus den davor stehenden Ideen weiter entwickelt werden (*Hier gibt es kein geistiges Eigentum!*).
- Die Blätter werden noch drei Mal nach rechts weitergegeben, bis alle Übersichten gefüllt sind.

Person	Idee 1	Idee 2	Idee 3
1			
2			
3			
4			
5			

Fünf Bögen mit jeweils 15 Eintragungen ergeben 75 Ideen für die Kundenbindung.

## 8.7 TV-Shopping is starring you! – Verkaufssendung drehen

### Aufgaben

1. Bilden Sie Vierer-Gruppen. Jede Gruppe hat die Aufgabe, eine TV-Verkaufssendung (max. 5 Minuten) für eine Ware zu gestalten und aufzunehmen.
2. Entscheiden Sie in der Gruppe, welche Ware angeboten werden soll.
3. Legen Sie die Rollenverteilung in der Gruppe fest:
  - Schauspieler (Moderator/Verkäufer)
  - Schauspielerin (Moderatorin/Verkäuferin)
  - Kameramann/-frau
  - Regie
4. Erstellen Sie ein Drehbuch (nach der Vorlage auf der folgenden Seite).
5. Üben Sie das Anbieten und Vorführen der Ware vor der Kamera. Verbessern Sie Ihr Konzept.
6. Zeichnen Sie die Endfassung auf.



7. Schauen Sie sich die Verkaufssendungen an und bewerten Sie diese gemeinsam nach folgendem Schema:

	sehr deutlich 4 Punkte	deutlich 3 Punkte	etwas 2 Punkte	gering 1 Punkt
Die Vorteile der Ware wurden herausgestellt,				
Die Anbieter haben überzeugend gewirkt.				
Die Sprache war klar und gut zu verstehen.				
Die Sendung war optisch gut gestaltet.				

- a) Die Wertung wird jeweils von allen (außer den Beteiligten) vorgenommen.
  - b) Bewertungen mit einem oder zwei Punkten sollen kurz begründet werden.
  - c) Die Begründungen sind sachbezogen. (Also: „Der Moderator hat sich sehr unruhig bewegt, das hat auf mich nervös gewirkt!“ und nicht: „Du hast wie ein Affe vor der Kamera herumgehampelt!“)
8. Erstellen Sie zum Abschluss gemeinsam eine Wandzeitung zu den Fragen:

**Was sind die Stärken des TV-Shopping?      Wo ist der Ladenhandel besser aufgestellt?**

## Drehbuch

Schauspieler/in A:  Schauspieler/in B:  Kamera:  Regie:		Ware, die präsentiert/vorgelegt/verkauft wird:
Wie werden die Akteure aufgenommen? (sitzend/stehend, Totalaufnahme, nur Oberkörper, Licht von oben oder von vorn)		Welche Kulisse ist vorgesehen? (Tisch, Dekoration, Hintergrund)
Zeit	Handlung	Sprache/Text

## 8.8 Waren für Multi-Channel-Retailing

### Situation

Die Merkur Warenhaus AG vertreibt ein breites Warensortiment in 67 Filialen. Da der Umsatz in den letzten Jahren stagniert, wird von der Geschäftsleitung geprüft, ob die Merkur Warenhaus AG auch andere Vertriebskanäle nutzen sollte.

### Aufgaben

Sie erhalten den Auftrag, die Eignung verschiedener Waren exemplarisch zu überprüfen:

1. Kann diese Ware über den jeweiligen Vertriebskanal angeboten werden?
2. Wie muss sie beschaffen sein oder hergerichtet werden (hinsichtlich Wert/Preis, Verpackung, Handling, Haltbarkeit usw.), damit sie für diesen Vertriebskanal geeignet ist?

Wählen Sie aus der folgenden Liste zwei Waren aus, beantworten Sie die Fragen in Einzel- oder Partnerarbeit und vergleichen Sie die Ergebnisse.

**Perlenkette, Porzellan-Service, Schinken, Allwetterjacke, Lexikon, Autoreifen, Kleiderschrank, Schachtel mit Reißzwecken, Musikanlage, PC-Programm, Soft-Eis, Sack Kartoffeln**

A. Die Ware \_\_\_\_\_ ist für diesen Kanal geeignet:

Vertriebskanal	nein	ja	ja, mit folgenden Anforderungen
Verkauf im Ladenlokal			
Versand nach Katalog			
Verkaufsstand z. B. auf Markt			
Verkauf über Internet (B2C)			
Verkauf über TV-Sendung			

B. Die Ware \_\_\_\_\_ ist für diesen Kanal geeignet:

Vertriebskanal	nein	ja	ja, mit folgenden Anforderungen
Verkauf im Ladenlokal			
Versand nach Katalog			
Verkaufsstand z. B. auf Markt			
Verkauf über Internet (B2C)			
Verkauf über TV-Sendung			



## 8.9 Sicher im Netz surfen und kaufen

### Aufgaben

Auf der Folgeseite finden Sie Verbrauchertipps der Homepage des Bundesamtes für Sicherheit in der Informationstechnik ([www.bsi-fuer-buerger.de/einkaufen/index.htm](http://www.bsi-fuer-buerger.de/einkaufen/index.htm)).

Bearbeiten Sie in Partnerarbeit dazu folgende Aufgaben:

1. Besuchen Sie die Homepage des BSI und überprüfen Sie, ob die gedruckte Fassung noch aktuell ist oder ob der Text auf der Homepage bereits überarbeitet wurde.
2. Drucken Sie veränderte oder ergänzte Punkte aus.
3. Klären Sie gemeinsam die Fachbegriffe, Fremdwörter und Abkürzungen. Die Erläuterung der unterstrichenen Begriffe finden Sie durch Anklicken des Wortes. Die Erklärung der übrigen Begriffe können Sie über eine Suchmaschine (z. B. „Google“) oder ein Nachschlagewerk (z. B. „Wikipedia“) finden.
4. Stellen Sie fest, ob Sie selbst schon Erfahrungen mit Versuchen haben, die als Angriff auf Ihre Datensicherheit anzusehen sind (z. B. E-Mails von Phishern mit dem Logo der Volksbanken oder Sparkassen).
5. Gehen Sie die Tipps gemeinsam in der Klasse/Lerngruppe durch und überprüfen Sie, ob Sie diese Tipps bei Ihrer Arbeit oder privat berücksichtigen.

### Zusatzaufgabe



Angriffe auf Datenbestände werden häufig mit dem Begriff des „Trojanischen Pferdes“ umschrieben.

Suchen Sie selbstständig nach der Geschichte des Trojanischen Pferdes und notieren Sie, aus welcher Zeit sie stammt, wer sie aufgeschrieben hat und um welchen Sachverhalt es dabei ging.

## Verbrauchertipps



### 1. Informieren Sie sich über Ihren Geschäftspartner!

Bevor Sie in einem Online-Shop einkaufen, sollten Sie genau überprüfen, ob es sich dabei auch um einen seriösen Anbieter handelt. Lesen Sie also immer die auf jeder guten Website enthaltenen Hintergrundinformationen zum betreffenden Unternehmen und die Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB). Prüfen Sie auch, ob neben den elektronischen Kontaktdaten auch Adresse und Telefonnummern angegeben sind.

### 2. Achten Sie darauf, dass Ihre Daten verschlüsselt übertragen werden!

Stimmen Sie einer Übertragung von Kontonummern oder Passwörtern im Internet nur dann zu, wenn der Anbieter die Daten verschlüsselt. Das erkennen Sie bereits am „https“ in der Internetadresse (siehe auch [http://www.bsi-fuer-buerger.de/browser/02\\_05a.htm](http://www.bsi-fuer-buerger.de/browser/02_05a.htm)). Oft erscheinen auch ein Sicherheitsschloss oder ein Schlüssel als Symbole in der Statusleiste.

### 3. Sichern Sie Ihre Daten!

Stellen Sie sicher, dass Ihre Daten bei technischen Schäden auf Ihrem PC nicht verloren gehen. Insbesondere Informationen rund um Finanzen sollten Sie nicht nur auf der Festplatte Ihres PC, sondern auch auf anderen Speichermedien sichern. Sie können diese Daten beispielsweise auf CD's oder DVD's brennen, auf einem USB-Stick oder auf einer externen Festplatte zusätzlich speichern (siehe Kapitel [Datensicherung](#)). Es ist sinnvoll, Bestellungen bzw. Rechnungen auch auszudrucken und aufzubewahren.

### 4. Bewahren Sie Zugangscodes sicher auf!

Die verschiedenen Zugangsdaten wie Passwörter, PIN, TAN oder Chipkarten sollen Sie keinesfalls auf Ihrem Rechner abspeichern. Dort könnten Sie von Eindringlingen aufgespürt und dann missbräuchlich verwendet werden. Wenn Sie Zugangsdaten auf Papier notieren, so bewahren Sie diese Informationen an einem sicheren Ort auf. Zugangsdaten, die aus zwei Elementen bestehen (wie etwa Passwörter und PINs), sollten Sie niemals gemeinsam aufbewahren.

### 5. Verzichten Sie auf das Ausführen „aktiver Inhalte“!

Beim Surfen im Internet sollten Sie Ihren Browser generell so einstellen, dass „aktive Inhalte“ wie JavaScript oder ActiveX nicht automatisch ausgeführt werden. Diese können nämlich Sicherheitsprobleme mit sich bringen. Seriöse Onlineshops sollten daher immer auch dann genutzt werden können, wenn die Ausführung solcher aktiver Inhalte nicht gewünscht ist. So sollte etwa die Möglichkeit bestehen, auf Produktpräsentationen mit Java zu verzichten ([siehe Aktive Inhalte](#)).

### 6. Schützen Sie sich vor Internet-Schädlingen!

Beim Surfen im Internet wird generell empfohlen, eine Firewall und [Virenschutzprogramme](#) zu verwenden. Dies gilt natürlich auch für den Online-Einkauf, bei dem sonst schnell Viren, Trojanische Pferde oder Spionagesoftware auf Ihren PC gelangen können.

### 7. Prüfen Sie, ob alternative Bestellmöglichkeiten existieren!

Ein guter Online-Shop bietet auch die Möglichkeit, Waren telefonisch oder per Fax zu bestellen. So können Sie den Weg über das Internet umgehen, wenn er Ihnen nicht sicher erscheint.

### 8. Warnung vor Phishern!

Seien Sie vorsichtig, wenn Sie E-Mails erhalten, in denen Sie zur Aktualisierung Ihrer Kundendaten aufgefordert werden. So genannte [Phisher](#) versuchen auf diese Weise, Sie auf gefälschte Seiten von Unternehmen, etwa Banken, zu locken und Ihnen persönliche Informationen zu entlocken. Wenn Sie die Website von Geschäftspartnern besuchen wollen, dann geben Sie die Internetadresse am besten jedes Mal wieder ein – dadurch können Sie vermeiden, dass Sie von Betrügern auf gefälschte Seiten gelockt werden.

#### Profiling: Der gläserne Kunde

Wer im Internet surft, hinterlässt Spuren. Durch den Einsatz von Cookies und [Data-Mining](#) kann ein genaues Bild darüber gewonnen werden, welche Seiten von welchen Nutzern besucht werden. So können klare Profile von Internetsurfern erstellt werden. Das kann durchaus positive Auswirkungen für Sie haben – wenn Sie etwa nach dem Login auf der Seite eines Webshops schon mit geeigneten Produktangeboten begrüßt werden. Allerdings kann Profiling auch unseriös eingesetzt werden. So verbreitet sich etwa Spyware, also Spionage-Software, die detaillierte Infos über PC-Nutzer erschnüffelt, rasant im Internet. Wie man sich dagegen schützen kann, erfahren Sie im Kapitel [Spyware](#).

## 9.1 Personalbedarf planen

### Situation

Sie sind Personalassistent(in) in der Personalabteilung des Merkur-Warenhauses und wirken bei der Planung von Personalbedarf und Personaleinsatz mit. Heute haben Sie die nachfolgenden Aufträge zu bearbeiten:

### Auftrag I

Ausbildungsleiter Thomas Freudenberg muss bis Ende der Woche der Geschäftsleitung mitteilen, wie viele Auszubildende er 2015 einstellen wird, damit in drei Jahren die von der Geschäftsleitung vorgegebene Zahl neu ausgebildeter Kaufleute im Einzelhandel dem Unternehmen zur Verfügung steht.

#### Ihr Arbeitsauftrag:

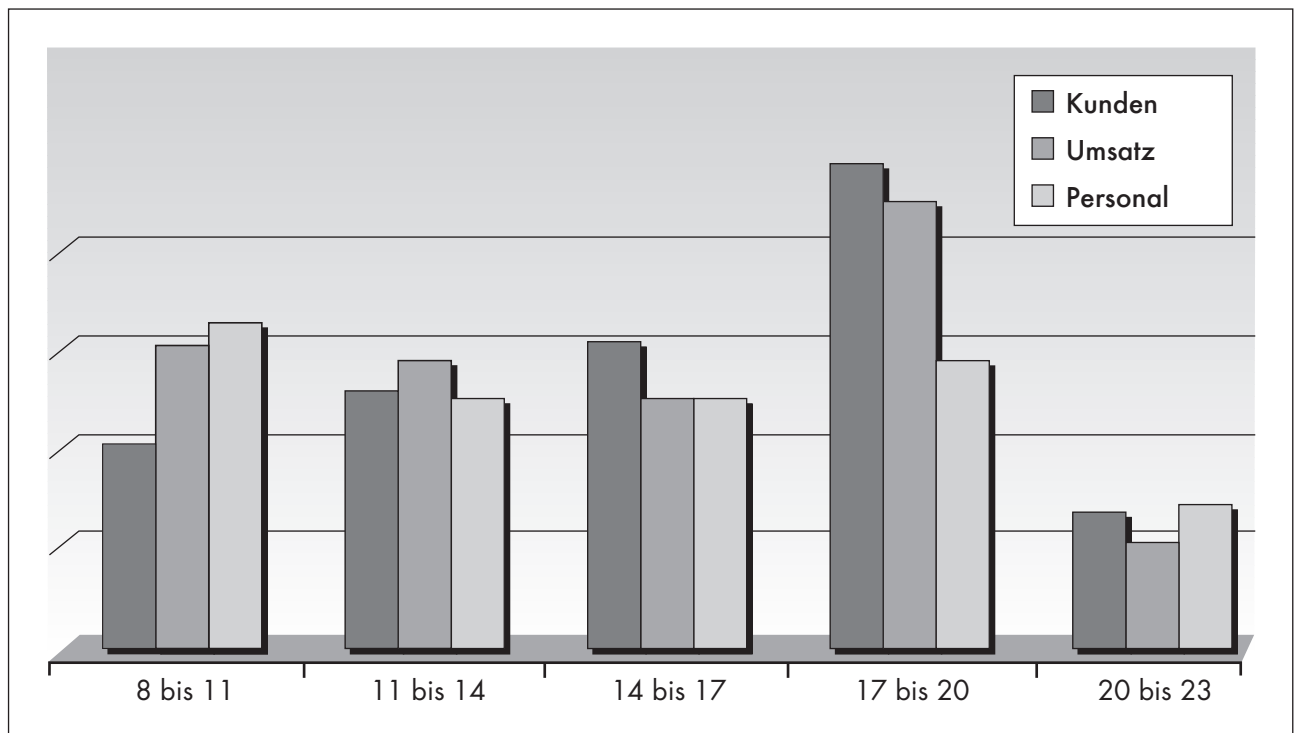
Sie nehmen für Herrn Freudenberg die den Vorgaben entsprechende Planung vor. Es liegen Ihnen dazu die folgenden Daten vor, die auf langjährigen Erfahrungen beruhen:

Bedarf 2018	25 neu im Haus ausgebildete Mitarbeiter
• Abbruchquote während der Ausbildungszeit:	20 %
• Keine Übernahme von Auszubildenden:	3 Auszubildende
• Prüfung bei der IHK nicht bestanden:	15 %
• Wechsel auf eigenen Wunsch in ein anderes Unternehmen:	20 %
• <b>Bedarf an Auszubildenden für 2015</b>	

### Auftrag II

In der Lebensmittelabteilung wurden nach Freigabe der bisher gültigen Ladenschlusszeiten die Öffnungszeiten versuchsweise von 8:00 Uhr bis 23:00 Uhr festgelegt.

Eine nach 2 Monaten erhobene Frequenzanalyse führte zu folgendem Ergebnis:



#### Ihr Arbeitsauftrag:

Werten Sie diese Analyse aus und schlagen Sie der Abteilungsleitung „Lebensmittel“ mögliche Änderungen beim Personaleinsatz vor.

## 9.2 Personalbeurteilung – Stärken und Schwächen



### Situation

Im Rahmen von Beurteilungen wird man häufig nach seinen Stärken und Schwächen gefragt. Mit Fragen zur Persönlichkeit und zur Selbsteinschätzung will man so in Erfahrung bringen, wie sich Mitarbeiter selbst sehen und ob dieses Selbstbild mit der Einschätzung, z. B. durch Vorgesetzte (Fremdeinschätzung), übereinstimmt.

### Aufgaben

1. Kopieren Sie dieses Arbeitsblatt.
2. Schätzen Sie sich nun selbst ein. Dazu kreuzen Sie jeweils auf dem Arbeitsblatt in der Spalte „SE“ (Selbsteinschätzung) an, wie Sie sich im Vergleich zu anderen (Mitschüler, Kollegen, Bekannten) sehen.
3. Tragen Sie in die Kopie Ihren Namen ein und geben Sie diese Ihrer Lehrerin bzw. Ihrem Lehrer. Ein(e) andere(r) Schüler(in) nimmt die Fremdeinschätzung vor. Dafür ist die Spalte „FE“ gedacht.
4. Tragen Sie die Ergebnisse der Fremdeinschätzung in Ihr Arbeitsblatt ein. Welche Schlüsse können Sie im Vergleich daraus ziehen?
5. Werten Sie in der Klasse mithilfe einer grafischen Darstellung alle Selbst- und Fremdeinschätzungen aus.
  - a) Welche Aussagen können Sie treffen?
  - b) Vergleichen Sie das Ergebnis der Klasse mit Ihrer Selbst- und Fremdeinschätzung.

### Einschätzungsbogen:

Name:	weit über-durchschnittlich		über-durchschnittlich		durchschnittlich		unter-durchschnittlich		weit unter-durchschnittlich	
	SE	FE	SE	FE	SE	FE	SE	FE	SE	FE
Ich bin:										
– humorvoll										
– teamfähig										
– pünktlich										
– ordnungsliebend										
– gerecht										
– geduldig										
– hilfsbereit										
– sympathisch										
– zuverlässig										
– lernfähig										

6. Aus dem Vortrag eines Referenten im Rahmen einer Mitarbeiterschulung:

„Wenn es um das Beurteilen geht, dann spielt das Geschlecht nach wie vor eine wichtige Rolle. Ich behaupte, dass das gleiche Verhalten unterschiedlich bewertet wird, je nachdem, ob es von einem Mann oder einer Frau gezeigt wird. Dieses ist insbesondere dann der Fall, wenn das Verhalten auf Grund unserer Vorurteile nicht zum Geschlecht passt. Ein Beispiel: Eine Person bringt in einer Teambesprechung mehrmals ein Problem zur Sprache. Bei einem Mann gilt dies als durchsetzungsstark, bei einer Frau als aufdringlich und nervig oder in kritischen Situationen behalten Männer die Ruhe, Frauen aber sind eiskalt.“

Diskutieren Sie diese Ansicht!