

Groh
Schröer

Sicher
zur Verkäuferin/zum Verkäufer

Sicher zur Kauffrau/
zum Kaufmann im Einzelhandel

Wirtschaftswissenschaftliche Bücherei für Schule und Praxis

Begründet von Handelsschul-Direktor Dipl.-Hdl. Friedrich Hutkap †

Verfasser:

Dipl.-Kfm. Gisbert Groh, Oberstudiendirektor

Dipl.-Kfm. Volker Schröer, Oberstudienrat

E-Mail: groh-schroeer@t-online.de

Fast alle in diesem Buch erwähnten Hard- und Softwarebezeichnungen sind eingetragene Warenzeichen.

Das Werk und seine Teile sind urheberrechtlich geschützt. Jede Nutzung in anderen als den gesetzlich zugelassenen Fällen bedarf der vorherigen schriftlichen Einwilligung des Verlages. Hinweis zu § 60 a UrhG: Weder das Werk noch seine Teile dürfen ohne eine solche Einwilligung eingescannt und in ein Netzwerk eingestellt werden. Dies gilt auch für Intranets von Schulen und sonstigen Bildungseinrichtungen.

* * * * *

29. Auflage 2019

© 1991 by MERKUR VERLAG RINTELN

Gesamtherstellung:

Merkur Verlag Rinteln Hutkap GmbH & Co. KG, 31735 Rinteln

E-Mail: info@merkur-verlag.de

lehrer-service@merkur-verlag.de

Internet: www.merkur-verlag.de

ISBN 978-3-8120-0423-7

Teil 1: Abschlussprüfung für Verkäufer/Verkäuferin

I. Prüfungsbereich: Verkauf und Werbemaßnahmen

1 Information und Kommunikation¹

- 1 Was versteht man unter Information? **Information** bedeutet zielgerichtetes Wissen über Personen, Sachen oder Sachverhalte.
- 2 Was ist Kommunikation? **Kommunikation** ist der Austausch von Informationen zwischen zwei Informationsmedien (Mensch bzw. Maschine), wobei jedes Medium die Funktion des Senders und Empfängers wahrnehmen kann.
Man unterscheidet Sprach-, Text-, Bild- und Datenkommunikation.

1.1 Informations- und Kommunikationssysteme

- 3 Was sind Informations- und Kommunikationssysteme? **Informations- und Kommunikationssysteme** in Unternehmen dienen vor allem der Beschaffung von Informationen und Daten sowie deren Übertragung.
Einfache Möglichkeiten für die Nutzung von unternehmensinternen Informationen für die Mitarbeiter² sind z. B.:
- regelmäßiges Lesen der internen Mitarbeiter-Zeitungen und der Aushänge auf dem Infobrett,
 - Beachtung der betrieblichen Rundschreiben und bereichsbezogenen Informationen,
 - Nutzung des Telefons.
- Zu den Informations- und Kommunikationsdiensten, die computergestützt (elektronisch) arbeiten, zählen beispielsweise:
1. **elektronische Informationsdienste**, wie z. B.:
 - Intranet,
 - Extranet,
 - Internet;

¹ Dieses Kapitel wird fächerübergreifend (integrativ) geprüft.

² Aus Gründen der Sprachökonomie und der besseren Lesbarkeit wird im Folgenden lediglich die männliche Form von personenbezogenen Substantiven verwendet, wie z. B. „Mitarbeiter“; das schließt selbstverständlich auch die weibliche Form „Mitarbeiterin“ ein.

2. Medien der **Informations- und Kommunikationstechnik**, wie z. B.:

- E-Mail,
- Telefon und Mobilkommunikation;

3. **Warenwirtschaftssystem** (siehe Seite 129), es bietet z. B.

- Erfassung von Wareneingängen und Verkäufen mithilfe von Tastatur oder Scanner (siehe Seite 136),
- Erfassung von Verkäufen über Kassensysteme (siehe Seite 67),
- aktuelle und umfassende Warenkunde-Informationen,
- problemloses Abrufen von Preisen und Warenbeständen,
- Renner- und Pennerlisten (siehe Seite 343 und Seite 400),
- Einsatz von mobilen Datenerfassungsgeräten z.B. bei der Inventur (siehe Seite 137).

4 Was versteht man unter dem Intranet?

Das **Intranet** ist ein geschlossenes betriebsinternes Netz, welches sich der Internet-Technologie bedient und den Mitarbeitern eines Unternehmens (Nutzern) zum Informationsaustausch dient. Der Informationsaustausch kann entweder direkt zwischen zwei oder mehreren Nutzern stattfinden oder auch indirekt zwischen einem Nutzer und der Datenbank eines Unternehmens. Jeder Nutzer des Intranets ist bekannt und identifizierbar.

Anwendungen des Intranets sind z. B.:

- Zugriff auf das betriebliche Datenbanksystem wie z. B. das Warenwirtschaftssystem (in Abhängigkeit von der Zugriffsberechtigung);
- Kommunikation mithilfe von E-Mail;
- Dokumentenmanagement und Dokumentenverwaltung (Archiv);
- Schwarzes Brett und Diskussionsforum.

5 Was versteht man unter dem Extranet?

Das **Extranet** benutzt ebenfalls die Internet-Technologie und unterscheidet sich vom Intranet nur dadurch, dass auch ausgewählte unternehmensexterne Nutzer (z. B. Geschäftspartner wie Stammkunden, Stammlieferanten) Zugriff auf das vorhandene Intranet haben. Die Zugriffsberechtigung der externen Nutzer ist mehr oder weniger stark eingeschränkt.

6 Was versteht man unter dem Internet?

Unter dem **Internet** versteht man einen weltweiten Verbund von Computernetzwerken (internationale, nationale, regionale und lokale Netze), welcher als einziges riesengroßes Kommunikationsnetz verstanden werden kann. Alle Rechner des Netzes können miteinander kommunizieren, und zwar über ein einheitliches Adressierungsschema (URL) sowie das Internet-Protokoll (IP).

Jeder Rechner bzw. jedes Dokument im Netz muss über eine unverwechselbare Adresse verfügen; diese Adresse wird als URL (Uniform Resource Locator) bezeichnet (z. B. <http://www.merkur-verlag.de>). Das Internet-Protokoll legt die gemeinsamen Regeln für den Austausch von Daten fest.

7 Was ist eine Homepage?

Unter einer **Homepage** versteht man eine Hauptseite (Leitseite, Erstseite) für mehrere zusammenhängende Seiten im WWW (World Wide Web). Die Homepage ist demzufolge die Einstiegseite (Webportal) für die Präsentation (z. B. von Unternehmen) im WWW; der Zugang erfolgt über die URL (Domainname).

Von der Homepage gelangt der Nutzer i. d. R. über Links (Querverweise) zu weiteren Seiten der Präsentation; Links können auch zu Seiten außerhalb der Präsentation führen (z. B. auf Seiten eines anderen Unternehmens).

8 Welche Probleme gibt es im Zusammenhang mit der Datensicherheit im Internet?

Die Nutzung des Internets (insbesondere beim E-Commerce), welche mit einem Datentransfer zwischen zwei Rechnern verbunden ist, beinhaltet zahlreiche Probleme im Hinblick auf die **Datensicherheit**; zu beachten sind insbesondere:

- Legitimation des Nutzers, bei jeder Kommunikation im Internet möchte jeder Beteiligte sicherstellen, dass ausschließlich die gewünschten Partner beteiligt sind; Sicherheitsmechanismen für die Legitimation sind z. B. Passwort, persönliche Identifikationsnummer (PIN), Chipkarte (z. B. beim Internet-Banking);
- Autorisierung des Nutzers, bei bestimmten Wünschen des Nutzers (z. B. Überweisung eines Geldbetrages im Rahmen des Internet-Banking) wird überprüft, ob die gewünschte Aktion ausgeführt wird oder nicht; Sicherheitsmechanismus für die Autorisierung ist z. B. die TAN (Transaktionsnummer);
- Vertraulichkeit der Daten, die im Internet übertragenen Daten dürfen nicht von Unberechtigten (z. B. Hacker) gelesen und genutzt werden; Sicherheitsmechanismus ist z. B. die Verschlüsselung der übermittelten Daten;

- Integrität der Daten, es muss sichergestellt werden, dass die übertragenen Daten nicht verändert wurden bzw. dass die Veränderung von Daten erkannt wird; Sicherheitsmechanismen sind z.B. Prüfsummen, elektronische Unterschrift.

9 Was sind Suchmaschinen?

Um aus der gewaltigen Informationsflut des Internets gezielt Informationen zu einem bestimmten Thema zu finden, werden sogenannte **Suchmaschinen** eingesetzt. Diese benutzen eigens für das Suchen entwickelte Datenbanken und ermöglichen es, über Suchbegriffe die gesuchten Quellen aufzulisten. Oft wird zu einem Suchbegriff eine zu große Zahl von Quellen angegeben; in diesem Fall ist es notwendig, mit einer verfeinerten Methode weiter zu suchen.

Beispiele für Suchmaschinen sind: Google, Yahoo, Microsoft Bing.

10 Was ist E-Mail?

E-Mail (Mail, elektronische Post, electronic mail)

- ist ein Kommunikationssystem, mit dessen Hilfe elektronische Nachrichten, Texte und Dateien versendet und empfangen werden können;
- benutzt zur Übertragung lokale Netze (z.B. Intranet) und globale Netze (z.B. Internet);
- wird von allen Online-Diensten (z.B. T-Online) im Internet als eigener Dienst angeboten;
- verwaltet die Nachrichten in einem E-Mail-Postfach (**Mailbox**); gesendete E-Mails werden i.d.R. so lange auf dem Mail-Server aufbewahrt, bis sie der berechtigte Empfänger abgeholt hat;
- verwendet eine unverwechselbare E-Mail-Adresse; diese digitale Adresse besteht z.B. aus dem Nutzernamen, dem @-Zeichen, dem Provider und der Länderkennzeichnung (z.B. mirol@web.de);
- besteht aus einem sogenannten Kopfteil (Header) mit den Adressen des Absenders und Empfängers sowie dem eigentlichen Nachrichtentext;
- muss Pflichtangaben enthalten, wenn sie als Geschäftsbrief benutzt wird;
- ermöglicht die Beifügung eines Anhangs (z.B. Textdatei, Grafik).

11 Wie werden E-Mails richtig verfasst?

Die **E-Mail** gehört zu den schnellen Kommunikationsmitteln, dennoch sollten beim Schreiben folgende Regeln beachtet werden:

1. Adressat,

- der Hauptadressat ist normalerweise in die vom jeweiligen E-Mail-Programm vorgesehenen Eingabefelder unter „An“ einzutragen;
- beim Schreiben der Adresse ist unbedingt auf die richtige Schreibweise der u.U. komplizierten Angaben zu achten;
- unter „cc“ (Carbon Copy) besteht die Möglichkeit, weitere Adressaten einzutragen; diese Adressaten erhalten einen „Durchschlag“ (Kopie) der Mail zugesandt; diese Variante sollte nur dann eingesetzt werden, wenn sich die Empfänger untereinander kennen und Transparenz darüber bestehen soll, wer Kenntnis von der Mail hat;
- unter „bcc“ (blind Carbon Copy) erhalten weitere Adressaten die Mail zugesandt, ohne dass dies für die übrigen Adressaten erkennbar ist (verdeckte Kopie, unsichtbare Kopie);

2. Inhalt,

- der Inhalt der Mail wird ganz kurz und prägnant im „Betreff“ angegeben;
- eine Mail, die einen Geschäftsbrief ersetzen soll, muss alle formalen Voraussetzungen eines Briefes erfüllen;
- grundsätzlich sind die Grammatik-, Zeichensetzungs- und Rechtschreibregeln (Orthografie) zu beachten;
- der Text soll klar, knapp und verständlich sein;
- die Grußformel ist unverzichtbar;

3. Anhänge,

- Anhänge sollten ein allgemein gebräuchliches Format (z. B. HTML) haben;
- Anhänge (z. B. Bilddateien) sollten nicht zu groß sein (es sei denn, der Empfänger wurde vorab informiert);

4. Senden,

- vor dem Versand ist der gesamte Text sorgfältig auf Fehler zu überprüfen.

12 Nennen Sie Fälle für den Einsatz von E-Mails in Unternehmen!

E- Mails werden z.B. in folgenden Fällen in Unternehmen eingesetzt:

- Anfragen an Lieferanten,
- Antworten auf Kundenanfragen,
- Bearbeitung von Beschwerden und Reklamationen,
- Abstimmen von Vertragsinhalten mit Kunden und Lieferanten,

- Versandanzeigen mit Versandhinweisen (z. B. eingesetzter Frachtführer, voraussichtlicher Liefertermin),
- E-Mails mit angefügten Geschäftsbedingungen, Rechnungen,
- Werbe-E-Mails, Werbemails,
- Buchen der gewählten Unterkunft bei Geschäftsreisen.

13 Nennen Sie Vor- und Nachteile der E-Mail!

Vorteile der E-Mail sind z. B.:

- Schnelligkeit, die E-Mail ist schnell verfasst, trifft innerhalb von Sekunden beim Empfänger bzw. einer Vielzahl von Empfängern ein; der Empfänger kann sie schnell weiterleiten;
- Reichweite, die E-Mail kann an mehrere Empfänger gleichzeitig versendet werden;
- Zugriffsmöglichkeit, die E-Mail steht zu jeder Zeit, an jedem Ort und auf jedem Endgerät zur Verfügung (z. B. beim Einsatz von Notebook, Tablet-PC, Smartphone);
- Kosteneinsparung, das Verfassen und der Versand der E-Mail verursachen nur geringe Kosten; Anhänge können beigefügt werden;
- Dokumentation, im Vergleich zum Telefonanruf liegt etwas Schriftliches vor; die E-Mail kann elektronisch gespeichert werden.

Nachteile der E-Mail sind z. B.:

- Nichtbeachtung der Regeln zur E-Mail, der Verfasser ist häufig der Ansicht, im Vergleich zum Geschäftsbrief Regeln nicht beachten zu müssen;
- fehlende Rechtsverbindlichkeit bei einfachen E-Mails,
- Nichtbeachtung von E-Mails, z. B. wenn eine E-Mail als eine Spam-Mail (unerwünschte Nachricht) eingeordnet wird.

14 Wie werden Telefonate richtig geführt?

Das Telefon ist nach wie vor eines der wichtigen Kommunikationsmittel, da es eine schnelle und effektive Kommunikation erlaubt; insbesondere sind direkte Nachfragen möglich. Beim **Telefonieren**, ob Sie selbst anrufen oder angerufen werden, sollten folgende Regeln beachtet werden:

1. **Vorbereitung des Gesprächs,**

- benötigte Unterlagen, wie z. B. Bestellungen, Kataloge, Anschreiben, werden gut sortiert auf den Schreibtisch in die Nähe des Telefons gelegt;
- Schreibmaterial und Notizblätter (z. B. Formblätter) werden in Griffnähe platziert;
- andere Arbeiten, wie z. B. Sortieren von Unterlagen, unterbleiben;

- Störquellen, wie z.B. Gespräche im angrenzenden Zimmer, werden durch Schließen der Tür beseitigt;
- der Gesprächsverlauf wird gedanklich vorbereitet, mögliche Einwände und Argumente werden u. U. skizziert;

2. Kontaktaufnahme,

- die Meldung erfolgt mit Nennung des Unternehmens und des eigenen Namens (die zusätzliche Nennung des Vornamens gibt dem Gespräch eine persönliche Note);
- der Name der Kontaktperson muss durch genaues Hören erfasst werden;
- durch kurze Rückfragen ist sicherzustellen, dass man mit dem richtigen Partner verbunden ist; ansonsten ist durch eine klare Beschreibung der gewünschte Ansprechpartner zu ermitteln;

3. Gesprächsführung,

- die Sprechweise muss deutlich und verständlich sein;
- der Gesprächsston ist stets höflich, freundlich und zuvorkommend;
- das Anliegen wird in kurzer Form und strukturiert vorgebracht;
- zeitverschwendende Abschweifungen werden vermieden;
- dem Gesprächspartner wird aufmerksam zugehört und Unterbrechungen unterbleiben;

4. Dokumentation des Gesprächs,

- bereits während oder spätestens direkt nach dem Gespräch werden alle wichtigen Daten festgehalten, wie z.B. Name und Durchwahlnummer des Gesprächspartners sowie insbesondere das Ergebnis der Unterredung;
- erfordert das Gespräch die Mitwirkung weiterer Personen, z.B. des Vorgesetzten, sind die Gesprächsnotizen an diese weiterzuleiten.

In manchen Betrieben gibt es spezielle Anweisungen, wie sich der Mitarbeiter beim Telefonieren zu verhalten hat.

15 Was versteht man unter Mobilkommunikation?

Die **Mobilkommunikation** ermöglicht die Übertragung von Sprache und Daten zwischen mobilen Endgeräten mithilfe von drahtlosen Technologien (Kommunikationssysteme), vor allem Mobilfunk, WLAN, Bluetooth. Im Gegensatz zum Mobilfunk können WLAN und Bluetooth nur in einem mehr oder weniger eng begrenzten Bereich eingesetzt werden.

Man unterscheidet vor allem folgende digitalen Mobilfunknetze:

- D1-Netz der Telekom Deutschland GmbH;
- D2-Netz von Vodafone;
- O2-Netz von Telefónica.

Um den mobilen Telefondienst nutzen zu können, benötigt man

- einen Nutzungsvertrag mit einem Mobilfunknetzanbieter und dessen Berechtigungskarte (SIM-Karte),
- ein zugelassenes Funktelefon (Funktelefone können unabhängig vom Hersteller in jedem Mobilfunknetz genutzt werden).

16 Was sind mobile Endgeräte?

Mobile Endgeräte im Rahmen der drahtlosen Telekommunikation sind vor allem:

- Mobiltelefon z.B. **Smartphone** (Mobiltelefon mit zahlreichen Standardfunktionen, wie z.B. Touchscreen, Internetzugang, E-Mail, Navigationssystem, Digitalkamera; darüber hinaus gibt es ein sehr umfangreiches Angebot an Apps, z.B. Textverarbeitung, Tabellenkalkulation);
- **Laptop (Notebook)**, ein kleiner, tragbarer Computer, dessen Flachbildschirm in seinem aufklappbaren Deckel integriert ist; er hat alle Merkmale eines PCs und kann mit Akku oder Strom betrieben werden;
- **Tablet-PC** (siehe Seite 134).

17 Nennen Sie Vorteile und Nachteile der Mobilkommunikation!

Die Mobilkommunikation bietet z.B. folgende Vorteile:

- Sie ermöglicht zu jeder Zeit und an jedem Ort den Zugang zu Kommunikationsnetzen (z.B. LAN, WAN, Telefonnetz);
- Mitarbeiter sind ständig erreichbar (z.B. Außendienstmitarbeiter über Hotel-WLAN);
- eine schnelle mobile Kommunikation ist weltweit möglich (auch durch das sichere Zusammenspiel von Fest- und Mobilfunknetzen).

Die Mobilkommunikation bietet z.B. folgende Nachteile:

- Das mobile Endgerät kann leicht verloren gehen oder gestohlen werden; die gespeicherten Informationen sind dann ebenfalls verloren;
- Bedrohungen durch Schadprogramme sind möglich;
- ohne ausreichenden Schutz können Daten von Dritten abgefangen, missbraucht oder verfälscht werden;
- die ständige Erreichbarkeit kann für den Mitarbeiter mit Problemen verbunden sein (z.B. im Urlaub, am Wochenende).

18 Beschreiben Sie Kunden-App, Social Media und Newsletter!

Die Mobilkommunikation bietet beispielsweise im Rahmen der Kundenbindung (siehe Seite 108) folgende Möglichkeiten:

- **Kunden-App**, ist eine mobile App (Application, Anwendung) die ein Betrieb seinen Kunden i. d. R. kostenlos zum Herunterladen auf Smartphones und Tablet-PCs zur Verfügung stellt. Sie ermöglicht ein einfaches und sicheres Kommunizieren zwischen Betrieb und Kunde, z. B. können dem Kunden zeitnah Informationen über neue Produkte und Rabattaktionen übermittelt werden und der Kunde kann selbst unmittelbar reagieren (z. B. zusätzliche Informationen einsehen, bestellen);
- **Social Media**, Internetnutzer tauschen über die sozialen Medien (z. B. Blogs, Foren und soziale Netzwerke wie Facebook, Instagram und Twitter) Informationen sowie Meinungen und Erfahrungen aus. Immer mehr Unternehmen versuchen, über diese Medien Ihre Produkte bekannt zu machen;
- **Newsletter**, ist ein Mitteilungsblatt (Infobrief, Kundenzeitschrift), das üblicherweise regelmäßig erscheint, und zwar in elektronischer Form.

19 Welche Bereiche sind beim Einsatz der Datenverarbeitung von besonderer Bedeutung?

Im Rahmen der Informations- und Kommunikationssysteme spielen vor allem folgende Bereiche, die auf dem Einsatz der Datenverarbeitung basieren, eine besondere Rolle für die Mitarbeiter eines Einzelhandelsbetriebes:

- **Datenerfassung**, sie erfolgt beim Verkauf mithilfe der Kassensysteme (siehe Seite 67) sowie bei der Warenebeschaffung, beim Wareneingang und beim Warenausgang mithilfe von Warenwirtschaftssystemen (siehe Seite 129 und Seite 335), wobei die Kassensysteme normalerweise in das Warenwirtschaftssystem integriert sind;
- **Datenpflege**, alle betrieblichen Daten müssen immer aktuell, d. h. auf dem neuesten Stand sein; das gilt vor allem für Warendaten wie Preise, Bestände, Artikelnummern oder für Lieferantendaten wie Lieferersortiment, Lieferungs- und Zahlungsbedingungen. Die Aktualisierung und Kontrolle der Daten erfolgt üblicherweise direkt über das Warenwirtschaftssystem;
- **Datenauswertung**, die Verkaufsdaten können z. B. in einfacher Form täglich über die Kassensysteme ausgewertet werden, wie z. B. Tagesumsatz insgesamt oder Tagesumsätze aufgeschlüsselt nach Artikeln und Artikelgruppen. Die umfassende Auswertung aller Daten, d. h. von den Verkaufsdaten über die Einkaufsdaten bis zu den Personaldaten, erfolgt im Rahmen der Statistik (siehe Seite 166), und zwar üblicherweise über das Warenwirtschaftssystem.

20 Was ist bei der Nutzung von Datenverarbeitungsgeräten besonders zu beachten?

Wenn Mitarbeiter Datenverarbeitungsgeräte wie z. B. PC oder Datenkassen benutzen, ist vor allem Folgendes zu beachten:

- **Geheimhaltung der Passwörter**, diese dürfen nicht für andere ersichtlich eingegeben oder sogar notiert werden, d. h., die **Security** (Sicherheit) muss in jeder Phase der Arbeiten gewährleistet sein;
- **firmeninterne Daten** sind für Dritte (z. B. Kunden, Besucher) unzugänglich zu machen und unzugänglich aufzubewahren (z. B. ist beim Verlassen des Raumes, in dem sich eine fremde Person aufhält, der PC auszuschalten; Unterlagen werden in der Schublade verschlossen);
- nach Beendigung der Arbeit muss sich jeder Nutzer ordnungsgemäß aus dem System **ausloggen** (abmelden).

21 Was ist Datenschutz?

Der **Datenschutz** befasst sich mit dem Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten. Er ist vor allem geregelt in

- der **EU-Datenschutzgrundverordnung** (DSGVO), sie enthält Vorschriften zur Verarbeitung personenbezogener Daten und gilt EU-weit und unmittelbar;
- dem **Bundesdatenschutzgesetz** (BDSG), es ergänzt und konkretisiert die europäische Datenschutzgrundverordnung. Es gilt für die Verarbeitung personenbezogener Daten durch öffentliche Stellen des Bundes und der Länder und nichtöffentliche Stellen (z. B. Personalverwaltung eines privaten Unternehmens).

Personenbezogene Daten beziehen sich auf eine natürliche (betroffene) Person. Sie müssen insbesondere rechtmäßig, sachlich richtig und auf das notwendige Maß beschränkt sein. Der Verantwortliche unterliegt bei der Erhebung der Daten der Informationspflicht, d. h., er muss der betroffenen Person u. a. seine Kontaktdaten, den Zweck und die Rechtsgrundlage für die Verarbeitung sowie die Dauer der Speicherung der Daten mitteilen.

Mit Datenverarbeitung befasste Personen dürfen personenbezogene Daten nicht unbefugt verarbeiten (**Datengeheimnis**).

22 Was versteht man unter betrieblichem Datenschutz?

Der **betriebliche Datenschutz** umfasst insbesondere:

- Ein Datenschutzbeauftragter muss bestellt werden, wenn personenbezogene Daten verarbeitet werden und sich mindestens zehn Mitarbeiter mit diesen Daten beschäftigen;
- der Datenschutzbeauftragte überwacht die ordnungsgemäße Anwendung der Datenverarbeitungsprogramme, mit deren Hilfe personenbezogene Daten verarbeitet werden;

- bei einer Verletzung des Datenschutzes können sich die Betroffenen (z. B. Mitarbeiter, Kunden) an den Datenschutzbeauftragten wenden;
- es sind die Maßnahmen festzulegen, welche die Sicherheit der Datenverarbeitung gewährleisten (z. B. Zugangskontrolle);
- beim Umgang mit Papierdokumenten sind besondere Regelungen zu beachten (z. B. für die Archivierung und Vernichtung von Akten).

(Zum betrieblichen Datenschutz im Warenwirtschaftssystem siehe Seite 139 und im Personalbereich siehe Seite 24.)

1.2 Teamarbeit und Kooperation, Arbeitsorganisation

23 Welche Arten der Kooperation gibt es für Mitarbeiter?

Kooperation ist eine Zusammenarbeit, die zeitlich begrenzt, zielgerichtet und von unterschiedlicher Intensität ist.

Für die Mitarbeiter ergeben sich z. B. folgende Kooperationsarten bzw. Kommunikationssituationen:

1. interne Kooperationsprozesse, z. B. Zusammenarbeit mit
 - Arbeitskollegen (z. B. kollegial, offen, unterstützend);
 - Vorgesetzten (z. B. vertrauensvoll, Kommunikationswege werden eingehalten);
 - Untergebenen (z. B. vertrauensvoll, ermutigend, unterstützend, rücksichtsvoll, Mentoring);
 - Abteilungen (z. B. abteilungsübergreifende Projekte, Teams);
2. externe Kooperationsprozesse, z. B. Zusammenarbeit mit
 - Kunden (z. B. Kundenberatung, Kundenpflege);
 - Lieferanten (z. B. Abstimmung von Lieferzeiten, Beratung bei der Qualitätsanforderung der Produkte);
 - Sponsoren (z. B. gemeinsame Aktionen);
 - Institutionen (z. B. Prüfungsmitglied bei der IHK).

Für jede Form der Kommunikation sind Informations- und Entscheidungswege zu beachten.

24 Was ist ein Team?

Ein **Team** ist eine Gruppe von mehreren Mitarbeitern, welche gemeinsam die Durchführung einer Aufgabe (z. B. Durchführung einer Werbeaktion, Neugestaltung des Sortiments, Teilnahme an einer Messe) übernimmt und gemeinsam die Verantwortung für das Ergebnis ihrer Arbeit trägt.

Jedes Team wird durch eine Person geleitet (Teamleiter), welche aufgrund ihrer Kompetenz entweder vom Management bestimmt oder vom Team selbst gewählt wird.

25 Nennen Sie Merkmale der Teamarbeit!

Merkmale der **Teamarbeit** sind z. B.:

- Die Geschäftsleitung gibt dem Team klare und messbare Ziele sowie Termine und Fristen vor, die unbedingt beachtet werden müssen;
- Teams sind für die Erfüllung ihrer Aufgabe weitgehend selbst verantwortlich (die Geschäftsleitung verzichtet weitgehend auf Kontrollen);
- die Teammitglieder legen selbst fest, wer für welche Aufgaben zuständig ist;
- verwendete Informationen müssen stets zeitnah, aktuell und vollständig sein;
- alle Informationen sind empfängergerecht zu formulieren, damit sie vom Adressaten verstanden werden;
- jedes Teammitglied muss teamfähig sein, d. h., es muss die Methode der Teamarbeit anerkennen und alle Mitglieder des Teams akzeptieren (die innere Bereitschaft zur Zusammenarbeit muss vorliegen);
- jedes Teammitglied muss eigene Ideen und Lösungsansätze einbringen;
- getroffene Absprachen sind einzuhalten;
- zwischen den Mitgliedern des Teams muss ein ständiges Feedback stattfinden (z. B. im Hinblick auf Zielabweichungen, aufgetretene Probleme, Verbesserungsvorschläge);
- zwischen dem Team und der Geschäftsleitung muss ein ständiges Feedback stattfinden;
- das Feedback, insbesondere wenn es nicht den eigenen Erwartungen entspricht, muss angenommen werden.

26 Nennen Sie Vorteile der Teamarbeit!

Vorteile der **Teamarbeit** sind z. B.:

- Die Kreativität der Mitarbeiter wird genutzt und gefördert;
- die Kommunikation im Team wird verbessert;
- die Teammitglieder arbeiten verstärkt zusammen und unterstützen sich gegenseitig (Teamgeist), das Fachwissen der Mitarbeiter wird besser ausgenutzt (erweiterter Informationsaustausch);
- Konflikte zwischen den Teammitgliedern werden vermindert (**Konfliktvermeidung**), höhere Motivation der Mitarbeiter;
- die Zufriedenheit am Arbeitsplatz wird verbessert, ein besseres **Betriebsklima** entsteht;
- die Teammitglieder entwickeln Kommunikationsfähigkeiten und Selbstbewusstsein;
- die Teammitglieder verhalten sich kooperationsbereit und wertschätzend, die Notwendigkeit von Kompromissbereitschaft und von Kompromissen wird erkannt;

- die Teammitglieder sind offen für Fragen der **Inklusion** (jeder Mensch kann am gesellschaftlichen Leben teilnehmen, und zwar unabhängig von Alter, Geschlecht, Herkunft oder eventuellen Behinderungen);
- die Mitglieder entwickeln **Frustrationstoleranz** und können längere Zeit mit Enttäuschungen und Negativerlebnissen umgehen, ohne ihr Selbstbewusstsein und ihre Objektivität zu verlieren;
- die **Wertschätzung** in Form von gegenseitigem Respekt und Vertrauen sowie gegenseitiger Offenheit wird gefördert und verbessert die betriebliche Zusammenarbeit;
- das Unterbreiten von Vorschlägen (insbesondere bei Schwachstellen) wird gefördert;
- ständiges Hinterfragen des eigenen Verhaltens (**Selbstreflexion**, Selbstkritik) und des Verhaltens der Kollegen (**Fremdreflexion**) wird gelernt;
- für Fehler durch eigenes Handeln wird Verantwortung übernommen.

27 Was versteht man unter Feedback?

Unter **Feedback** (Rückmeldung, Rückkopplung) versteht man die (positive und konstruktive) Rückmeldung an eine andere Person über deren Verhalten und wie es wahrgenommen wird. Das Feedback dient vor allem der Erfolgskontrolle, d. h., es soll festgestellt werden, ob Korrekturen und Veränderungen durchzuführen sind z. B. im Hinblick auf

- Kunden (Kundenbefragung mit Feedbackbogen),
- Mitarbeiter (Mitarbeiterbefragung),
- Teamarbeit,
- Lieferanten.

28 Nennen Sie Regeln für das Feedback!

Wichtige **Regeln für das Feedback** gibt es für

1. Feedbackgeber, er soll z. B. sein:

- sachlich, im Vordergrund steht die Sache und nicht die Person des Feedbacknehmers;
- vorwurfsfrei (fair), Kritik darf nicht mit persönlichen Vorwürfen verbunden sein;
- ehrlich, es dürfen keine unwahren Aussagen gemacht werden;
- rücksichtsvoll, die Befindlichkeit des Gegenübers muss berücksichtigt werden;
- konstruktiv und motivierend, das Gespräch soll anspornen;

2. Feedbacknehmer, er soll z. B.:

- die innere Bereitschaft zum Feedback haben;
- aufmerksam zuhören und sich nicht rechtfertigen oder verteidigen;
- nachfragen, wenn er etwas nicht verstanden hat;
- sachlich Stellung nehmen;
- Rückmeldungen akzeptieren und positiv beurteilen.

29 Beschreiben Sie den Prozess der Informationsbeschaffung und Informationsverarbeitung!

Informationen müssen stets zeitnah und vollständig eingeholt und weitergegeben werden. Es ist darauf zu achten, dass die Informationen empfängergerecht aufbereitet sind.

Die **Informationsbeschaffung** und **Informationsverarbeitung** erfolgt grundsätzlich nach folgendem Schema:

- Suchen der Fachinformationen mithilfe interner und externer Informationsquellen;
- Erfassen, Ordnen und Verwalten der Informationen (häufig mithilfe von Datenbanken);
- Auswertung von Informationen (z. B. in Form von Tabellen und Diagrammen);
- Entscheidungsfindung auf der Grundlage der vorhandenen Informationen.

Bei der Informationsbeschaffung und -verarbeitung müssen die Vorschriften des Datenschutzes und das Urheberrecht beachtet werden.

30 Unterscheiden Sie interne und externe Informationsquellen!

Für die Informationsgewinnung können die Unternehmen nutzen:

- **interne Informationsquellen**, d. h., die Informationen stammen aus dem Unternehmen selbst, z. B. Warenwirtschaftssystem (z. B. Informationen aus Lieferanten- und Kundendatensätzen), Rechnungswesen (z. B. Papierdokumente wie Rechnungen, Lieferscheine Einkaufslisten), Controlling, Marktforschung, Konkurrenzforschung, Personalinformationssystem;
- **externe Informationsquellen**, d. h., die Informationen stammen von der Außenwelt, z. B. statistische Ämter, Zeitschriften, Fachzeitschriften, Fachbücher, Fachmessen, Internetrecherche (z. B. mithilfe von Suchmaschinen).

31 Was versteht man unter Urheberrecht?

Jeder, der sein „geistiges Eigentum“ wie z. B. Schriftwerke, Bilder, Musikstücke u. Ä. veröffentlicht, hat nach dem Gesetz über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte bestimmte Rechte, d. h., seine persönlichen geistigen Schöpfungen sind durch das **Urheberrecht** geschützt (dies gilt auch für Veröffentlichungen im Internet).

Nur der Urheber hat auch die Verwertungsrechte über seine geistige Arbeit; das bedeutet, dass die zur Verfügung gestellten Informationen nur mit Genehmigung des Autors für eigene Zwecke genutzt und veröffentlicht werden dürfen. Werden fremde Werke unerlaubt genutzt, spricht man von **Plagiat**. Dem Plagiator drohen Schadenersatz- und Unterlassungsansprüche und ggf. Strafverfolgung.

32 Was sind Lern- und Arbeitstechniken?

Im Rahmen der Informationsbeschaffung und -verarbeitung und in Anbetracht der riesigen Informationsflut spielen geeignete **Lern- und Arbeitstechniken** eine immer größere Rolle. Sie sollen helfen, die betriebliche Arbeit schneller und einfacher zu erledigen.

Man unterscheidet z. B.:

- **Zeitmanagement**, d. h., die tägliche Arbeit ist effizient zu planen, durchzuführen und zu kontrollieren; dies wird z. B. erreicht durch exakte Tagesplanung, Setzen von Prioritäten (z. B. in Form von „sehr wichtig“, „wichtig“, „Routine“), Delegation (Aufgaben werden an Mitarbeiter übertragen) und Beachtung der Leistungskurve;
- **Lesetechnik**, d. h., beim rationellen Lesen eines Textes können unterschiedliche Techniken angewendet werden wie z. B. punktuelles Lesen (nur wichtige Stellen des Textes werden gelesen), diagonales Lesen (der gesamte Text wird überflogen, die wichtigen Textinhalte werden erfasst), intensives Lesen (der gesamte Text wird genau gelesen);
- **Exzerpt**, d. h., aus verschiedenen Texten wird das Wichtigste zu einem Thema verständlich zusammengestellt;
- **Konspekt**, d. h., mithilfe des Stichwortauszuges wird in kurzer Form der Inhalt eines Textes wiedergegeben;
- **Lernverfahren**, d. h., es werden bestimmte Methoden eingesetzt, um das eigene Lernverhalten zu verbessern (z. B. nach den Prinzipien „Lernen durch Wiederholung“, „Lernen durch eigenes Tun“, E-Learning);
- **Lernstrategie**, d. h., es werden bestimmte Vorgehensweisen eingesetzt (z. B. folgert man vom Allgemeinen zum Besonderen bzw. vom Besonderen zum Allgemeinen);
- **Mindmapping** (Notiz- und Merktechnik), d. h., Gedanken und Ideen werden aufgeschrieben, strukturiert und visualisiert; benutzt werden z. B. Symbole, Zeichen, Schlagwörter, Farben und Bilder. Eine Mindmap enthält z. B. eine zentral angeordnete Grundidee, Hauptzweige für wichtige Ideen, Unterzweige für weniger wichtige Ideen und entsprechende Verbindungslinien;
- **Mnemotechnik**, d. h., zur Verbesserung der Gedächtnisleistung werden spezielle Gedächtnisstrategien angewandt (z. B. „Eselsbrücken“);

- **Brainstorming** (Ideenkonferenz), d. h., das Lösen eines Problems soll vorbereitet werden, indem die Teilnehmer an einer Gruppendiskussion spontan ihre Vorschläge äußern, wobei die geäußerten Vorschläge nicht kritisiert werden dürfen;
- **Checkliste**, d. h., eine Aufgabe wird detailliert in ihre einzelnen Teilaufgaben zerlegt, wodurch sichergestellt werden soll, dass alle wesentlichen Gesichtspunkte beachtet werden und nichts vergessen wird;
- **Protokoll**, d. h. eine schriftliche Wiedergabe (förmliche Niederschrift) einer Veranstaltung (z. B. Besprechung, Sitzung, Tagung).

33 Was ist eine Präsentation und welche Präsentationsmöglichkeiten gibt es?

Eine **Präsentation** ist ein wichtiges Mittel der Kommunikation, welches verwendet wird, um bestimmte Informationen zu übermitteln und anschaulich darzustellen. Präsentationen werden in einem Unternehmen bei zahlreichen Anlässen eingesetzt, z. B. Produktpräsentationen für Kunden, Präsentationen bei Fortbildungsveranstaltungen für Mitarbeiter.

In Abhängigkeit vom Medieneinsatz werden z. B. folgende Präsentationstechniken unterschieden:

- **Flipchart**, besteht aus einem Gestell mit drei Beinen und einer größeren Platte mit einer Klemmvorrichtung für Papier;
- **Pinnwand**, ist eine Tafel (z. B. aus Holz oder Kork) an der Karten mithilfe von Stecknadeln befestigt werden;
- **Magnetwand (Magnettafel)**, besteht aus Metall, an dem Zettel mit Magneten befestigt werden;
- **Overheadprojektor (Tageslichtprojektor)**, ist ein optischer Bildwerfer, mit dem man auf einer transparenten Folie dargestellte Inhalte groß auf einer Wandfläche (z. B. Leinwand) zeigen kann;
- **Whiteboard**, besteht aus einer besonders lackierten magnetisierenden weißen Fläche, die mit speziellen Buntstiften beschrieben werden kann; das Whiteboard ist auch als Magnetwand verwendbar;
- **Interaktives Whiteboard (Smartboard)**, in die Tafel ist ein elektronischer Multi-Funktionsstift integriert, der eine Reihe verschiedener Farben, eine Löschfunktion und eine Fernbedienung für die Bedienung von Präsentationen bereitstellt;
- **Beamer**, ist ein optisches Gerät (Projektor), mit dessen Hilfe die Darstellungen auf einem Medium (z. B. PC) auf eine gut sichtbare Fläche vergrößert werden.

Digitale (elektronische) Präsentationen, die z. B. über einen Beamer gezeigt werden, nutzen i. d. R. Präsentationsprogramme (z. B. Microsoft PowerPoint). Durch die Visualisierung von Zusammenhängen, Entwicklungen, Zahlen und Fakten wird eine erhöhte Aufmerksamkeit bei den Zuhörern erreicht.

34 Was sind Arbeitsmittel?

Arbeitsmittel sind Hilfsmittel, welche die Mitarbeiter einsetzen, um ihre Aufgaben zu erledigen. Man unterscheidet z. B.

- Kassen und Kassensysteme (siehe Seite 67);
- Verkaufstheken und Verkaufsregale;
- Büromöbel (z. B. Bürostühle, Schreibtische, Schränke);
- elektronische Büromaschinen, mit deren Hilfe Büroarbeiten rationell durchgeführt werden (z. B. Computer, Kopiergeräte, Drucker, Scanner, Geräte für die Mobilkommunikation).

35 Was sind Organisationsmittel?

Organisationsmittel sind alle Hilfsmittel, welche die Mitarbeiter im Rahmen der Planung, Durchführung und Kontrolle ihrer Arbeit einsetzen. Das sind z. B. Vordrucke (wie z. B. Bestellformulare); Ablagesysteme für die Aufbewahrung von Schriftstücken; Dateien in der Datenverarbeitung, wie z. B. Kundendatei, Warendatei, Lagerdatei sowie Terminplaner, z. B. in Kalenderform oder als Terminkalender im DV-System (z. B. Microsoft Office Outlook).

Der Einsatz und die Gestaltung der Organisationsmittel ist abhängig vom

1. **Ordnungssystem**, dient der geordneten Aufbewahrung von Informationen auf Informationsträgern (z. B. Schriftstücke, Karteien) mit dem Ziel, eine bestimmte Information sicher und schnell zu finden; man unterscheidet z. B.:

- **alphabetische Ordnung**, Grundlage ist das ABC; dieses System ist am verbreitetsten und eignet sich für das Ordnen nach Namen, Orten und Sachwörtern (z. B. Kundenkartei, Ersatzteilkartei);
- **numerische Ordnung**, Grundlage sind Zahlen;
- **alphanumerische Ordnung**, sie stellt eine Kombination von Buchstaben und Zahlen dar;
- **chronologische (zeitliche) Ordnung**, Ordnungsmerkmale sind Tages-, Monats- oder Jahresdaten (z. B. Endablage der Buchungsbelege);
- **farbliche Ordnung**, Ordnungsmerkmale sind gut voneinander unterscheidbare Farben, welche die Informationsträger wie Ordner, Schriftstücke, Karteikarten in einfach erkennbare Gruppen einteilen (z. B. roter Ordner = Personal, blauer Ordner = Einkauf);
- **mnemotechnische (merktechnische) Ordnung**, die Ordnung erfolgt nach Kennbuchstaben, welche auf die Art der Information hinweisen (z. B. AZ = Auszubildende, AN = Angestellte);

2. Art der Schriftgutaufbewahrung, z. B.:

- **Arbeitsplatzablage**, z. B. im Schreibtisch oder in Beistellmöbeln (oft als Hängeregistratur);
- **Zentralablage**, für Schriftgut, das nicht mehr laufend benötigt wird oder für das es gesetzliche Aufbewahrungsfristen gibt;
- **Archiv**, für Schriftgut mit Dauerwert (z. B. Gesellschaftsvertrag).

36

Was ist selbstständiges Lernen?

Selbstständiges Lernen

- bedeutet, dass eine Person die Verantwortung für das eigene Lernen selbst übernimmt, und zwar im Sinne eines lebenslangen Lernens;
- stellt oftmals **Schlüsselqualifikationen** in den Vordergrund, wie z. B. die **Fachkompetenz** (berufliches Fachwissen und berufliche Fertigkeiten);
- kann allein, zu zweit oder in einer Gruppe erfolgen;
- erfolgt zum Teil ohne Lehrer;
- ist motivierend, da die Themen und das Lerntempo selbst bestimmt werden;
- zielt darauf ab, Lösungen selbstständig zu erarbeiten, z. B. mithilfe der Internetrecherche, und selbst Entscheidungen zu treffen (**Handlungskompetenz**);
- fördert das Denken in Zusammenhängen und erhöht die Konzentrationsfähigkeit und die Kreativität (**Methodenkompetenz**).

37

Was ist ein Konflikt?

Konflikte sind Spannungen zwischen Personen, die dadurch entstehen, dass jeder Beteiligte etwas anstrebt, das für den anderen einen Nachteil darstellt.

Konflikte können im Einzelhandelsbetrieb entstehen z. B. zwischen

- Mitarbeitern einer Abteilung,
- Abteilungsleitern,
- Geschäftsführung und Mitarbeitern,
- Verkäufer und Kunde,
- Einkäufer und Lieferant.

Man unterscheidet z. B. folgende Konfliktarten:

- **Sachkonflikt**, ist in der Sache begründet, z. B. trägt ein Kunde eine Reklamation vor;
- **Beziehungskonflikt** (persönlicher Konflikt), ist im Verhalten von Personen begründet, z. B. wird ein Gesprächspartner missachtet und gedemütigt;
- **Zielkonflikt**, beruht auf unterschiedlichen Vorstellungen bezüglich der zu erreichenden Ziele, z. B. gibt es unterschiedliche Meinungen im Hinblick auf die Entwicklungspotenziale einzelner Abteilungen;
- **Wertekonflikt**, entsteht durch unterschiedliche Wertvorstellungen, z. B. entstehen Auseinandersetzungen aufgrund der Religionszugehörigkeit.

38 Woran erkennt man Konflikte?

Signale für Konflikte können sein:

- offenes feindseliges Verhalten (z. B. vermehrte Beschwerden, Trotzreaktionen, verletzendes Äußerungen);
- verstecktes feindseliges Verhalten (z. B. Intrigen, Mobbing, Gerüchte);
- Dienst nach Vorschrift (z. B. strenge Einhaltung der Arbeitszeit);
- schlechtes Betriebsklima (z. B. hoher Krankenstand, hohe Fluktuation, Verweigerung von Mehrarbeit).

39 Beschreiben Sie mögliche Konfliktursachen!

Um Konflikte dauerhaft zu lösen, ist es unerlässlich, die Ursachen der entstandenen Konflikte zu kennen. Dabei ist zwischen der **Sachebene** (im Vordergrund stehen die Sachinformationen in Form von Zahlen und Fakten) und der **Beziehungsebene** (im Vordergrund stehen persönliche Beziehungen) zu unterscheiden. Mögliche **Konfliktursachen** in Betrieben sind:

- Beharren auf der eigenen Meinung, ohne auf sachliche Argumente einzugehen;
- Misstrauen, Verärgerungen, Benachteiligungen, ungerechte Behandlungen, die in die Vergangenheit reichen, belasten die Kommunikation;
- Rachegefühle wegen zurückliegender Auseinandersetzungen;
- Informationen werden unvollständig oder fehlerhaft weitergegeben (unzureichende Kommunikation);
- Beteiligte sind kritikunfähig;
- Vorgesetzte demonstrieren ihre Vormachtstellung;
- Auseinandersetzungen um Macht und Einfluss im Unternehmen (z. B. bei Beförderungen) prägen das Verhalten der Beteiligten.