

EUROPA-FACHBUCHREIHE  
für wirtschaftliche Bildung

# Büro 2.1

## Kaufmann/Kauffrau für Büromanagement

### Lernsituationen XL mit Aufgaben im Anhang

#### Lösungen

#### Lernfelder 7 – 13

#### 3. Auflage

Camin Debus Ellies Gieske Hidde Keiser Kramer Laroche Schneider Scholz

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

Europa-Nr.: 71606



## Verfasser

Britta Camin, 68775 Ketsch  
Martin Debus, 45659 Recklinghausen  
Cordula Ellies, 37075 Göttingen  
Stephanie Hidde, 45657 Recklinghausen  
Anita Gieske, 56424 Staudt  
Dr. Gerd Keiser †  
Holger Kramer, 40764 Langenfeld  
Andreas Laroche, 46535 Dinslaken  
Alexander Schneider, 76857 Eußerthal  
Annika Scholz, 45665 Recklinghausen

## Verlagslektorat

Anke Hahn

3. Auflage 2023

Druck 5 4 3 2 1

Alle Drucke derselben Auflage sind parallel einsetzbar, da sie bis auf die Korrektur von Druckfehlern identisch sind.

ISBN 978-3-7585-7522-8

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

© 2023 by Verlag Europa-Lehrmittel, Nourney, Vollmer GmbH & Co. KG, 42781 Haan-Gruiten  
Umschlag, Satz: Grafische Produktionen Jürgen Neumann, 97222 Rimpar  
Umschlagkonzept: tiff.any GmbH, 10999 Berlin  
Umschlagfoto: © william87 - Fotolia.com  
Druck: Plump Druck & Medien GmbH, 53619 Rheinbreitbach

## Vorwort

Das vorliegende Unterrichtswerk ist als **Arbeitsbuch** für Auszubildende im Ausbildungsberuf „**Kaufmann/Kauffrau für Büromanagement**“ konzipiert. Der Band **Lernsituationen** ist Bestandteil des umfassenden Europa-Programms **Büro 2.1**; er ermöglicht die Entwicklung einer beruflichen Handlungskompetenz zur Bearbeitung von Geschäfts- und Büroprozessen in den kaufmännischen Abteilungen von Unternehmen der verschiedensten Wirtschaftsbereiche oder im öffentlichen Dienst.

**Büro 2.1** ist ein **modernes Komplettprogramm**. Es folgt dem kompetenzorientierten Rahmenlehrplan nach dem Lernfeldkonzept. Die Unterrichtswerke des Programms (**Informationsbände** und **Arbeitsbücher mit Lernsituationen** für alle Jahrgangsstufen – jeweils mit **Lehrerlösungen 2-in-1**, **Hefte zur Informationsverarbeitung** in Excel, Word und PowerPoint, **Lernspiele**, konventionelle und digitale **Prüfungsvorbereitung** für Teil 1 und Teil 2 der gestreckten Abschlussprüfung sowie **Office now!** inkl. digitalem Vokabeltrainer für den Englischunterricht) sind aufeinander abgestimmt. So werden handlungs- und fachsystematische Strukturen miteinander verschränkt und alle Anforderungen des Ausbildungsberufes von der fachlichen Aufgabenerfüllung bis hin zu einem reflektierten Verständnis von Handeln in beruflichen Zusammenhängen abgedeckt. Ein Vorschlag für eine **kompetenzorientierte didaktische Jahresplanung** unterstützt die Arbeit im Bildungsgang.

Der Band „**Lernsituationen XL LF 7 - 13**“ umfasst die **Lernfelder 7 - 13** des Rahmenlehrplans:

- Lernfeld 7:** Gesprächssituationen bewältigen
- Lernfeld 8:** Personalwirtschaftliche Aufgaben wahrnehmen
- Lernfeld 9:** Liquidität sichern und Finanzierung vorbereiten
- Lernfeld 10:** Wertschöpfungsprozesse erfolgsorientiert steuern
- Lernfeld 11:** Geschäftsprozesse darstellen und optimieren
- Lernfeld 12:** Veranstaltungen und Geschäftsreisen organisieren
- Lernfeld 13:** Ein Projekt planen und durchführen

In den **handlungsorientierten Lernsituationen** spiegeln **unterschiedliche Modellbetriebe** die Vielfältigkeit der Praxis und schaffen den für die Entwicklung einer ganzheitlichen, prozessorientierten Handlungskompetenz jeweils notwendigen Bezugsrahmen.

**Tipp:** Zur unterrichtlichen Vertiefung und Vorbereitung auf die Prüfungen finden sich am Ende des Arbeitsbuches **weitere zahlreiche Aufgaben** und **Fälle** zu den einzelnen Lernfeldern.

### Neu in dieser Auflage

Die **Lernsituationen** sind **aktualisiert**:

Alle notwendigen **Gesetzesänderungen** sind berücksichtigt. Die Belege und **Geschäftsbriefe** entsprechen der aktuellen DIN 5008. **Statistiken** und **Schaubilder** sind dem derzeit verfügbaren Stand angepasst.

Der **Download-Bereich** ist **erweitert** worden. Die folgenden Icons in den Lernsituationen zeigen die unterschiedlichen Downloadmöglichkeiten an:



Hier sind im öffentlichen Download-Bereich unter [www.europa-lehrmittel.de/72955](http://www.europa-lehrmittel.de/72955) **weitere Materialien** hinterlegt.



Hier sind für **registrierte Lehrkräfte** in einem **geschützten Download-Bereich** unter [www.europa-lehrmittel.de/downloads\\_fuer\\_Lehrer](http://www.europa-lehrmittel.de/downloads_fuer_Lehrer) **zusätzliche Materialien** hinterlegt.

### Ihr Feedback ist uns wichtig!

Wenn Sie mithelfen möchten, dieses Buch für die kommenden Auflagen noch weiter zu optimieren, schreiben Sie uns unter [lektorat@europa-lehrmittel.de](mailto:lektorat@europa-lehrmittel.de). Das Autorenteam freut sich auf Anregung und Unterstützung durch Kritik und wünscht erfolgreiches Arbeiten mit dem neuen Lehrwerk.

Sommer 2023

Autoren und Verlag

<b>Lernfeld 7</b>	<b>Gesprächssituationen bewältigen .....</b>	<b>7</b>
<b>Lernsituation 1:</b>	Anforderungen an Gesprächssituationen erfassen .....	10
<b>Lernsituation 2:</b>	Geeignete Kommunikationsmöglichkeiten auswählen und ein Informations- und Beratungsgespräch organisieren .....	14
<b>Lernsituation 3:</b>	Einfache Informations- und Beratungsgespräche führen .....	21
<b>Lernsituation 4:</b>	Strategien zur Konfliktbewältigung und -vermeidung entwickeln .....	28
<b>Lernsituation 5:</b>	Komplexe Informations- und Beratungsgespräche führen .....	33
<b>Lernsituation 6:</b>	Beschwerdemanagement als Instrument der Kundenbindung nutzen .....	53
<b>Lernfeld 8:</b>	<b>Personalwirtschaftliche Aufgaben wahrnehmen.....</b>	<b>59</b>
<b>Lernsituation 1:</b>	Bestimmungsgrößen der Personalplanung erörtern .....	62
<b>Lernsituation 2:</b>	Den Personalbestand analysieren .....	67
<b>Lernsituation 3:</b>	Den Personalbedarf ermitteln.....	74
<b>Lernsituation 4:</b>	Personalbeschaffung – oder: Ein neuer Mitarbeiter wird gesucht.....	80
<b>Lernsituation 5:</b>	Ein Personalauswahlverfahren durchführen .....	89
<b>Lernsituation 6:</b>	Einen Arbeitsvertrag mit einem neuen Mitarbeiter schließen und Regelungen des Arbeitsrechtes beachten .....	101
<b>Lernsituation 7:</b>	Die Einführung eines neuen Mitarbeiters planen und Personaldaten in der Personalakte erfassen .....	114
<b>Lernsituation 8:</b>	Personal betreuen und den Personaleinsatz organisieren .....	126
<b>Lernsituation 9:</b>	Lohn- und Gehaltsabrechnungen durchführen – oder: bekommen, was man verdient.....	135
<b>Lernsituation 10:</b>	Die Personalentwicklung planen und Mitarbeiter beurteilen .....	146
<b>Lernsituation 11:</b>	Arbeitsverhältnisse rechtssicher beenden.....	155
<b>Lernfeld 9</b>	<b>Liquidität sichern und Finanzierung vorbereiten .....</b>	<b>165</b>
<b>Lernsituation 1:</b>	Zahlungsströme identifizieren und die Liquiditätslage beurteilen .....	168
<b>Lernsituation 2:</b>	Liquidität sichern.....	176
<b>Lernsituation 3:</b>	Rechtsformen der Unternehmen unterscheiden.....	186
<b>Lernsituation 4:</b>	Den Zusammenhang von Investition und Finanzierung kennen und geeignete Finanzierungsarten auswählen .....	194
<b>Lernsituation 5:</b>	Über Leasing und Factoring entscheiden .....	202
<b>Lernsituation 6:</b>	Mit Sicherheit ins Risiko – oder: Kreditsicherheiten einschätzen .....	210
<b>Lernfeld 10</b>	<b>Wertschöpfungsprozesse erfolgsorientiert steuern.....</b>	<b>221</b>
<b>Lernsituation 1:</b>	Externes und internes Rechnungswesen unterscheiden .....	224
<b>Lernsituation 2:</b>	Das Betriebsergebnis ermitteln – die Ergebnistabelle erstellen und interpretieren .....	228
<b>Lernsituation 3:</b>	Die Selbstkosten für einen Seminarstuhl ermitteln .....	237

<b>Lernsituation 4:</b>	Kostenüberdeckung bzw. Kostenunterdeckung bestimmen (Nachkalkulation) .....	242
<b>Lernsituation 5:</b>	Handelswaren kalkulieren .....	248
<b>Lernsituation 6:</b>	Die Grenzen der Vollkostenrechnung erfassen und die Teilkostenrechnung erklären .....	254
<b>Lernsituation 7:</b>	Die Teilkostenrechnung als Deckungsbeitragsrechnung nutzen .....	262
<b>Lernfeld 11</b>	<b>Geschäftsprozesse darstellen und optimieren .....</b>	<b>269</b>
Ausgangssituation zu den Lernsituationen 1 - 4..... 272		
<b>Lernsituation 1:</b>	Die betriebliche Organisation der Venedig GmbH analysieren und über die Zertifizierung des Qualitätsmanagements (ISO 9001) entscheiden .....	273
<b>Lernsituation 2:</b>	Geschäftsprozesse (Kern- und Unterstützungsprozesse) der Venedig GmbH identifizieren und als Prozesslandkarte dokumentieren.....	280
<b>Lernsituation 3:</b>	Unterschiedliche Darstellungsformen für Geschäftsprozesse anwenden, vergleichen und für die Venedig GmbH auswählen.....	283
<b>Lernsituation 4:</b>	Geschäftsprozesse der Venedig GmbH als Ereignisgesteuerte Prozessketten (EPK) darstellen und Schwachstellen optimieren .....	291
<b>Lernfeld 12</b>	<b>Veranstaltungen und Geschäftsreisen organisieren.....</b>	<b>299</b>
<b>Lernsituation 1:</b>	Regelmäßige interne Besprechung vorbereiten .....	302
<b>Lernsituation 2:</b>	Innerbetriebliche Schulung planen.....	305
<b>Lernsituation 3:</b>	Neue Kunden gewinnen – Informationstagung vorbereiten.....	310
<b>Lernsituation 4:</b>	Tagung außer Haus organisieren .....	318
<b>Lernsituation 5:</b>	Geschäftsreise zur Kundengewinnung der Blue Design GmbH vorbereiten .....	329
<b>Lernsituation 6:</b>	Besichtigung der Produktionsstätte des Hauptzulieferers im Ausland organisieren .....	334
<b>Lernsituation 7:</b>	Einen Messebesuch planen und nachbereiten.....	339
<b>Lernfeld 13</b>	<b>Ein Projekt planen und durchführen .....</b>	<b>345</b>
<b>Lernsituation 1:</b>	Ein Projekt definieren und initiieren .....	348
<b>Lernsituation 2:</b>	Einen Projektablauf planen .....	356
<b>Lernsituation 3:</b>	Ein Projekt durchführen und abschließen.....	364
<b>Aufgaben zu den Lernfeldern 7 bis 13.....</b>		<b>371</b>

Die Lösungen für die „Aufgaben zu den Lernfeldern 7 - 13“ liegen diesem Buch in einem gesonderten Heft bei.



# Gesprächssituationen bewältigen

1 - Ich beherrsche die Grundlagen der Kommunikation und kommuniziere angemessen.



2 - Ich wende Techniken und Regeln der Gesprächsführung situationsgerecht an.



**Wie ich in Gesprächssituationen mit Geschäftspartnern angemessen und sachgerecht handle**

5 - Ich wähle geeignete Kriterien zur Beurteilung von Gesprächen und wende diese situationsgerecht an.

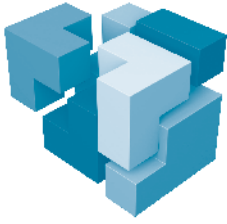


4 - Ich reagiere und agiere in schwierigen Gesprächssituationen angemessen.



3 - Ich führe Informations- und Beratungsgespräche in allen Gesprächsphasen angemessen und sachgerecht.





©ag visuell-fotolia.com

## Gesprächssituationen bewältigen

Die Kompetenzentwicklung umfasst, ...

**... Grundlagen der Kommunikation in Gesprächssituationen zu erfassen bzw. darauf aufbauend angemessen zu kommunizieren.**

Gesprächssituationen und -arten	Ebenen der Kommunikation	Formen der Kommunikation	Eisbergmodell der Kommunikation	Vier-Ohren-Modell
---------------------------------	--------------------------	--------------------------	---------------------------------	-------------------

**... Techniken und Regeln der Gesprächsführung situationsgerecht anzuwenden.**

aktives Zuhören	Ich-Botschaften	Frage-techniken	Argumentations-techniken	Gesprächsregeln
-----------------	-----------------	-----------------	--------------------------	-----------------

**... Informations- und Beratungsgespräche vorzubereiten.**

Vorbereitungsmaßnahmen	betriebliche und rechtliche Regelungen	Gesprächsziele und Argumentation	Gesprächspartner (auch aus anderen Kulturen)
------------------------	--	----------------------------------	--

**... Informations- und Beratungsgespräche angemessen und sachgerecht durchzuführen.**

Gesprächsphasen	Techniken der Preisnennung, der Einwandbehandlung und des Abschlusses	Besonderheiten bei telefonischen Informations- und Beratungsgesprächen
-----------------	---	--

**... mit schwierigen Gesprächssituationen umzugehen.**

Konfliktvermeidung und -bewältigung	Beschwerden und Reklamationen	Beschwerdemanagement als Instrument der Kundenbindung
-------------------------------------	-------------------------------	---

**... Gespräche zu beurteilen.**

Kriterienkataloge für unterschiedliche Gesprächsarten	Feedbackregeln
---	----------------



## Der Modellbetrieb im Lernfeld 7

### Unternehmensbeschreibung

<b>Firma</b>	<b>Kaffeerösterei FanGusto GmbH</b>	
<b>Geschäftszweck</b>	Kaffeerösterei; Verkauf an Groß- und Einzelhandel, Hotels und Restaurants; kleines Ladengeschäft für Privatkunden in Heidelberg, Im Industriepark 1	
<b>Geschäftssitz</b>	Amtsgericht Heidelberg HRB 756352	
<b>Registergericht</b>	Steuernummer: 32007/08153 USt.-Id.-Nummer: DE 135780246	
<b>Gesellschafter</b>	Mario Gusto	
<b>Geschäftsführer</b>	Mario Gusto	
<b>Prokura</b>	Melanie Rath	
<b>Telefon – Telefax</b>	06221 47110-0	06221 47120
<b>Homepage</b>	Fangusto.com	
<b>E-Mail</b>	info@fangusto.com	
<b>Bankverbindung</b>	Heidelberger Stadtbank IBAN: DE42 6507 0201 4658 6854 12 BIC: STBADES1HDB	
<b>Mitarbeiter</b>	70 Mitarbeiter/innen, davon 6 Auszubildende	
<b>Auszug aus dem Absatzprogramm</b>	Kaffees, hochwertige Kaffeemaschinen, Geschirr, sonstiges Zubehör, Barista-Seminare	
<b>Weitere Informationen für die Bearbeitung der Lernsituationen</b>		
<b>Auszug aus der Kundenkartei</b>	Hotel „Zum Kronprinzen“, Weinheimer Str. 1-5, 69198 Schriesheim Feinkostladen „Exquisit“, Hauptstr. 57, 69469 Weinheim Hotel „Sonnenblick“, Am Berg 41, 69181 Leimen Restaurant „Mona Lisa“, Neckarblick 28, 68526 Ladenburg	
<b>Auszug aus der Lieferantenkartei</b>	SAERA AG, Hersteller von Kaffeemaschinen	
<b>Auszug aus dem Organigramm</b>	Leitung Verkauf: Melanie Rath Leitung Einkauf: Cosima Diaz Leitung Lager: Mario Magrini	

## Lernsituation 1: Anforderungen an Gesprächssituationen erfassen

Die FanGusto GmbH ist eine kleine Kaffeerösterei, die neben Kaffee auch das passende Zubehör, wie z. B. hochwertige Kaffeemaschinen und Kaffeegeschirr, verkauft. Abnehmer der Produkte sind überwiegend Gastronomiebetriebe, d. h. Hotels und Restaurants im Inland und Ausland mit Schwerpunkt Europa. Neben der Kaffeerösterei gibt es außerdem ein kleines Ladengeschäft, in dem auch Privatkunden in gemütlicher Atmosphäre Kaffee verkosten und die Produkte kaufen können.

Sie sind Auszubildende/r als Kauffrau/Kaufmann für Büromanagement im zweiten Ausbildungsjahr bei der FanGusto GmbH.

Im Rahmen des zweiten Ausbildungsjahres ist heute Ihr erster Tag in der Verkaufsabteilung der FanGusto GmbH. Diesmal soll die Beziehung zum Kunden im Mittelpunkt stehen und Sie sollen u. a. lernen, Kunden angemessen zu beraten.

Die Abteilungsleiterin Frau Melanie Rath hat Ihnen aufgetragen, dass Sie Ihren ersten Tag nutzen sollen, um sich einen Überblick über diese Aufgabe zu verschaffen. Sie verbringen deshalb heute einige Zeit im Ladengeschäft und den Verkaufsbüros der FanGusto GmbH und schauen Ihren Kolleginnen und Kollegen bei der Kundenberatung über die Schulter.

### Frau Rath hat einen Termin mit Herrn Schmitt, Leiter des Restaurants „Mona Lisa“, im Besprechungsraum der FanGusto GmbH (Gesprächsausschnitt).

**Frau Rath:** „Guten Tag, Herr Schmitt, schön, dass wir uns heute einmal persönlich kennenlernen. Herzlich willkommen in unserem Hause.“

**Herr Schmitt:** „Guten Tag, Frau Rath. Ich freue mich auch, dass ich heute einmal Sie und Ihre Räumlichkeiten kennenlernen kann. Das Kaffeearoma alleine ist schon beeindruckend.“

**Frau Rath:** „Das freut mich. Ebenso, dass Sie mit Ihrem Restaurant ja inzwischen schon seit fünf Jahren unser Kunde sind. Womit kann ich Ihnen denn heute helfen? Meine Kollegin sagte mir, dass Sie für eine besondere Veranstaltung einen besonderen Kaffee möchten.“

**Herr Schmitt:** „Ja, genau. Ebenso lange, wie wir Kunde Ihrer Rösterei sind, besteht auch unser Restaurant. In zwei Monaten sind es tatsächlich schon fünf Jahre. Das wollen wir mit unseren Gästen gebührend feiern und zwar mit Speisen und Getränken, die seit jeher bei unseren Gästen beliebt sind, wie beispielsweise Ihr Kaffee „FanGusto dolce“, aber auch mit besonderen Schmankerln. Können Sie uns aus Ihrem Sortiment etwas Besonderes für diesen Anlass anbieten?“

**Frau Rath:** „Ich bin sicher, dass wir da etwas finden werden, das dazu beiträgt, dass dieses Fest bei Ihren Gästen in guter Erinnerung bleiben wird. Hatten Sie dabei nur an eine besondere Kaffeesorste gedacht oder auch an zusätzliche Aufmerksamkeiten, wie z. B. ein neues Kaffeesevice?“

**Herr Schmitt:** „Also, in erster Linie natürlich an einen besonders guten Kaffee, aber gerne können Sie mir auch noch zeigen, was Sie an solchem Zubehör im Sortiment haben.“

**Frau Rath:** „Prima, Herr Schmitt, das mache ich gerne. Dann unterhalten wir uns aber tatsächlich erst einmal über den Kaffee. Wie werden Sie denn diesen Festtag gestalten?“

**Herr Schmitt:** „Es wird ein Fünf-Gänge-Menü geben, wobei verschiedene Varianten möglich sind. Der Schwerpunkt liegt auf unseren mediterranen Spezialitäten.“

**Frau Rath:** „Gut. Dann werden wir einen Kaffee wählen, der besonders gut dieses mediterrane Flair widerspiegelt.“ [...]

### Im Ladengeschäft der FanGusto GmbH: Eine ältere Dame betritt den Raum und geht zum Verkaufstresen (Gesprächsausschnitt).

**Verkäuferin:** „Guten Tag. Was kann ich für Sie tun?“

**Kundin** (stellt angebrochene Kaffeepackung auf den Tresen): „Ich möchte den Kaffee zurückgeben. Der Kaffeemachmittag mit meinen Freundinnen war dank Ihres Kaffees ein reines Desaster für mich!“





**Verkäuferin:** „Das tut mir sehr leid. Was ist denn mit dem Kaffee?“

**Kundin:** „Ich war in der vergangenen Woche zum ersten Mal in Ihrem Geschäft, weil ich für den gestrigen Nachmittag einen besonderen Kaffee haben wollte. Dieser hier ist mir von Ihrer Kollegin als besonders mild und bekömmlich empfohlen worden. Ich habe ihn auch hier im Geschäft probiert. Aber der Kaffee, den wir gestern bei mir zu Hause getrunken haben, hatte mit diesem Kaffee rein gar nichts zu tun! Er war viel zu bitter und wir hatten alle, obwohl wir nicht viel davon getrunken haben, hinterher Herzklopfen.“

**Verkäuferin:** „Oh je. Das kann ich verstehen, dass das natürlich nicht der Kaffee-genuss war, den Sie erwartet haben. Wie haben Sie denn den Kaffee zubereitet?“

**Kundin:** „Na so wie immer: Ich brühe meinen Kaffee noch per Hand auf – also pro Tasse einen Messlöffel Kaffee in den Filter und dann langsam das heiße Wasser drüber laufen lassen.“

**Verkäuferin:** „Das ist toll, dass Sie nach diesem Verfahren Ihren Kaffee zubereiten. So kann unser Kaffee tatsächlich am besten sein Aroma entfalten. Allerdings ist unser Kaffee deutlich intensiver als industriell gerösteter Kaffee. Deshalb empfehlen wir, pro Tasse nicht den handelstypischen Messlöffel, sondern einen Teelöffel Kaffee zu verwenden und gerade, wenn man ihn nicht ganz so stark möchte, ruhig noch auf eine Löffelfüllung zu verzichten ...“

**Kundin:** „Oh, jetzt wo Sie mir das sagen, fällt es mir wieder ein: Das hatte mir ja Ihre Kollegin in der letzten Woche auch schon gesagt. Das hatte ich ganz vergessen.“ [...]

#### Im Verkaufsbüro bei der Kollegin Janina Klose geht ein Anruf ein (Gesprächsausschnitt).

**Frau Klose:** „Herzlich willkommen bei der Kaffeerösterei FanGusto. Mein Name ist Janina Klose. Was kann ich für Sie tun?“

**Fritz Zorn (erbozt):** „Ich habe von Ihnen einen Kaffee-Vollautomaten. Und nun funktioniert das blöde Gerät mit einem Mal nicht mehr. Was verkaufen Sie denn da für einen Schrott?“

**Frau Klose:** „Das tut mir sehr leid. Sicher finden wir gemeinsam eine Lösung. Bitte nennen Sie mir doch Ihren Namen und wenn möglich Ihre Kundennummer.“

**Fritz Zorn:** „Mein Name ist Zorn – Fritz Zorn. Kundennummer weiß ich nicht. Ich will auch nur eine neue Maschine und zwar sofort!“

**Frau Klose:** „Herr Zorn, ich kann verstehen, dass Sie verärgert sind. Um Ihnen helfen zu können, benötige ich deshalb noch ein paar Daten, z. B. um zu wissen, um welches Gerät es sich handelt. Dann nennen Sie mir doch bitte Ihre Anschrift.“

**Fritz Zorn:** „Okay. Ich habe mein Geschäft in der Mozartstraße 35 in Mannheim.“

**Frau Klose:** „Prima, Herr Zorn. Ich habe nun Ihre Kundendaten vor mir. Es handelt sich also um den Kaffee-Vollautomaten „Espresso-Mato 228“, den Sie im vergangenen Jahr bei uns gekauft haben?“

**Fritz Zorn:** „Ja, genau. Und nun ist er schon kaputt! Eine Katastrophe! In zwei Stunden kommen meine ersten Gäste und ohne Kaffeemaschine brauche ich meinen Laden gar nicht erst zu öffnen!“

**Frau Klose:** „Oh, Herr Zorn. Das wird auf keinen Fall passieren. Wir werden eine Lösung finden, damit Sie Ihren Kunden heute wie gewohnt Kaffee anbieten können.“

**Fritz Zorn:** „Aber sicher. Schicken Sie mir einfach sofort einen Fahrer mit einem neuen Gerät vorbei!“

**Frau Klose:** „Es tut mir leid, dass Sie mit dem Gerät gerade so viel Ärger haben. Da die Maschine auch erst ein Jahr alt ist, haben Sie tatsächlich auch noch Gewährleistungsansprüche. Aus diesem Grunde werde ich Ihnen sofort ein Ersatzgerät vorbeibringen lassen. Es wird spätestens in einer Stunde bei Ihnen sein. Ihre Maschine nimmt der Fahrer mit und wir werden Sie zum Hersteller bringen lassen, damit dort überprüft wird, was an dem Gerät defekt ist. Dann kommt es auf den Fehler an, ob Sie ein neues Gerät bekommen oder ob nur etwas ausgetauscht oder repariert werden muss, damit wieder alles funktioniert. Damit der Fehler schneller gefunden wird, bitte ich Sie mir genau zu beschreiben, was an der Maschine nicht funktioniert ...“ [...]



©milanmarkovic78-fotolia.com

## Arbeitsaufträge

1. Sie haben Ihre Kolleginnen und Kollegen beim Führen der Kundengespräche beobachtet.
  - a) Notieren Sie sich Merkmale der jeweiligen Gesprächsarten und die Anforderungen, die diese Gespräche für Ihre Kolleginnen und Kollegen mit sich bringen.

Gesprächsart	Merkmale	Anforderungen
Informations- und Beratungsgespräch	Kunde wünscht Information bzw. Beratung.	v. a. Fachkenntnisse, Kenntnisse aus dem Bereich Kommunikation und Gesprächsführung, personale Kompetenzen
Beschwerdegespräch	Kunde beschwert sich.	v. a. Kenntnisse aus dem Bereich Kommunikation und Gesprächsführung, personale und soziale Kompetenzen
Reklamationsgespräch	Die Kundenbeschwerde berührt eine rechtliche Regelung.	v. a. Kenntnisse über rechtliche Regelungen, aus dem Bereich Kommunikation und Gesprächsführung, soziale und personale Kompetenzen

- b) Gestalten Sie auf Grundlage Ihrer Notizen und der Information zum Advance Organizer einen solchen mit dem Titel „Gesprächssituationen gestalten“, der Ihnen helfen soll, einen Überblick über die Ausbildungsinhalte dieses Ausbildungsabschnittes zu erhalten.

### Information zum „Advance Organizer“

Ziel eines Advance Organizers ist es, eine Übersicht über ein Thema zu geben und das längerfristige Behalten von Informationen zu fördern.

Er präsentiert die Inhalte im sachlogischen Zusammenhang, ohne auf Details einzugehen und verknüpft schon vorhandenes Vorwissen mit den neuen Inhalten.

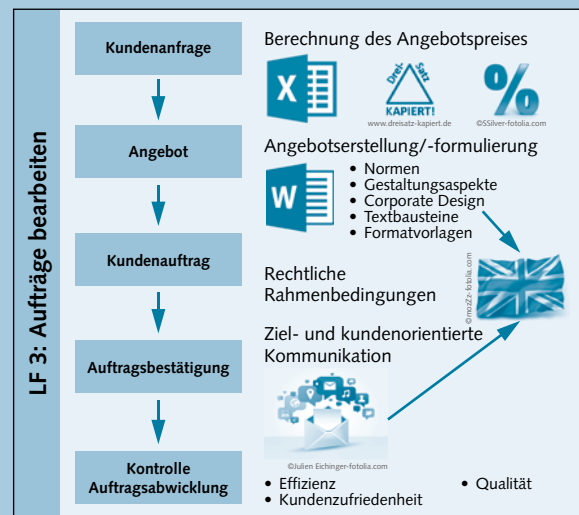
Diese Übersicht soll deshalb zum Thema passende Begriffe, Grafiken, Bilder und Strukturelemente enthalten.

Die Übersicht kann digital auf einer Präsentationsfolie oder als Plakat erstellt werden.

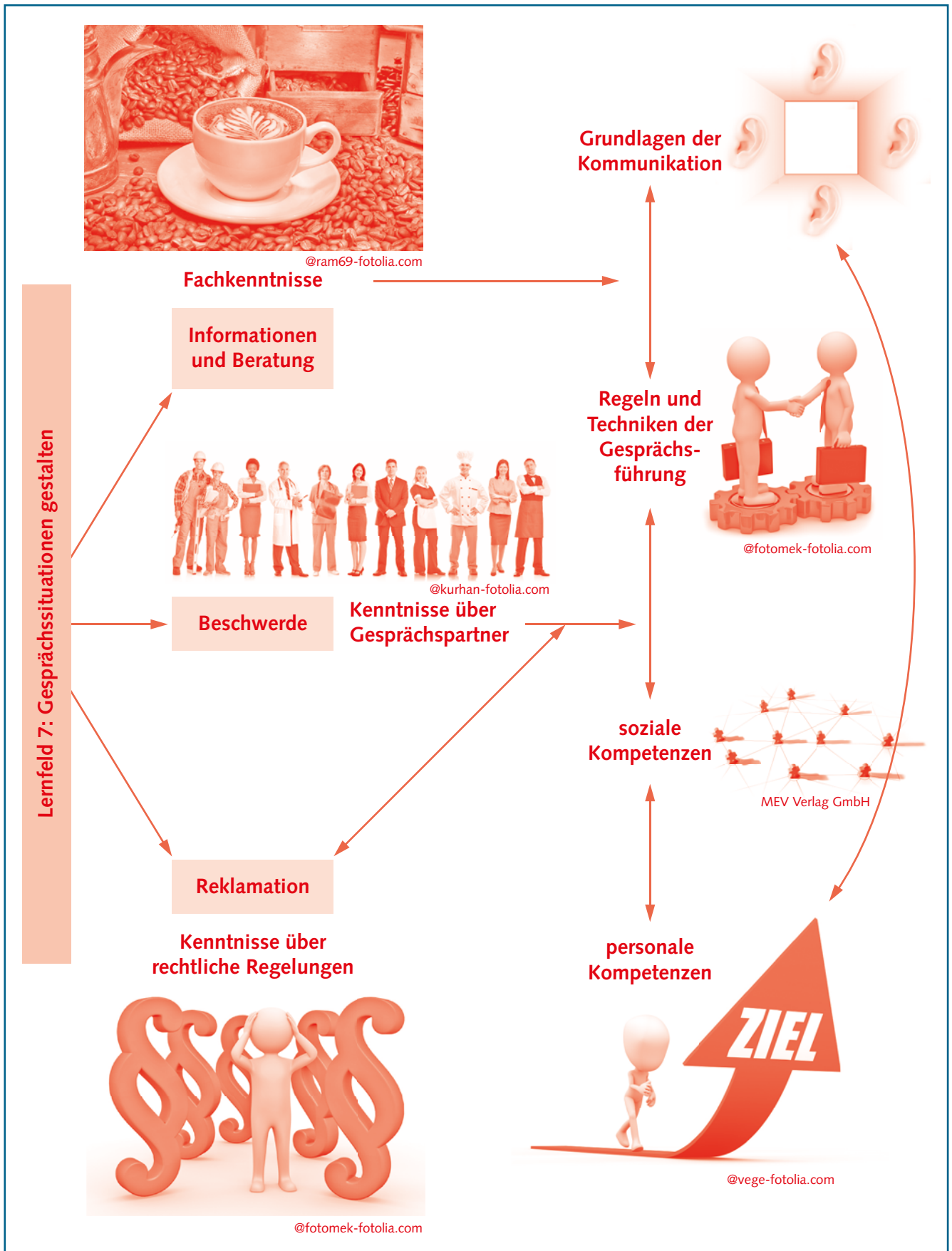
#### Vorgehensweise der Erstellung:

1. Sammeln von Schlüsselwörtern und (Fach-)Begriffen und ggf. clustern.
2. Finden von Bildern, Symbolen und sonstigen Gestaltungselementen, die zu den Schlüsselwörtern und Begriffen passen.
3. Darstellung der Zusammenhänge zwischen den Themen/Begriffen.

Die Präsentation des Advance Organizers sollte je nach Thema nicht mehr als fünf bis zehn Minuten dauern.



Lösungsaspekte, z. B.:



2. Präsentieren Sie Ihren Advance Organizer vor Ihren Kolleginnen und Kollegen.



## Lernsituation 2:

### Geeignete Kommunikationsmöglichkeiten auswählen und ein Informations- und Beratungsgespräch organisieren

Die FanGusto GmbH verkauft als Kaffeerösterei ihre Produkte auf unterschiedlichen Wegen: Neben der Kaffeerösterei gibt es ein kleines Ladengeschäft, in dem die Kunden in gemütlicher Atmosphäre Kaffee verkosten und die Produkte kaufen können. Den größten Umsatz macht die FanGusto GmbH aber mit der Belieferung von Groß- und Einzelhandelsunternehmen sowie Hotels und Restaurants.

Die FanGusto GmbH hat vor Kurzem ihr Sortiment erweitert. Zum einen werden nun sogenannte Espresso-Siebträgermaschinen angeboten und zum anderen haben sowohl Privat- als auch Geschäftskunden die Möglichkeit, an Barista-Seminaren teilzunehmen.

Im aktuellen Katalog, der vor zwei Monaten an die Kunden der FanGusto GmbH verschickt wurde, wurde auf die neuen Angebote hingewiesen. Dennoch gibt es bislang kaum Bestellungen bzw. Anfragen hierzu.

Beim heutigen Treffen der Verkaufsabteilung macht man sich deshalb Gedanken, welche Maßnahmen man ergreifen sollte, damit die Kunden sich für die neuen Produkte bzw. Dienstleistungen interessieren. Die Vermutung liegt nahe, dass die Kunden zu wenig hierüber wissen. Die Verkaufsleiterin Melanie Rath kommt deshalb zu folgendem Entschluss: „Die neuen Angebote müssen den Kunden in Informations- und Beratungsgesprächen genauer vorgestellt werden. Wir müssen dabei beachten, dass sowohl die Privatkunden, die im Ladengeschäft einkaufen, als auch die Geschäftskunden angesprochen werden. Bitte machen Sie sich alle bis zu unserem nächsten Treffen Gedanken darüber, wie hierbei vorgegangen werden soll.“



©auremar-fotolia.com

## Arbeitsaufträge

1. Erstellen Sie für das nächste Treffen zusammen mit einer/einem weiteren Auszubildenden eine Übersicht, aus der hervorgeht:
  - ➔ welche Kommunikationsmöglichkeit für die jeweiligen Kundengruppen gewählt werden sollte,
  - ➔ wie Sie Ihre Entscheidung begründen,
  - ➔ inwiefern rechtliche oder betriebliche Regelungen berücksichtigt werden müssen.

Hilfreich hierbei sind Informationen aus dem Informationsband über die grundsätzlichen Kommunikationsmöglichkeiten bei Informations- und Beratungsgesprächen, der Auszug aus dem Qualitätsmanagementhandbuch und den Gesetzestexten.

### Auszug aus dem Qualitätsmanagementhandbuch:

#### 6.2.1 Information und Beratung von Geschäftskunden

Generell bevorzugen wir es, die Geschäftskunden in unser Haus einzuladen. Folgende Vorteile sollten dem Kunden in diesem Zusammenhang genannt werden:

- Es stehen in unserem Hause alle Produkte zur Vorstellung und Verkostung zur Verfügung.
- Die Kaffees können dank unserer Ausrüstung immer frisch gemahlen und zubereitet werden.

Möchte der Kunde, dass wir ihn besuchen, ist das auch möglich. Zuvor muss geklärt werden: Besitzt der Kunde die für die Beratung notwendige Ausstattung, wie z. B. einen Kaffee-Vollautomaten, bzw. welches Equipment muss von uns mitgebracht werden.

Videokonferenzen sind nur auf ausdrücklichen Wunsch des Kunden durchzuführen.

Je nach Anlass kann es notwendig sein, die Kunden telefonisch zu kontaktieren, um mit ihnen einen Gesprächstermin vor Ort zu vereinbaren. Hierbei sind in jedem Fall die rechtlichen Regelungen zu beachten.

**Auszug aus dem UWG**

**§ 7 Unzumutbare Belästigungen**

- (1) Eine geschäftliche Handlung, durch die ein Marktteilnehmer in unzumutbarer Weise belästigt wird, ist unzulässig. Dies gilt insbesondere für Werbung, obwohl erkennbar ist, dass der angesprochene Marktteilnehmer diese Werbung nicht wünscht.
- (2) Eine unzumutbare Belästigung ist stets anzunehmen
  - 1. bei Werbung mit einem Telefonanruf gegenüber einem Verbraucher ohne dessen vorherige ausdrückliche Einwilligung oder gegenüber einem sonstigen Marktteilnehmer ohne dessen zumindest mutmaßliche Einwilligung, [...]

Kunden- gruppe	Kommunikations- möglichkeit	Erläuterung/ Begründung	Sonstiges (z. B. betriebliche oder rechtliche Regelungen)
Privat- kunden	Gespräch in den Verkaufsräumen	Die Kunden kaufen im Ladengeschäft ihren Kaffee. In diesem Zusammenhang können sie auf die neuen Angebote aufmerksam gemacht werden. Die neuen Maschinen können ihnen gezeigt und vorgeführt werden. V. a. wenn der Kunde sich für den Kauf einer Maschine entscheidet, können ihm noch die Seminare vorgestellt werden.	

Kunden- gruppe	Kommunikations- möglichkeit	Erläuterung/ Begründung	Sonstiges (z. B. betriebliche oder rechtliche Regelungen)
Geschäfts- kunden	Einladung zu einem Informations- und Beratungs- gespräch per Telefon	Falls die Kunden telefonisch ihre Ware bestellen, kann in diesem Zusammenhang die Einladung zum Gespräch erfolgen. Kunden, die schriftlich ihre Ware bestellen, können von uns per Telefon kontaktiert und zu einem Gespräch eingeladen werden. Ist der Kunde nicht an einem Informationsgespräch über die neuen Kaffeemaschinen interessiert, so kann eine Information und Beratung zu den Barista-Seminaren am Telefon stattfinden. .	Wenn es sich um eine bestehende Geschäfts- beziehung im Hinblick auf unsere Kaffee- produkte handelt, so ist von einer mut- maßlichen Einwilligung des Geschäftskunden auszugehen und er darf telefonisch kontaktiert werden.
Geschäfts- kunden	Durchführung des Gesprächs in unseren Geschäftsräumen	Das Gespräch über unser neues Angebot sollte möglichst nicht am Telefon stattfinden (Ausnahme: s.o.).	Im QM-Handbuch wird ausdrücklich darauf hingewiesen, dass nach Möglichkeit Verkaufsgespräche in unseren Geschäfts- räumen stattfinden sollen.



2. Frau Rath hat den ersten Termin mit Marcus Schulze, Inhaber des Hotels „Sonnenblick“, in den Geschäftsräumen der FanGusto GmbH vereinbart. Sie überlässt Ihnen und einer/einem weiteren Auszubildenden die organisatorischen Vorbereitungen auf das Gespräch. Erstellen Sie unter Zuhilfenahme der Unterlagen, die Ihnen Frau Rath zur Verfügung gestellt hat, eine detaillierte Ablaufplanung für die Organisation und Vorbereitung auf das Gespräch.

**Auszug aus dem Kundenstammblatt**

**Kundenstammblatt**

**Allgemeines**

Kunden-Nr.
Kunden-Name
Straße
PLZ
Ort
Kontaktperson
Bank
BIC
IBAN

2000-0045
Hotel „Sonnenblick“
Hauptstr. 1
69207
Sandhausen
Marcus Schulze
Stadtbank Sandhausen
SOLADES2HDS
DE67 3500 3013 5792 4032 00

**Kommunikation**

Vorwahl
Rufnummer
Fax
E-Mail

06224
365877-0
365877-10
einkauf@sonnenblick-sandhausen.de

**Informationen**

bevorzugte Produkte
---------------------

FanGusto dolce, ganze Bohnen
FanGusto entkoffeiniert, ganze Bohnen

Gesprächsnotiz

<b>Gesprächsnotiz</b>								
<b>Datum</b> 14.05.20xx	<b>Uhrzeit</b> 10:15							
<b>Name des Unternehmens</b> Hotel „Sonnenblick“	<b>Gesprächspartner</b> Marcus Schulze							
<b>Straße</b> Hauptstr. 1	<b>PLZ, Ort</b> 69207 Sandhausen							
<b>Telefon</b> s. Kundenstammblatt	<b>Telefax</b> s. Kundenstammblatt	<b>E-Mail</b> s. Kundenstammblatt						
<p><b>Mit der Bitte um</b></p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td><input type="checkbox"/> Kenntnisnahme</td> <td><input type="checkbox"/> Rückruf</td> </tr> <tr> <td><input checked="" type="checkbox"/> Bearbeitung</td> <td><input type="checkbox"/> Bestätigung</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Angebot</td> <td><input type="checkbox"/> _____</td> </tr> </table>			<input type="checkbox"/> Kenntnisnahme	<input type="checkbox"/> Rückruf	<input checked="" type="checkbox"/> Bearbeitung	<input type="checkbox"/> Bestätigung	<input type="checkbox"/> Angebot	<input type="checkbox"/> _____
<input type="checkbox"/> Kenntnisnahme	<input type="checkbox"/> Rückruf							
<input checked="" type="checkbox"/> Bearbeitung	<input type="checkbox"/> Bestätigung							
<input type="checkbox"/> Angebot	<input type="checkbox"/> _____							
<p><b>Notizen zum Gespräch:</b> Interesse an neuer leistungsfähiger „Profi“-Kaffeemaschine besteht</p>								
<p>Termin für Beratungsgespräch bei uns im Haus: 28.05., 11:00 Uhr (geplante Dauer: max. 1 1/2 Std.)</p>								
<p>Gäste: Herr Schulze, Frau Koch (Restaurantleiterin)</p>								
<b>Gespräch entgegengenommen von</b> Melanie Rath	<b>Telefonnotiz weiterleiten an</b> Azubis im Verkauf							
<b>Ort, Datum</b> Heidelberg, 14.05.20xx	<b>Unterschrift</b> <i>M. Rath</i>							

**Auszug aus Raumbuchungssystem**

Raumbelegungsplan																							
28.05.	Uhrzeit																						
Raum	08:00	08:30	09:00	09:30	10:00	10:30	11:00	11:30	12:00	12:30	13:00	13:30	14:00	14:30	15:00	15:30	16:00	16:30	17:00	17:30	18:00	18:30	19:30
R01	■	■	■	■	■	■						■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
R02			■	■	■	■	■	■	■	■													
R03									■	■	■	■	■	■	■								
R04	■	■	■	■										■	■	■	■	■					
R05			■	■	■	■	■																
R06	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■								

**Kurzinformationen zu den Espresso-Siebträgermaschinen**

**Profi-Cappuccissimo**

- 2 Brühgruppen
- 7 frei programmierbare Produkttasten je Brühgruppe
- vollautomatische Milchaufschäumung möglich
- Leistung: ca. 360 Tassen/Stunde
- Festwasseranschluss und -abfluss
- leichte Reinigung
- trendiges Design

Preis: 4.450 EUR

**Premium-Cappuccissimo**

- 1 Brühgruppe
- 4 Produktwahltasten
- empfohlene Tagesleistung: 120 Tassen
- leichte Reinigung auch der Milchschaumdüse
- Festwasseranschluss möglich
- Farbe: Edelstahl

Preis: 2.450 EUR

**Piccolo-Cappuccissimo**

- 1 Brühgruppe
- leichte Reinigung auch der Milchschaumdüse
- Wassertank mit ca. 2,8 l Fassungsvermögen
- kurze Aufheizphase
- Farbe: Edelstahl

Preis: 1.370 EUR

**Allgemeine Information zu Siebträgermaschinen**

Siebträgermaschinen funktionieren mit einem abnehmbaren Siebträger, der mit Kaffeemehl gefüllt wird. Besitzt die Maschine keine integrierte Kaffeemühle, so muss sie durch eine separate Mühle ergänzt werden, wenn der Kaffee frisch gemahlen werden soll. Bei den Siebträgermaschinen kann der Bediener viele Faktoren beeinflussen, die für die Qualität des Ergebnisses von großer Bedeutung sind: z. B. die Menge und Stärke der Kompression des Kaffeemehls im Siebträger und die Dauer der Brühzeit. Mit einiger Übung gelingt es, den Ablauf des Brühvorganges optimal auf die Qualität des verwendeten Kaffees auszurichten und ein deutlich besseres Ergebnis zu erreichen als mit einem Vollautomaten.

**Lösungsaspekte**

Ablaufplan	1. AT <sup>1</sup>	2. AT	3. AT	4. AT	5. AT	6. AT	7. AT	8. AT	9. AT	10. AT
Raum reservieren	■									
Siebträgermaschine reservieren	■									
Catering buchen						■				
Unterlagen vorbereiten								■		
Raum vorbereiten										■

<sup>1</sup>AT = Arbeitstag

Genauere Details zu den Vorbereitungsmaßnahmen:

- ➔ Folgender Raum ist reserviert: R04
  - ➔ Folgende Siebträgermaschinen sind reserviert: Profi- und Premium-Cappuccissimo
  - ➔ Bereitstellung der Kaffees, die der Kunde bei uns bestellt, und evtl. weiterer Sorten sowie Milch zum Aufschäumen und Zucker, Kaffeeservice, Gebäck
  - ➔ Unterlagen, die bereit liegen: Informationsbroschüren zu den beiden Kaffeemaschinen, Kaufvertragsformular
  - ➔ Raumausstattung: Eindecken des Tisches, Aufstellen und Anschließen der Kaffeemaschinen, jahreszeitliche Blumendekoration
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
-