

Wirtschaftswissenschaftliche Bücherei für Schule und Praxis

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

Verfasser:

Hartmut Hug, Dipl.-Hdl.

Sabine Knauer

Martina Lennartz, Dipl.-Math. oec.

Dr. Hermann Speth, Dipl.-Hdl.

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.

Die Merkur Verlag Rinteln Hutkap GmbH & Co. KG behält sich eine Nutzung ihrer Inhalte für kommerzielles Text- und Data Mining (TDM) im Sinne von § 44b UrhG ausdrücklich vor. Für den Erwerb einer entsprechenden Nutzungserlaubnis wenden Sie sich bitte an copyright@merkur-verlag.de.

Coverbild (Mitte): © Maksim Smeljov - Fotolia.com
(links): © arsdigital - Fotolia.com
(rechts): © XtravaganT - Fotolia.com
(Struktur): © mariegold_88 - Fotolia.com

* * * *

4. Auflage 2022

© 2014 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

Merkur-Nr. 0671-04

ISBN 978-3-8120-0671-2

Vorwort

Das **Lernbuch „Büromanagement 1“** ist der erste Teil einer dreibändigen Buchreihe für den Ausbildungsberuf **„Kaufmann/Kauffrau für Büromanagement“**. Das Lernbuch konzentriert sich auf die Lernfelder des ersten Ausbildungsjahres:

- LF 1:** Die eigene Rolle im Betrieb mitgestalten und den Betrieb präsentieren
- LF 2:** Büroprozesse gestalten und Arbeitsvorgänge organisieren
- LF 3:** Aufträge bearbeiten
- LF 4:** Sachgüter und Dienstleistungen beschaffen und Verträge schließen

Die Lernfelder 5 bis 8 (2. Ausbildungsjahr) werden durch das **Merkurbuch 0672**, die Lernfelder 9 bis 13 (3. Ausbildungsjahr) durch das **Merkurbuch 0673** abgedeckt.

Für die Arbeit mit dem Buch möchten wir auf Folgendes hinweisen:

- Im Vordergrund steht das Ziel, die Auszubildenden zu befähigen, auf der Grundlage fachlichen Wissens und Könnens Aufgaben und Probleme **zielorientiert, sachgerecht, methodengeleitet** und **selbstständig** zu lösen und das Ergebnis zu beurteilen.
- Das Buch eignet sich ideal als **Informationsspool** für die Erarbeitung von Lernsituationen, zur systematischen Wiederholung und zur eigenverantwortlichen Nachbearbeitung.
- Durch das **integrierte Kompetenztraining** werden neben der Fachkompetenz auch die Selbst- und die Sozialkompetenzen eingeübt.
- Der Einsatz von Programmen zur **Textverarbeitung** und zur **Tabellenkalkulation** sowie der Erwerb von **Fremdsprachenkompetenz** ist integraler Bestandteil der Lernfelder. Im Buch wird diese Integration im Rahmen des Kompetenztrainings berücksichtigt, gekennzeichnet durch die folgenden Symbole:



- Zur **systematischen Erarbeitung der Grundlagen von WORD, EXCEL und Englisch** stehen weitere lernfeldorientierte Schulbücher bereit:

Erfolgreiches Büromanagement mit...

WORD 2021/365

Merkurbuch 0819

oder

WORD 2019

Merkurbuch 0816

oder

WORD 2016

Merkurbuch 0812

EXCEL 2021/365

Merkurbuch 0820

oder

EXCEL 2019


Merkurbuch 0817

oder

EXCEL 2016

Merkurbuch 0813

Business Class
Merkurbuch 0855

- Zentrales Ziel von Berufsschule ist es, die Entwicklung umfassender **Handlungskompetenz** zu fördern. Das vorliegende Lernbuch wird deshalb durch das **Arbeitsheft „Lernsituationen Büromanagement 1“ (Merkurbuch 1671)** ergänzt. Lernbuch und Arbeitsheft sind aufeinander abgestimmt. Im Lernbuch wird im Inhaltsverzeichnis und am Seitenrand durch das nebenstehende Symbol gekennzeichnet, bei welchen Unterrichtsthemen auf geeignete Lernsituationen aus dem Arbeitsheft zurückgegriffen werden kann. Es ist daher ideal, wenn Lernbuch und Arbeitsheft gemeinsam im Unterricht eingesetzt werden.
- 
- Durch die **Verzahnung der Unterrichtsmaterialien** werden der Erwerb themenübergreifender Kompetenzen und die Ausarbeitung der didaktischen Jahresplanung einerseits vereinfacht; durch die **relative Selbstständigkeit** der einzelnen Materialien wird andererseits der pädagogische und schulorganisatorische Freiraum gewährleistet, der für die erfolgreiche Umsetzung des Rahmenlehrplans unseres Erachtens notwendig ist.
 - Um die **Büroprozesse** in **Lernfeld 2** didaktisch verständlich und sachlogisch folgerichtig darstellen zu können, werden die dem Lernfeld 3 zugeordneten bürowirtschaftlichen Lerninhalte (büroübliche Applikationen, Kommunikationssysteme) bereits in Lernfeld 2 behandelt.
 - Die **Grundlagen des Kaufvertragsrechts** werden zu Beginn von **Lernfeld 3** dargestellt, da sie unbedingte Voraussetzung dafür sind, Kundenaufträge rechtssicher zu bearbeiten. Ausgehend von diesen rechtlichen Grundlagen werden die **Teilprozesse der Auftragsbearbeitung** – von der Kundenanfrage bis hin zur Kontrolle des Zahlungseingangs – vorgestellt.

Wir wünschen Ihnen einen guten Lehr- und Lernerfolg!

Die Verfasser

Vorwort zur 4. Auflage

Im Rahmen der Überarbeitung wurden wichtige Aktualisierungen vorgenommen (z. B. Betriebsverfassungsgesetz, DIN 5008:2020, neuer Sachmangelbegriff, Verbrauchsgüterkaufrecht) und technische Neuerungen (z. B. im IT-Bereich) berücksichtigt.

Wir wünschen Ihnen einen guten Lehr- und Lernerfolg!

Die Verfasser

Aufgabe:

Notieren Sie, welche Handlungen Kevin Schneider rechtswirksam vornehmen konnte, welche nicht!

9. Prokurist Eric Fix der Gerald Lothar KG überträgt der neuen Leiterin des Verkaufs die allgemeine Handlungsvollmacht.

Aufgaben:

- 9.1 Begründen Sie, ob der Prokurist Eric Fix gesetzlich hierzu berechtigt ist!
- 9.2 Recherchieren Sie, ob der Komplementär Gerald Lothar, der mit dieser Ernennung nicht einverstanden ist, diese Ernennung mit sofortiger Wirkung widerrufen kann!



LS 11

4 Grundlagen der Präsentation

4.1 Ziel



Eine Präsentation ist eine Möglichkeit, anderen Personen bestimmte Inhalte (beispielsweise Ergebnisse eines Projekts oder gesammelte und aufbereitete Informationen zu einem Betrieb) vorzustellen.

4.2 Vorbereitung

(1) Erwartungshaltung des Publikums berücksichtigen

Die Vorbereitung einer Präsentation ist von sehr großer Bedeutung. Es geht nicht darum, sein eigenes Fachwissen darzustellen, sondern auf die Erwartungen des Publikums einzugehen.

Als Vortragender muss man die spezifische Erwartungshaltung der Zuhörerschaft erkunden. Eine effektive Teilnehmeranalyse gelingt am besten über die **SIE-Analyse**. Sie richtet sich auf die:



- Situation der Zuhörer,
- Interessen der Zuhörer,
- Einstellungen der Zuhörer.

Je stärker der Vortragende auf die Zuhörerschaft eingeht, umso wahrscheinlicher erreicht seine Botschaft die Teilnehmer.

Die Präsentation sollte auf den fachlichen Hintergrund der Zuhörer zugeschnitten sein und ihren Erwartungen in Bezug auf Umfang und Details entsprechen. Dadurch wird erreicht, dass die Zuhörer dem Referenten aufmerksam folgen können und sich weder langweilen noch den „roten Faden“ verlieren.

(2) Wichtige Voraussetzungen klären

Bevor man anfängt, die Präsentation schriftlich auszuarbeiten, sollten die folgenden Punkte geklärt werden:

- Welches Thema soll präsentiert werden?
- Vor welchen Personen wird die Präsentation durchgeführt (Alter, Vorkenntnisse und Erwartungen der Zuhörer und Veranstalter)?
- Aus wie vielen Teilnehmern besteht das Publikum?
- Welchen Nutzen sollen die Zuhörer von der Präsentation haben?
- Wie viel Zeit ist für die Präsentation vorgesehen?
- Welche technischen Hilfsmittel stehen vor Ort zur Verfügung?
- Falls es mehrere Präsentationen gibt: Welche Themen gehen voraus und welche folgen?
- Wünscht der Veranstalter vorab schriftliche Präsentationsunterlagen?

(3) Ziele und Termine setzen

Zu einer guten Vorbereitung gehört auch, sich der Ziele, die durch die Präsentation verfolgt werden sollen, genau bewusst zu werden. Die Ziele sind im Vorfeld schriftlich festzuhalten. Ohne die **Festlegung der Ziele** ist ein logischer Aufbau der Präsentation mit einer überzeugenden Argumentationskette nicht möglich. Die formulierten Ziele müssen **realistisch**, d. h. in dem zur Verfügung stehenden Zeitraum zu verwirklichen sein.

Um die Ziele termingerecht zu realisieren, muss ein **Arbeits- und Zeitplan** erstellt werden. Die einzelnen Arbeitsschritte werden darin zerlegt, chronologisch (zeitlich) geordnet und terminiert.

Beispiel:

Arbeits- und Zeitplan			
Aufgabenstellung:			
Ziel:			
Planung von Lösungsschritten			
Was ist zu tun?	Von bzw. bei wem?	Bis wann?	✓
Informationen zur „Firmengeschichte“ und „unternehmensbezogenen Datenfeldern“ sammeln, auswerten, ...	Geschäftsleitung, Bereichsleitungen, Firmenbroschüre, ...		
.	.	.	
.	.	.	

Anschließend werden die erforderlichen Informationen für die Präsentation beschafft¹ und logisch strukturiert.

¹ Zur Informationsbeschaffung siehe Kompetenztraining 4, Nr. 1, S. 27f.

(4) Ablauf der Präsentation planen

Einstieg	<ul style="list-style-type: none"> ■ Der Einstieg sollte gut geplant und geübt werden, da der erste Eindruck oft darüber entscheidet, ob beim Publikum Interesse oder Ablehnung erzeugt wird. ■ Der Einstieg besteht aus einer Begrüßung der Zuhörer, einer Vorstellung der eigenen Person und aller anderen an der Präsentation beteiligten, dem Grund der Präsentation und einer Ablaufübersicht mit behandelten Themen, Zeitabschnitten, Frage- oder Diskussionsteil und geplanten Pausen.
Hauptteil	<ul style="list-style-type: none"> ■ Im Hauptteil der Präsentation werden alle gesetzten Ziele inhaltlich abgearbeitet. ■ Die Ziele werden durch Aussagen und Behauptungen, durch aufschlussreiche Diagramme, Argumente, Lösungsvorschläge oder Schlussfolgerungen belegt oder bewiesen.
Abschluss	<ul style="list-style-type: none"> ■ Die Präsentation kann durch eine Zusammenfassung, einen Ausblick, eine offene Frage, ein Zitat oder eine Anekdote beendet werden. ■ Da den Zuhörern der Schluss des Vortrags am besten im Gedächtnis bleibt, sollte man den Schluss gut nutzen. Man kann nochmals seine wichtigsten Aussagen kurz wiederholen und einen Appell (Aufruf) an das Publikum richten. ■ Am Ende bedankt man sich beim Publikum für die geschenkte Aufmerksamkeit.

4.3 Grundlegende Präsentationsregeln

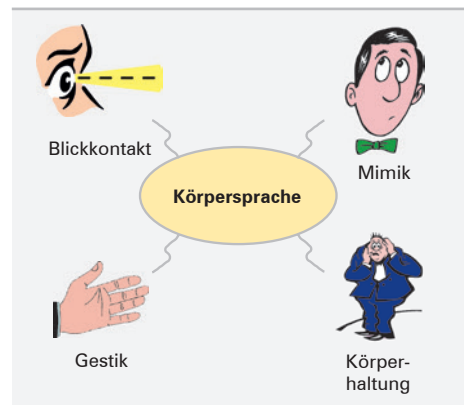
Das Gelingen einer Präsentation hängt sehr stark davon ab, welchen Eindruck der Redner beim Publikum hinterlässt. Das heißt, auch eine fachlich und inhaltlich sehr gute Präsentation erzielt die optimale Wirkung auf die Zuhörer erst in Verbindung mit geschickt eingesetzten rhetorischen und körpersprachlichen Mitteln.

(1) Körpersprache einsetzen

Die Körpersprache ist die **Sprache „ohne Worte“**. Sie erfolgt normalerweise unbewusst, unwillkürlich und unbeabsichtigt. Die Körpersprache trifft Aussagen, vermittelt Botschaften.

Zur Körpersprache gehören

- Blickkontakt,
- Mimik,
- Gestik,
- Körperhaltung.



■ Blickkontakt



Der direkte Blickkontakt ist eines der wichtigsten Mittel, um Verbindung zum Publikum aufzunehmen und zu halten. Ein Blick kann ruhig, freundlich, ablehnend, gelangweilt usw. sein.

Zuhörer, die während einer Präsentation selten oder gar nicht angeschaut werden, sind oft unaufmerksamer, weil sie sich vom Redner nicht beachtet und angesprochen fühlen.

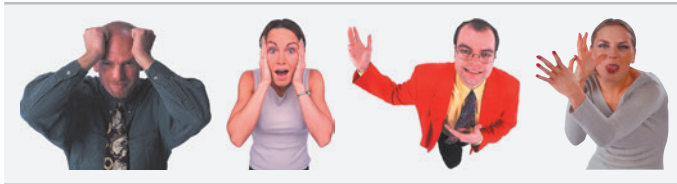
■ Mimik

Unter Mimik versteht man den Gesichtsausdruck, d.h. das Mienen- und Gebärdenspiel des menschlichen Gesichts.

Mimik spielt sich zwischen der Stirn und dem Kinn ab. Sie ist die Bewegung des Gesichts. Das Gesagte wird unbewusst oder bewusst durch Mimik unterstrichen. Bei der Präsentation sollte keine einstudierte, starre Mimik eingesetzt werden. Eine positive Wirkung auf das Publikum hat eine natürliche, abwechslungsreiche Mimik: Der Gesichtsausdruck ist mal interessiert, mal überrascht, mal lächelnd usw.



■ Gestik



Unter Gestik versteht man die Ausdruckbewegungen des Körpers, insbesondere von Kopf, Arm, Hand und den Fingern.

Gesten verstärken das Gesagte und sollten mit diesem übereinstimmen. Setzt man sie während der gesamten Präsentation auf die gleiche Weise ein, lässt die Wirkung auf das Publikum nach. Die Körperhaltung (sitzen, stehen,...) wirkt sich auf die Gestik und ihre Wirkung aus.

■ Körperhaltung

Auch die Körperhaltung, d.h. die Bewegung des Kopfes, des Oberkörpers und der Beine, vermittelt deutliche Signale.

Für die Präsentation sollte eine offene und sichere Körperhaltung angenommen werden. Beim Sprechen wendet man sich dem Publikum zu und nimmt eine lockere, möglichst natürliche Haltung an, ohne die Arme und Beine zu verschränken. Hektisches Hin- und Herlaufen und Herumzappeln lenkt die Zuhörer vom Vortrag ab.



Bei einer Präsentation ist es üblich zu stehen.

2.2.1.2 Methoden des Zeitmanagements

(1) Bedeutung des Zeitmanagements

Zeit ist kostbar – jede freie Minute zählt: der Feierabend, die Wochenenden und jeder Urlaubstag. Während der Arbeit ist Zeit ebenfalls wertvoll – nicht nur als Kostenfaktor, sondern auch als unwiederbringliche Lebenszeit, die sinnvoll genutzt werden sollte – z. B. als Etappe zu weiteren beruflichen und privaten Lebenszielen.



Was tun, wenn die Liste der Aufgaben länger ist als der Arbeitstag? Wenn Unerledigtes sich aufhäuft und zu einem Gefühl von Stress führt, wenn Vorgesetzte und Ausbilder Termine anmahnen, wenn Kollegen und Kolleginnen ein zu starkes Kommunikationsbedürfnis haben?

Der Schlüssel liegt in einem effizienten **Zeitmanagement**. Hier helfen einige nützliche **Methoden**, die schon oft erfolgreich praktiziert wurden.

(2) ABC-Analyse¹

Die Grundlage der ABC-Analyse bildet eine **To-do-Liste**, in der alle zu erledigenden Aufgaben aufgeführt werden. Danach werden die Aufgaben nach unterschiedlichen **Prioritäten** eingeteilt:

A

die wichtigsten Aufgaben, die man selbst erledigen will und muss

B

Aufgaben, die zwar wichtig sind, die man aber auch an einen anderen übertragen kann

C

weniger wichtige Aufgaben, die man delegieren kann und/oder die auch später erledigt werden können

(3) Eisenhower-Prinzip

Differenzierter als die ABC-Analyse stellt das Eisenhower-Prinzip² in vier Feldern dar, wie Arbeiten nach **Wichtigkeit** und **Dringlichkeit** unterschieden werden sollten und damit Prioritäten zu setzen sind:

↑ Wichtigkeit	B-Aufgaben Aktion: Termine setzen, kontrollieren!	A-Aufgaben Aktion: Sofort erledigen!
	Zero³-Aufgaben Aktion: Abstellen!	C-Aufgaben Aktion: Delegieren, einschränken!
	→ Dringlichkeit →	

¹ Siehe auch S. 299 ff.

² Dwight D. Eisenhower, ehem. amerik. Präsident.

³ Zero: hier Null, Nichts.

Erläuterungen:

Auch beim Eisenhower-Prinzip bildet die To-do-Liste eine Grundlage, auf der entschieden wird, in welche Kategorie die Aufgaben eingruppiert werden.

■ **A-Aufgaben – Dringend und Wichtig**

A-Aufgaben haben absolut Vorrang. Sie verschlingen viel Energie. Bei ständigem Druck durch Alarmzustände kommt es zu Stress. Das Zeitmanagement muss so eingerichtet werden, dass möglichst wenig Energie in A-Aufgaben fließt, d. h. Krisen vorausschauend vermieden werden.

Beispiele:

Gefahr, dass ein wichtiger Auftrag wegen Termenschwierigkeiten storniert wird; Bank lehnt die Erhöhung des Kreditlimits ab.

■ **B-Aufgaben – Wichtig, aber nicht dringend**

Eine konzentrierte Arbeitsleistung wird innerhalb eines bestimmten Zeitraums gefordert. Das Ergebnis hat Konsequenzen für die berufliche Zukunft. Diese Aufgaben sollten besondere Beachtung erhalten und strategisch gelöst werden, da sie lebensbestimmend sind.

Beispiele:

Prüfungsvorbereitungen, Sozialkontakte; langfristige Arbeiten.

■ **C-Aufgaben – Dringend, aber weniger wichtig**

Dies sind oft Arbeiten, bei denen Prioritäten von anderen gesetzt werden, die aber für die eigenen Aufgaben nicht zum Ziel führen.

Beispiel:

Routinerückfragen zu Fällen, zu denen man bereits mündlich oder schriftlich Stellung bezogen hat, für deren Lösung man aber nicht verantwortlich ist.

■ **Aufgaben, die keine sind – „Zero-Aufgaben“ – Unwichtig**

Dieser Bereich umfasst die Zeitfresser und muss gemieden werden, sonst gibt es zu wenig Zeit für **A- und B-Aufgaben**.

Beispiele:

Überflüssige Tätigkeiten; Gespräche, die unnötig aufhalten; Gags; ausgiebiges „Chatten“ im Internet; Ablenkungen in jeder Form.

(4) ALPEN-Methode

Die Umsetzung erfolgt vorzugsweise in folgenden Schritten (**ALPEN-Methode**):

- A**ufgaben zusammenstellen; ähnliche Aufgaben bündeln
- L**änge der benötigten Zeit schätzen
- P**ufferzeiten einbauen (Tagesform, Unvorhergesehenes, Störungen)
- E**ntscheidungen treffen (Prioritäten setzen, siehe Eisenhower-Prinzip)
- N**achkontrolle (in Kalender – elektronisch oder in Papierform – Termine eintragen und kontrollieren, ob das Zeitraster eingehalten werden kann bzw. eingehalten worden ist)

**(5) Tages-, Wochen-, Monatsplan**

Die Voraussetzung für ein effizientes Zeitmanagement ist die Erstellung von Tages-, Wochen- und Monatsplänen. Zahlreiche Anwendungsprogramme zur Organisation dienen zur Unterstützung wie z. B. Windows-Kalender oder MS Outlook.

24 Arbeitsorganisation

Situation:

Sie arbeiten an einer wichtigen PowerPoint-Präsentation für eine Besprechung, die am nächsten Tag stattfinden soll. Zu Ihrem Team gehören noch eine Praktikantin (Informatikstudentin) und ein Auszubildender, der gerade seine Ausbildung zum Kaufmann für Büromanagement begonnen hat.

Zu dieser Besprechung müssen noch Sitzungsunterlagen zusammengestellt und der Besprechungsraum vorbereitet werden. Vor allem muss die Funktion der Computeranlage einschließlich Beamer überprüft werden. Außerdem muss noch das Blumengeschäft an die Dekoration für den Sitzungsraum erinnert werden und in einem Restaurant angerufen werden, damit die kalten Platten mit den belegten Broten rechtzeitig geliefert werden.

Aufgabe:

Sie stellen fest, dass Sie nicht alle Aufgaben allein in der vorgegebenen Zeit erledigen können. Unterbreiben Sie Vorschläge, wie Sie vorgehen können!

25 Zeiteinteilung

Stellen Sie als Kreisdiagramm dar, in welchen Anteilen von insgesamt 24 Stunden sich die Abschnitte Arbeit (einschließlich Lernen), Freizeit (Freunde, Familie, Hobbys) und Ruhepausen (Schlaf) in Ihrem Falle in der Regel (an einem normalen Alltag) darstellen!

Orientieren Sie sich bei der Auswertung des Ergebnisses an folgenden Leitfragen:

- Wie groß ist der Anteil an Ruhepausen und Schlaf?
- Entspricht diese Einteilung Ihren persönlichen Wünschen und Planungen?
- Welche Möglichkeiten der Verbesserung sehen Sie, um sich wohlfühlen und dabei Ihre langfristigen Lebensziele nicht aus den Augen zu verlieren?
- Wie beurteilen Sie diese Einteilung?



2.3 Termine planen und überwachen

LS 5

2.3.1 Planen und kommunizieren

Situation:

Die Auszubildenden der Verwaltung Ihres Ausbildungsbetriebes arbeiten an dem Projekt „Büromaterial und Umweltschutz“. Sie wollen verstärkt darauf achten, umweltfreundliche Produkte im Büro einzusetzen und eine ökologische Abfallentsorgung durchzuführen. Aus diesem Grunde wurden verschiedene Aufgaben verteilt:

Tim Frisch: Infos erstellen über Mülltrennung und Sammelstellen für Sondermüll im Betrieb

Frauke Frech: Liste erarbeiten über Büromaterial mit ökologischen Eigenschaften

Nick Nörgler: Energieexperte – entwickelt Tipps zum Energiesparen im Bereich Informationsverarbeitung und Raumklima

Aufgabe:

Stellen Sie dar, wie Sie vorgehen, wenn Sie mit den Betreffenden Termine vereinbaren, zu denen Sie eine Rückmeldung über den Stand der Arbeiten bekommen!

(1) Planungsverlauf

1. Planen

Interne oder externe Faktoren setzen einen **groben Zeitrahmen**, zu dem das Ziel erreicht werden soll. Der genaue Zeitplan und Ablauf wird mit den Betroffenen festgelegt.

2. Abstimmen

Die Betroffenen setzen sich in einem Meeting zusammen und **stimmen ab**, bis zu welchem Zeitpunkt sie ihre Aufgaben erledigt haben können. Berufsschultage, Urlaub und dergleichen müssen bei der Abstimmung für ein weiteres Treffen einbezogen werden.

Falls eine persönliche Absprache nicht möglich ist, werden technische Kommunikationsmittel genutzt, wie z.B. Telefon, E-Mail.

3. Festhalten

Der Leiter des Meetings **notiert** die vereinbarten Termine in einem Protokoll (siehe dazu Kapitel 3.3, S. 116ff.), das allen zur Genehmigung zugeschickt wird. Falls wichtige Termine telefonisch abgesprochen werden, werden diese noch einmal per E-Mail **bestätigt**.

4. Überwachen

Der Verantwortliche für das Projekt **kontrolliert** die Einhaltung der vereinbarten Termine. Er hält Kontakt zu den Betroffenen, motiviert, ermuntert, gibt ggf. Tipps und Hilfestellung, weist auf den Endtermin hin.

(2) Kommunikationsverhalten

Bei der Abstimmung von Terminen, die mit größeren Aufgaben verbunden sind, empfiehlt sich das **persönliche Gespräch** statt eines Telefongesprächs oder einer E-Mail.

Vorteile des persönlichen Gesprächs

- Die Gesprächspartner sind gemeinsam an einem Ort anwesend, dadurch ist eine Stärkung der Beziehungsebene möglich (das „Klima“ kann verbessert werden).
 - Die augenblickliche Gefühlslage des Gesprächspartners kann besser eingeschätzt werden durch Einbeziehung non-verbaler Signale¹ (Gestik, Mimik, Körperhaltung) des anderen.
 - Verbale Äußerungen können ggf. abgemildert bzw. unterstrichen werden durch non-verbale Signale (z. B. ein freundliches Lächeln).
 - Es kann eine schnelle, gemeinsame Entscheidung getroffen werden.
 - Rückfragen können sofort geklärt werden.
- (Die letzten beiden Punkte gelten auch für das Telefongespräch.)

Nachteile des persönlichen Gesprächs

- Nachträglich sind bestimmte Aussagen nicht beweisbar.
- Ausweichen des Gesprächspartners und Ablenkung vom Thema sind möglich.
- Inhalte müssen schriftlich bestätigt werden (z. B. durch Protokoll), da sie sonst vergessen werden können oder Missverständnisse nicht klar werden. Das ist vor allem bei der Übermittlung von Zahlenmaterial und technischen Daten wichtig.

Welche Kommunikationswege und -mittel eingesetzt werden, hängt von der Situation ab, Näheres vgl. Kapitel 4.2 Kommunikationswege nutzen, S. 148ff.

¹ **Verbal**: wörtlich, mit Worten; **non-verbal**: nicht durch Sprache vermittelt.

2.3.2 Terminarten

Termine sind durch örtliche und zeitliche Rahmenbedingungen gekennzeichnet.

(1) Interne und externe Termine

Termine, die innerhalb des Hauses stattfinden, sind interne Termine, Termine außer Haus hingegen extern. Bei externen Terminen sind Reisezeiten, Reiserouten und ggf. ein erhöhter Organisationsaufwand (besonders sichere Absprachen) einzukalulieren.

(2) Feste (fixe) und variable Termine

Manche Termine können frei vereinbart werden, andere stehen unumstößlich fest. Man unterscheidet bei der Terminplanung zwischen festen (fixen) und variablen Terminen.

Terminarten			
Ort		Zeit	
intern	extern	fest (fix)	variabel
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

■ Feste (fixe) Termine

Feste Termine sind Termine, die **nicht verschoben** werden können.

Diese Termine müssen sofort in den Kalender eingetragen werden, damit diese Zeitfenster „geblockt“ sind und keine anderen Termine vereinbart werden.

■ Variable Termine

Variable Termine sind Termine, bei denen es einen zeitlichen **Planungsspielraum** gibt.

Bei der Planung variabler Termine ist sicherzustellen, dass die vorgesehenen Zeiten nicht durch fixe Termine geblockt sind.

Zur Kontrolle werden verschiedene Hilfsmittel der Terminplanung eingesetzt.

Beispiele:

- Daten für wichtige Geschäftsreisen, die aus besonderem Anlass unternommen werden
- Jubiläumsfeiern (z. B. das 25-jährige Firmenjubiläum)
- Steuertermine
- Prüfungstermine
- Werbeaktionen unmittelbar vor Festtagen oder feststehenden Anlässen

Beispiele:

- Besprechungen über Angelegenheiten, die zwar wichtig, aber nicht dringend sind
- Tagungen und Konferenzen, die vom Unternehmen selbst veranstaltet werden
- Geschäftsreisen, die zeitlich nicht gebunden sind
- Werbeaktionen, die routinemäßig erfolgen und nicht auf ein Datum fixiert sind

2.3.3 Hilfsmittel zur Terminplanung und -überwachung

(1) Nicht-elektronische Medien (gedruckte Vorlagen, Papierkalender, andere nicht-elektronische Planungsinstrumente)

■ Terminkalender

Jahresübersichten bieten einen Überblick über alle Monate des Jahres. Sie sind für Auszubildende interessant, um ihre Urlaubszeiten mit den Schulferienzeiten der Berufsschule abzustimmen und um Prüfungstermine langfristig einzuplanen.



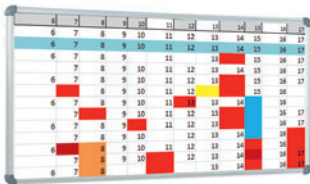
Kalender werden als **Jahres-, Monats-, Wochen- oder Tageskalender** verwendet. Je nach Aufteilung eignen sie sich für die langfristige Planung, um z.B. den Zeitraum eines ganzen Jahres auf einer Seite zu überblicken, für die mittelfristige Planung, als Monats- und Wochenplanung oder als Tagesplaner mit der Einteilung einzelner Stunden.

■ Terminmappen

Terminmappen werden meist als Ergänzung zu elektronischer Terminplanung eingesetzt. In die Terminmappen werden ausgedruckte Dokumente zu einem bestimmten Tag „auf Termin gelegt“. In Verbindung mit dem **Erinnerungsdienst des elektronischen Kalenders** werden die darin aufbewahrten Aktenteile zu dem gegebenen Zeitpunkt hervorgeholt („Wiedervorlage“) und bearbeitet. Wichtig ist, dass der elektronische Terminkalender so eingerichtet ist, dass er an die Vorgänge in der Wiedervorlagemappe pünktlich erinnert.



■ Plantafeln



Sie bieten einen schnellen Überblick über geplante Termine, sowohl kurz-, mittel- als auch langfristig. Auf sogenannten Magnet- oder Stecktafeln werden Informationen „auf Termin gesteckt“ bzw. magnetisch angeheftet. Diese Technik macht die Plantafel zu einem äußerst flexiblen und übersichtlichen Planungsmittel.

(2) Elektronische Medien (Planungssoftware, elektronische Kalender)

Für die Terminplanung und -überwachung sind **elektronische Medien** unentbehrlich geworden. In der **Unternehmenssoftware** ist die **Terminverwaltung** ein wichtiger Bestandteil, z.B. im Rechnungswesen zur Erinnerung an Zahlungstermine.

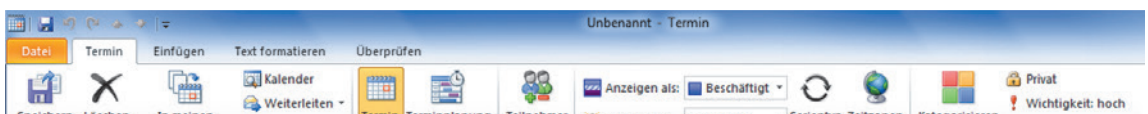
Planungssoftware wird in unterschiedlicher Form und mittels verschiedener Kommunikationsmedien genutzt: Computer, Tablet-PC, Smartphone usw. Über Vernetzungen können Termine mit mehreren Personen gleichzeitig vereinbart und in einen gemeinsamen Kalender eingetragen werden.

Elektronische Medien zur Terminplanung und -überwachung sind für kurz-, mittel- und langfristige Termine gleichermaßen geeignet und bei gewissenhafter Datenpflege sehr zuverlässig.

Sie bieten

- eine automatische Terminabstimmung mehrerer Personen,
- automatische Suche nach freien Terminen,
- automatische Erinnerung an wiederkehrende Termine,
- Textrecherche nach Stichworten,
- Verknüpfung von Terminen mit Dokumenten, Aufgaben, Adressen,
- Prioritäten können in Verbindung mit To-do-Listen gesetzt werden,
- nicht erledigte Aufgaben werden markiert und können automatisch verschoben werden.

Beispiel: Terminverwaltung mit MS Outlook – Kalender



KOMPETENZTRAINING

- 26** 1. Beschreiben Sie, welche Formen der elektronischen Terminüberwachung Sie in Ihrem Ausbildungsunternehmen für die Erledigung von Geschäftsprozessen bzw. Verwaltungsabläufen kennengelernt haben! Erläutern Sie, welchem Zweck diese Terminverwaltung dient und welche Aufgaben damit verbunden sind!
2. Zum Planen Ihres Ausbildungsverlaufs haben Sie für sich persönlich zahlreiche Termine zu verwalten (z. B. Berufsschulzeiten, Klassenarbeiten, Ausbildungsnachweise).

Aufgabe:

Erläutern Sie, welche Form der Terminverwaltung Sie bevorzugen. Begründen Sie Ihre Entscheidung!

3. **On the phone – Making an appointment in English**

Vanessa Fratelli wird zurzeit zur Kauffrau für Büromanagement ausgebildet. Während ihrer Ausbildung im Bereich Marketing und Public Relations erhält sie einen Telefonanruf einer irischen Kollegin, Debbie Morris. Debbie ist zurzeit gerade in Deutschland. Die beiden haben sich bereits einmal auf einem internationalen Meeting kennengelernt.



Jetzt geht es darum, während Debbies Aufenthalt in Deutschland einen Besuchstermin zu vereinbaren, bei dem nähere Einzelheiten einer Werbekampagne besprochen werden sollen.

Aufgabe:

Vervollständigen Sie den Dialog, indem Sie Vanessas Teil des Telefongesprächs übernehmen!

The telephone rings.

Vanessa: *Vanessa Fratelli, Marketing & Public Relations, guten Morgen!*

Debbie: *Hello, this is Debbie Morris from Dublin calling. I'm phoning about this new advertising campaign we are planning. I'm afraid time's getting rather short. It might be better to arrange a meeting while I'm still in Germany, I suppose.*

Vanessa: *[Begrüßt Debbie herzlich, sagt, dass dies wirklich eine gute Idee sei. Fragt, ob Debbie diese Woche kommen könne.]*

Debbie: *Well – I'll check my schedule. How about Thursday morning?*

Vanessa: *[Sagt, dass Donnerstag in Ordnung sei, schlägt 10:30 Uhr vor.]*

Debbie: *That'll suit me fine.*

Vanessa: *[Bestätigt noch einmal den Termin, bedankt sich für das Telefongespräch und verabschiedet sich.]*

3 Sitzungen und Besprechungen vorbereiten, durchführen und nachbereiten



LS 6

3.1 Sitzungen und Besprechungen vorbereiten

3.1.1 Organisatorische Aufgaben

Besprechungen (Meetings) werden in kleinerem Kreis (mit internen oder externen Teilnehmern) organisiert, um klar abgegrenzte Aktionen zu planen bzw. konkrete, überschaubare Ziele zu erreichen.



4.1.3 Netzwerke

4.1.3.1 Begriff Netzwerk

Ein **Netzwerk** besteht aus Computersystemen, die durch hard- und softwareunterstützte Verbindungen miteinander kommunizieren.



Netzwerke entstanden in der Informationstechnik aus Gründen der Wirtschaftlichkeit (z. B. lokale Netzwerke, LANs – Local Area Networks) und des Kommunikationsaustausches (z. B. Internet, Intranet).

Wenn Computer in einem Netz miteinander verbunden sind, können sie sich Ressourcen teilen, z. B. Programme (Betriebs- und Anwendersoftware), Peripheriegeräte (z. B. Drucker, Kopierer, Scanner) und Speicherkapazität. Dadurch können hohe **Kosten gespart** werden.

Den Vorteilen der Kostenersparnis und des Informationszuwachses standen von Anfang an auch **Risiken** gegenüber (Datenmissbrauch, unbefugte Zugriffe usw.). Aus diesem Grunde müssen Netzwerke durch einen **Netzwerkadministrator** verwaltet werden, der Zugriffsrechte vergibt und die Netzsicherheit kontrolliert.

4.1.3.2 Client-Server-Architektur

Es haben sich technisch verschiedene Arten von Computernetzwerken gebildet. Eine weitverbreitete Form ist die Client-Server-Architektur.

- **Server** sind **dienstanbietende Systeme**, die z. B. Speicherplatz, Programme und Datenbanken für andere Arbeitsplätze bereithalten.
- Die **Clients** sind die **Benutzer-Systeme** (z. B. Arbeitsplatzrechner wie PCs, Notebooks, Endgeräte verschiedener Art).



Der Client kann die **Leistungen des Servers** in vielerlei Hinsicht in Anspruch nehmen, z. B. als

File Server	Diese stellen Daten zur Verfügung.
Webserver	Diese ermöglichen Internetzugang und die Nutzung von Internetinhalten.
Terminal Server	Der Server ist für die Steuerung und Verarbeitung umfangreicher Prozesse zuständig. Er liefert die fertigen Ergebnisse an ein Terminal (die Nutzerschnittstelle).

Für den Zugriff (**Log-in**) auf den Server werden vom Administrator Berechtigungen vergeben.

Welche Vorteile bietet die Client-Server-Architektur?

- ☑ Zentrale Datenbanken, die von einem Server zur Verfügung gestellt werden, gewährleisten, dass allen Nutzern die gleichen – aktualisierten – Daten zur Verfügung stehen. Dies betrifft in hohem Maße auch ERP-Systeme.
- ☑ Anwendungsprogramme können einheitlich für ein ganzes Netzwerk bereitgestellt werden.
- ☑ Peripheriegeräte, wie z. B. Drucker, Kopierer, Scanner, können von mehreren Arbeitsplatzrechnern genutzt werden.
- ☑ Eine hohe Speicherkapazität des Servers kann von allen Clients zur zentralen Datenspeicherung und zum Datenaustausch genutzt werden.

Die Nutzung eines komplexen Computernetzwerkes erfordert ein hohes **Sicherheitsbewusstsein** seitens der Nutzer und Gewissenhaftigkeit in der **Kontrolle** durch die Administratoren.

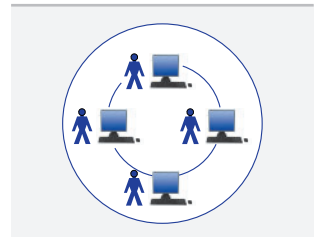
Beispiele:

- Maßnahmen zur Datensicherung und zum Datenschutz müssen getroffen und streng eingehalten werden. Die Kontrolle ist sicherzustellen.
- Zugriffsrechte müssen definiert und softwaretechnisch geregelt werden.
- Server sind durch Back-up-Server zu sichern, damit bei Ausfall eines Servers kein Schaden für die Nutzer durch Datenverlust entsteht.

4.1.3.3 Intranet – Extranet

(1) Intranet

Das Intranet verwendet die Technologie des Internets für firmeneigene Kommunikation.¹ Ein Intranet kann lokale, nationale oder weltweite Ausdehnung haben. Im Unterschied zum Internet und zum Extranet ist der Zugang auf eine **interne geschlossene Nutzergruppe** beschränkt, die auf genau definierte Bereiche des Intranets Zugriff haben darf.



Die Nutzer des Intranets müssen sich durch ein **Passwort („Log-in“)** anmelden. Zum Schutz vor unbefugten Zugriffen dienen außerdem Firewalls in Form von Hardware- und Software-Einrichtungen.

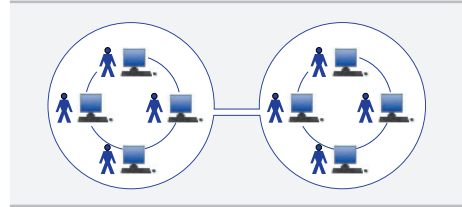
Intranets spielen für den unternehmensinternen Kommunikationsfluss eine wichtige Rolle. Anwendungen sind z. B.:

- Wissensmanagement des Unternehmens durch das Bereitstellen interner Datenbanken aller Art,
- Nutzung der Unternehmenssoftware (ERP),
- elektronische Formulare, Checklisten, Vorlagen, Bilder, Videos, Newsletter,
- Terminverwaltung, Reservierungen von Schulungs- und Besprechungsräumen.

¹ Vgl. Lernfeld 4, Kapitel 3.5, S. 323 ff.

(2) Extranet

Während das Intranet nur internen Nutzern zur Verfügung steht, kann durch eine Erweiterung der Zugang auch **externen geschlossenen Nutzergruppen** ermöglicht werden. Diese Erweiterung in bestimmte, genau definierte Bereiche stellt das Extranet dar.



Auch Nutzer des Extranets müssen sich durch ein Passwort legitimieren (Log-in). Anwendungsbereiche sind z.B. Dienstleistungen an Mitglieder von Versicherungen, Verbänden und Kundendienstleistungen von Unternehmen. Über das Extranet können Geschäfte abgeschlossen und personenbezogene Daten ausgetauscht werden.

4.1.3.4 Internet

(1) Begriff Internet

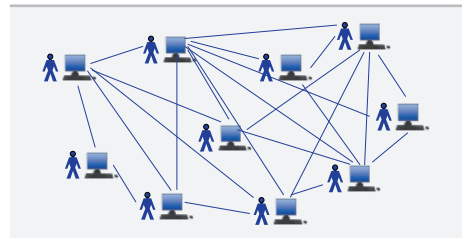
Das größte und vielfältigste Netzwerk ist zweifellos das Internet mit seinen Milliarden von Webseiten.

Das **Internet** ist ein weltweites Netz von Computern, das sich aus vielen einzelnen Netzen zusammensetzt. Es dient in erster Linie dazu, die unterschiedlichsten Informationen **allgemein zugänglich** zu machen. Diese Informationen können als Text-, Bild- oder Sprachübertragung übermittelt werden.



Das Internet stellt folgende **Dienste** bereit:

- Informationsplattform (World Wide Web, WWW),
- Datentransfer (File Transfer Protocol, FTP),
- E-Mail-Kommunikation,
- Newsgroups (Internetforen).



(2) Gewerbliche Nutzung

Die meisten Unternehmen in Deutschland sind im Internet vertreten. Die Möglichkeiten, die sich einem Unternehmen bieten, sind z.B.:

- Geschäftsabwicklung in Form eines Onlineshops,
- Präsentation des Unternehmens als Public-Relation-Maßnahme,
- Suche nach Kunden und Lieferanten (Elektronischer Marktplatz, E-Commerce, E-Business),¹
- Onlinebanking, Zahlungsabwicklungen,
- elektronische Nutzung der Dienste von Behörden und Versicherungen,
- Internettelefonie (VoIP), Webkonferenzen,
- Anwenden von „Cloud Computing“ zur Verarbeitung und Speicherung von Daten (vgl. dazu Kapitel 4.1.3.5, S. 143f.).

¹ Siehe auch Lernfeld 4, Kapitel 3.4, S. 321ff.

4.2.2.10 Geschäftsbriefe

(1) Aufbau eines Geschäftsbriefes

■ Anschrift des Empfängers

Die Anschrift des Empfängers entnehmen Sie den betreffenden Unterlagen bzw. Ihren Computerdaten. Im Anschriftfeld des Briefvordrucks muss die Adresse normgerecht geschrieben werden, weil sie sonst mit den Postbearbeitungsmaschinen nicht gelesen werden kann.

Beachten Sie, dass Sie den Namen des Empfängers und die Straßennamen richtig schreiben.

■ Angaben zum Informationsblock

Die Angaben zum Informationsblock Ihrer Briefvorlage sind ebenfalls den Unterlagen zu dem Geschäftsvorgang oder den Computerdaten zu entnehmen.

■ Betreff

Der Betreff gibt den Inhalt des Briefes in Form einer kurzen Überschrift wieder.

■ Anrede

Die Anrede sollte möglichst den Namen des Empfängers enthalten, also „Sehr geehrte Frau ...“, „Sehr geehrter Herr ...“.

■ Hauptteil

Der Hauptteil enthält den Kern der Mitteilung. Formulieren Sie freundlich, für den Empfänger verständlich und nicht zu umständlich. Fragen Sie sich: Was will Ihr Gesprächspartner? Wo liegen seine Interessen?

■ Briefschluss

Der Briefschluss sollte keine überflüssigen Floskeln enthalten. Eine positive Anmerkung zum Abschluss, eine freundliche Bitte oder Aufforderung hinterlassen einen guten Eindruck.

■ Grußformel

Die Grußformel entspricht bestimmten Gepflogenheiten, z.B. „Freundliche Grüße“ o.Ä. Oft gibt es auch Regelungen der Corporate Identity eines Unternehmens, die diese Formulierungen festlegen.

■ Bezeichnung des Unternehmens bzw. der Behörde sowie Angabe der Unterzeichnenden

Die **Bezeichnung des Unternehmens** oder der Behörde folgt nach einer Leerzeile.

Nach einem Leerzeilenabstand, der den Raum für die **Unterschrift** anzeigt, folgt – nach innerbetrieblichen Regelungen – noch einmal eine Wiederholung der **Namen der Unterzeichner**.

■ Anlagen und Verteilvermerk

Wenn dem Brief **Anlagen** beigelegt werden, folgt der Anlagenvermerk, der **Verteilvermerk** gibt die Stellen an, die Kopien des Schreibens erhalten.

(2) Vorlagen für Geschäftsbriefe nach DIN 5008

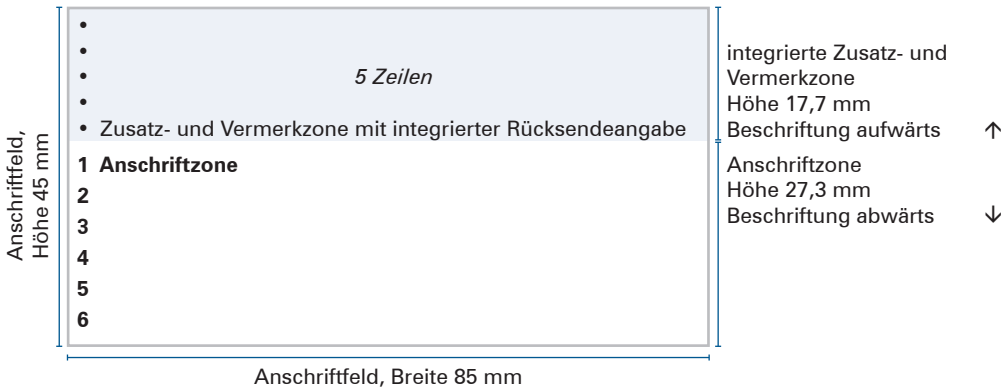
■ Varianten von Geschäftsbrief-Vorlagen

Die Maße für die Vorlage „Geschäftsbriefe“ werden in DIN 5008 geregelt. Es wird ein A4-Format mit den Maßen 210 mm x 297 mm zugrunde gelegt.

Es wird zwischen zwei Varianten von Geschäftsbrief-Vorlagen unterschieden.

Geschäftsbrief Form A	Geschäftsbrief Form B
Höhe des Briefkopfes 27 mm von der oberen Blattrante	Höhe des Briefkopfes 45 mm von der oberen Blattrante

■ Anschriftfeld



Das Anschriftfeld ist gemäß DIN 5008 zu beschriften, weil sonst die Anschrift u. U. nicht in einer Fensterbriefhülle lesbar ist und die Sendung nicht automatisiert bearbeitet werden kann.

Maße und Positionierung des Anschriftfeldes sind nach DIN 5008 genau festgelegt. Das Anschriftfeld hat insgesamt die Maße 45 mm hoch und 85 mm breit. Innerhalb des Feldes sind zwei Bereiche zu unterscheiden:

■ Anschriftzone:	27,3 mm hoch	85 mm breit
■ integrierte Zusatz- und Vermerkzone:	17,7 mm hoch	85 mm breit
■ Gesamthöhe/-breite:	45,0 mm hoch	85 mm breit

■ Beschriftungshinweise

In der Zusatz- und Vermerkzone erfolgt die Beschriftung aufwärts, in der Schriftgröße 8 Punkt. Begonnen wird mit der Rücksendeangabe, die einzeilig über der Anschriftzone eingefügt wird. Falls weitere Vermerke vorgesehen sind, schiebt sich die Rücksendeangabe automatisch nach oben.

■ Informationsblock

Der Informationsblock, bestehend aus Leitwörtern, Bezugszeichen und Kommunikationsmöglichkeiten, wird rechts neben dem Anschriftfeld, 125 mm vom linken Seitenrand der Vorlage, angelegt.

- Höhe: variabel; mindestens 40 mm
- Breite: variabel; maximal 75 mm

Die Reihenfolge der Leitwörter „Ihr Zeichen“, „Ihre Nachricht vom“, „Unser Zeichen“, „Unsere Nachricht vom“, „Name“, „Telefon“, „Fax“, „E-Mail“ und „Datum“ ist einzuhalten. Leitwörter dürfen in der Vorlage ergänzt, weggelassen oder verändert werden. Angaben sollten mit Leerzeilen gruppiert werden.