

Erläuterungen und Beispiele zum Ausbildungsrahmenplan

Abschnitt C:

„Weitere berufsprofilgebende Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten der dreimonatigen Wahlqualifikationen“

Das Reformmodell der Wahlqualifikationen „Dual mit Wahl“ in der Ausbildungsordnung wurde von der DIHK empfohlen. Es teilt die Ausbildungszeit in zwei Abschnitte. In den ersten zwei Jahren werden Kernkompetenzen vermittelt. Darauf folgt die Spezialisierung. Die Vorteile: Die Betriebe erhalten eine flexiblere Ausbildung. Buchhandlungen können leistungsstarken Jugendlichen Zusatzqualifikationen schon während ihrer Ausbildung ermöglichen. Damit wird auch die Durchlässigkeit zu höheren Bildungsabschlüssen gewährleistet.

Die in der Ausbildungsreform formulierten Wahlqualifikationen geben den Auszubildenden die Möglichkeit, selbstständiges Arbeiten zu erlernen und Verantwortung zu übernehmen, sowie ihre Kenntnisse über Strukturen und Anforderungen des Buchmarktes zu vertiefen. Sie bieten darüber hinaus eine Chance für die Buchhandlungen, ihre eigenen Qualitätsstandards auf den Prüfstand zu stellen, und ggf. zu verbessern oder zu halten.

Manche Aufgaben können einen aktiven Eingriff in die betrieblichen Abläufe, in die Gestaltung der Buchhandlung bedeuten oder auch Kosten verursachen. Daher ist ihre Realisierung für eine erfolgreiche Ausführung nicht zwingend erforderlich.

Im Folgenden sollen Beispiele zur Realisierung der Aufgabe benannt werden. Sie erheben keinen Anspruch auf Vollständigkeit und sind lediglich als Anregungen anzusehen.

1. Gestaltung einer spezifischen Warengruppe

Die Warengruppensystematik (WGS) wurde als verbindlicher Standard 1997 eingeführt und 2007 aktualisiert. Sie ordnet die Waren des Buchhandels - Bücher, Hörbücher, CD-Roms, Kalender, Zeitschriften; Loseblattsammlungen, Karten, Nonbooks etc. – nicht nur nach Editionsform, sondern auch nach Darstellungsform (z.B. Ratgeber, Fachbuch, Wörterbuch), Zielgruppe (z.B. Jugend, Schule) und insbesondere nach inhaltlichen sowie thematischen Aspekten. Sie ermöglicht die Gestaltung eines Sortiments aus klar strukturierten Bausteinen unter individuellen und gleichzeitig betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten. Die WGS ist ein unentbehrliches Instrument zur Pflege des Sortiments, für den Kundenservice (Beratung und Recherche) sowie beim Einkauf und ermöglicht die statistische Auswertung einzelner Segmente in der Buchhandlung nach Kennzahlen.

Am Beispiel der Gestaltung einer Warengruppe wird ein vertiefender Einblick in die vielfältigen Zusammenhänge des Buchmarktes und des Sortimentprofils im eigenen Betrieb gewonnen.

Beteiligte:

- Auszubildende
- Ausbildungsleitung
- Geschäftsführung
- ggf. Abteilungsleitung
- ggfs. VerlagsvertreterInnen oder andere VerlagsvertriebspartnerInnen

Lernziele:

- individuelles Profil der Buchhandlung erfassen
- Marktchancen überprüfen
- Zielgruppenanalyse vornehmen
- neue KundInnen gewinnen
- Anpassung des Sortimentes an die Kundeninteressen

- Verbesserung der Beratungskompetenz
- Arbeiten im Team / Verantwortung übernehmen
- Verständnis für betriebliche Abläufe
- Organisation und Kooperation
- Dokumentation
- Kosten-/Nutzenanalyse
- Erfolgskontrolle
- Arbeitsorganisation
- Information und Kommunikation

Beispiele:

Eine neue Warengruppe im eigenen Sortiment einführen

Die verstärkte Nachfrage, ein fehlendes Angebot am Einzelhandelsstandort oder die Notwendigkeit, häufiger bestimmte Produkte für die Kundschaft besorgen zu müssen, kann Aufschluss darüber geben, ob das Angebot in der eigenen Buchhandlung um eine bestimmte Warengruppe erweitert werden könnte. Eröffnet z.B. eine Musikschule in der Nähe, ließe sich das Sortiment möglicherweise um die Einführung einer auf die Kundschaft abgestimmten Auswahl an Musikalien ergänzen. Ebenso könnte auf modische Trends, wie z.B. Mangas, Vampiromane oder Pilgerbücher reagiert werden, in dem man eine Comicauswahl zusammenstellt, einen besonderen Standort für fantastische Romane wählt oder ein neues Schwerpunktregal für Reiseberichte einführt. Steigt z.B. die Nachfrage nach esoterischer Literatur könnte eine Zusammenstellung der gängigsten Titel die passende Antwort darauf sein.

Auch jahreszeitlich bedingte Bereiche können ausgearbeitet werden, wie z. B. ein Angebot an Kalendern einschließlich Präsentationskonzept für die letzten Monate des Jahres (eventuell in einem zusätzlich genutzten Ladenlokal).

Auch der Nonbook-Bereich - durch den im Buchhandel erstaunliche Umsätze generiert werden – oder Musik-CDs sind sinnvolle, buchnahe Erweiterungen des Sortiments, die ausgearbeitet werden können.

Die Warengruppe besser präsentieren

Aus der Analyse von Umsatz- oder Drehzahlen der Warengruppen im eigenen Sortiment könnte Handlungsbedarf hergeleitet werden, eine spezifische Warengruppe besser zu präsentieren. Dabei kann überprüft werden, ob das Angebot verbessert werden muss, durch andere Produkte ergänzt oder vollkommen neu gestaltet werden sollte. Möglicherweise kann oder muss der Standort der Warengruppe innerhalb der Buchhandlung verändert werden, weil die interessierte Kundschaft nur bestimmte Abteilungen aufsucht und so dieses Angebot bisher noch nicht wahrnehmen konnte. Möglich lässt sich die eine Warengruppe im Umfeld einer ganz anderen Warengruppe durch Synergieeffekte viel besser verkaufen.

Produkte einer Warengruppe vergleichen/austauschen

Eine Warengruppe, die für die Sortimentspolitik als wichtig erachtet wird, jedoch nicht die gewünschten Drehzahlen erreicht, könnte hinsichtlich ihrer Zusammenstellung geprüft werden. Liegt der Grund geringer Akzeptanz eventuell in der fehlenden Breite des Angebotes oder in seiner Qualität, Aktualität oder im Fehlen der Produkte eines wichtigen Anbieters? Dazu gilt es, die Anbieter bzw. die Verlage und ihre Produkte zu vergleichen: nach Zielgruppen, AutorInnen, Qualität, Gestaltung, Ausstattung und Aktualität um daraus Kriterien zu entwickeln, welche Produkte bei der Kundschaft die bessere Akzeptanz erreichen könnten. Hilfreich könnte sein Bestsellerlisten oder Relevanzdaten in Online-Katalogen (libri/amazon) auszuwerten. Manche Verlage stellen ihre Auflagenzahlen zur Verfügung. Ebenso kann die an der Warengruppe interessierte Kundschaft direkt nach ihren

Wünschen befragt werden.

Ablauf:

- Die Bedeutung, die Marktakzeptanz und die Perspektiven der spezifischen Warengruppe für die Buchhandlung ermitteln, unter Berücksichtigung der unternehmens- und kulturpolitischen Ziele des Betriebs, der Bedürfnisse der Kunden und der Marktsituation (Konkurrenz).
- Umsatz- oder Drehzahlen einer Warengruppe nach betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten auswerten.
- Unter dem Gesichtspunkt der Sortimentspolitik Kriterien für die Chancen und Risiken der Warengruppe entwickeln.
- Informationssysteme zur Erschließung der Produkte in der spezifischen Warengruppe sowie Vorschauen und Verlagsvertreterbesuche zur Informationsgewinnung nutzen.
- Die für die Buchhandlung wichtigsten Verlage und Lieferanten von Produkten in der Warengruppe ermitteln, insbesondere für buchaffine Nebenprodukte; die Bedeutung des Produktangebotes für die eigene Buchhandlung beurteilen.
- Produkte in der spezifischen Warengruppe bewerten nach Zielgruppe, Editionsformen, Ausstattung, Qualität und Inhalt.
- Schwerpunkte und Erweiterungspotentiale der Produkte in der spezifischen Warengruppe für die Buchhandlung feststellen.
- Etat für die Warengruppe festlegen, ausgewählte Produkte einkaufen, Lagerergänzungen vornehmen und die Remission aussortierter Titel vornehmen.
- Präsentationsformen für die spezifische Warengruppe in der Buchhandlung überprüfen, angemessene, innovative Präsentationsformen erproben und ihren Erfolg analysieren, Marketingmaßnahmen entwickeln.
- Die Umsätze in der vorgegebenen Zeit mit den vorherigen im gleichen Zeitraum vergleichen, feststellen, ob Maßnahmen der Verkaufsförderung dienlich waren. Umsatz- oder Drehzahlen einer Warengruppe nach betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten auswerten.
- Projekt dokumentieren, Abschlussbericht erstellen.

2. Buchhändlerische Projekte

Ein Projekt ist zeitlich und sachlich begrenzt und erschafft ein einmaliges Produkt oder eine einmalige Dienstleistung. Ideen für Projekte können entstehen durch das Aufgreifen aktueller Themen, aufgrund von Umgestaltung, Modernisierung oder Umbau in der Buchhandlung, aufgrund eines Jahrestages, eines Jubiläums, eines Stadtfestes oder durch Zusammenarbeit mit anderen Branchen vor Ort, sowie mit Behörden, Schulen oder Vereinen. Ein Projekt bietet den Auszubildenden die Chance, eine Aktivität für die Buchhandlung von Anfang bis Ende durchzuführen und das Ergebnis am Ende selbst zu begutachten. Sollte ein solches Projekt in der Buchhandlung (regelmäßig) wiederholt werden, ist es angebracht, dafür Standards zu entwickeln. Insofern lohnt es sich, die einzelnen Schritte des Vorgehens aufzuzeichnen und eine Dokumentation zu erstellen.

Beteiligte:

- Auszubildende
- Ausbildungsleitung
- Geschäftsführung
- ggf. Abteilungsleitung
- ggf. VerlagsvertreterInnen oder andere VerlagsvertriebspartnerInnen
- KooperationspartnerInnen
 - (Für Lesungen zuständige) VerlagsmitarbeiterInnen
 - Künstleragenturen
 - Vermieter von Veranstaltungsräumen
 - Presse
 - Druckerei
 - Cateringservice
 - etc.

Lernziele:

- individuelles Profil der Buchhandlung erfassen
- Marktchancen überprüfen
- Zielgruppen ermitteln
- neue KundInnen gewinnen, Kundenbindungsmodelle
- Anpassung des Sortimentes an die Kundeninteressen
- Verbesserung Dienstleistungen
- Arbeiten im Team / Verantwortung übernehmen
- Verständnis für betriebliche Abläufe
- Organisation und Kooperation
- Dokumentation
- Kosten-/ Nutzenanalyse
- Erfolgskontrolle
- Arbeitsorganisation
- Information und Kommunikation

Beispiele:

Eine Lesung in der Buchhandlung organisieren

Die Organisation und Durchführung einer Lesung erfordert zunächst das Erarbeiten von Kriterien für die Auswahl eines Autors/einer Autorin für die Buchhandlung z. B. entsprechend der Jahreszeit, aufgrund aktueller Themen und Trends innerhalb des Buchmarkts oder eines bestimmten Anlasses, auch im Hinblick auf die Bedürfnisse und Wünsche der Kundschaft der Buchhandlung.

Es können auch Kooperationen mit Ämtern und Verbänden eingegangen werden, die ihre Klientel im Zusammenhang mit einem bestimmten (z.B. medizinischen oder psychologischen) Hintergrund mit zur Lesung einladen.

Die Auswahl eines Gastes kann über Verlagsvorschauen, Rezensionen, Kundenwünsche oder Bestsellerlisten erfolgen. Es gilt den Kontakt herzustellen, Honorar- und Reisekosten sowie technische Anforderungen zu klären, einen Vertrag abzuschließen, die Übernachtung zu organisieren, ggf. einen Veranstaltungsraum zu mieten, Stühle und anderes notwendiges Mobiliar zu besorgen, die Presse zu informieren, den Büchertisch zu bestücken, eine Moderation vorzubereiten und eventuell auch die Kundschaft zu bewirten.

Eine Kundenbefragung durchführen

Immer im Hinblick auf Qualitätssicherung oder -verbesserung dienen Kundenbefragungen der Zielgruppenanalyse oder dem Zielgruppenmarketing. Gefragt werden kann nach den Bedürfnissen der Kundschaft, nach der Kundenzufriedenheit, nach der Bewertung der Ladengestaltung oder angebotenen Dienstleistungen. Es kann aber auch festgestellt werden, welche Kundengruppen (bspw. kategorisiert nach der sog. Sinusstudie) vorrangig die Buchhandlung besuchen, um das Profil des Angebotes zu schärfen.

Die Kundenzufriedenheitsanalyse zeigt die Wünsche der Kundschaft, Stärken und Schwächen der Buchhandlung aus Sicht der KundInnen, deren Motivation genau diese Buchhandlung aufzusuchen, die Wirksamkeit der Werbung und auch das öffentliche Image der Buchhandlung.

Für eine Buchhandlung eignet sich die direkte Befragung (statt einer schriftlichen) der KundInnen anhand eines Fragebogens mit einer klar definierten Fragestellung nach dem Kauf in der Buchhandlung. Erwiesen ist, dass Kundebefragungen offensiv das Interesse an der Meinung der Kundschaft zeigen und damit auch der Kundenbindung dienen. Denkbar ist auch, KundInnen online zu befragen - wenn ausreichend Adressen im repräsentativen Querschnitt vorhanden sind.

Steht die Kundenzufriedenheit im Mittelpunkt der Befragung, kann z. B. nach Erfahrungen mit der Beratung, Erreichbarkeit, Freundlichkeit, dem Umgang mit Reklamationen und der Zuverlässigkeit gefragt werden, aber auch nach der Übersichtlichkeit der Einrichtung, dem Angebot, der Ordnung und der Wirkung der Dekoration in der Buchhandlung.

Zu klären ist, wer die Befragung vornimmt: die Auszubildenden selbst, andere MitarbeiterInnen der Buchhandlung oder eigens dafür engagierte Hilfskräfte. Aus der Ergebnisauswertung sollten konkrete Handlungsempfehlungen abgeleitet werden können und in der Folge eine Optimierung der Qualität von Dienstleistungen oder der Buchhandlungspräsentation nach sich ziehen.

Einen Event in der Buchhandlung veranstalten

Unter Events versteht man Veranstaltungen und Aktionen, die der Kundschaft ein angenehmes Erlebnis beim Einkauf, in oder mit der Buchhandlung vermitteln sollen, an das sie sich im besten Falle noch lange gerne erinnern. Es dient der Kundenbindung und dem persönlichen Kontakt mit der (Stamm-)Kundschaft.

- Vergleichbar mit den Aktionen zu den Neuerscheinungsterminen von Harry Potter-Bänden können bei Erscheinen von Fantasy-Kultbüchern für Jugendliche Nachtveranstaltungen mit Erstverkaufstermin um 0 Uhr veranstaltet werden. Die Buchhandlung verwandelt sich durch Dekoration in eine andere Welt, Verkleidete übernehmen Rollen aus dem Buch. Es können Wettbewerbe, ein Quiz zum Buch oder Rollenspiele stattfinden.
- Denkbar ist auch ein Lesemarathon mit der Stammkundschaft, die einen Tag lang abwechselnd aus ihren Lieblingsbüchern vorliest.
- Auch ein Betriebsjubiläum oder ein Stadtfest können Anlass für ein nettes Zusammensein in der Buchhandlung sein, bei dem mit Musikgruppe, Kleinkünstler oder Bücher-signierendem Autoren für einen abwechslungsreichen Tag mit interessanten Gesprächen gesorgt wird.
- Zusammen mit einer Autorin oder einem Autoren der Region kann eine Geschichte geschrieben werden, zu deren Entwicklung die Kundschaft beim Einkauf durch fantasievolle Vorschläge beiträgt. Diese sollte dann auch veröffentlicht werden.
- Es könnte ein Konzept für eine Deko-Aktion in den Schaufenstern der benachbarten EinzelhändlerInnen des Standortes entwickelt und durchgeführt werden, bei dem Bücher in allen Schaufenstern die Hauptrolle spielen.
- Aktuelle übergreifende Themen wie z.B. „Frühling“ oder „Nachhaltigkeit“ oder „Männerinteressen“ könnten in allen Abteilungen der Buchhandlung gleichermaßen in den Fokus genommen und dekoriert werden.
- Schulklassen oder Kindergartengruppen können für Führungen durch die Buchhandlung eingeladen werden, um den Unterschied zwischen Bücherei und Buchhandlung zu verdeutlichen, um den Kindern das Angebot der Buchhandlung vertraut zu machen und die Schwellenangst zu nehmen.

Ablauf:

- Anlass bzw. Handlungsbedarf feststellen, Zielgruppen festlegen
- Angebote einholen und vergleichen, Ideen zur Umsetzung entwickeln
- technische, organisatorische, zeitliche, personelle Anforderungen ermitteln
- Verträge ausarbeiten
- KooperationspartnerInnen suchen
- Prozess-Ablaufplan erstellen
- Verantwortliche benennen
- Werbung gestalten
- Kunden gezielt einladen
- Presse informieren
- Ablaufplan umsetzen, Projekt durchführen und Ergebnisse kontrollieren
- Zwischenschritte, -ergebnisse, Endergebnis testen und dokumentieren
- Nutzen für Betrieb und Zielgruppen ermitteln
- Handlungsempfehlungen für den Betrieb ableiten
- Ergebnisse im Betrieb kommunizieren
- Abschlußbericht erstellen

3. Buchhändlerisches E-Business:

Wer sich für diese Wahlqualifikation entscheidet, muss ein grundsätzliches Interesse und Verständnis für elektronische Prozesse und Systeme mitbringen und über die für den Buchhandel üblichen Standards informiert sein, bzw. wissen, wie und wo man sich informieren kann (z.B. beim Börsenverein, Buchmesse, Börsenblatt und anderen Branchenmedien).

Die Entwicklung innerhalb des Buchmarktes macht es erforderlich, dass sich Buchhandlungen auch im IT Bereich zeitgemäß aufstellen und ihre Möglichkeiten der Optimierung ihres technischen und elektronischen Equipments nutzen. Die Vorkenntnisse und die Unvoreingenommenheit von jungen Menschen gegenüber den elektronischen Errungenschaften bieten den Buchhandlungen große Chancen auf Modernisierung und Verbesserung ihrer Dienstleistungen gegenüber der Kundschaft.

Da es sich um eingreifende und kostenträchtige Maßnahmen handeln kann, muss der Prozess eng von dem/der AusbilderIn bzw. der Geschäftsführung begleitet werden. Es handelt sich in aller Regel um Prozesse, die im Ausbildungsbetrieb verantwortlich weitergeführt werden müssen., Gegebenenfalls ist es nötig, professionelle Programmierer oder ein Systemhaus in die Planung mit einzubeziehen.

Beteiligte:

- Auszubildende
- Ausbildungsleiter
- IT-Kooperationspartner
- Geschäftsführung
- ggf. Abteilungsleitung

Lernziele:

- Techniken des Projektmanagements
- Arbeiten im Team / Verantwortlichkeiten
- Verständnis für betriebliche Abläufe und IT
- Organisation und Kooperation
- Dienstleistungen, Erreichbarkeit optimieren
- Dokumentation
- Kosten-/Nutzenanalyse
- Zielgruppenanalyse
- Erfolgskontrolle
- Arbeitsorganisation
- Information und Kommunikation

Beispiele:

Die Website des Ausbildungsbetriebes bearbeiten

In Buchhandlungen ohne eigene Website könnte der/die Auszubildende ein Konzept für die Erstellung einer Website entwickeln. Vorab muss geklärt werden, ob nur eine Homepage erstellt werden soll – was möglicherweise der/die Auszubildende sogar selbst leisten kann - oder aber ein umfassenderes Webangebot gewünscht ist, so z. B. ein Katalog mit Shopfunktion eingebunden sein soll.

Dabei gilt es auch, die notwendigen Beteiligten zu benennen und Anbieter (Hoster) zu recherchieren. Es gilt, die verschiedenen vorhandenen Branchenangebote und -lösungen zusammenzustellen und zu vergleichen und für den eigenen Betrieb zu bewerten.

Ist ein Webshop vorhanden, könnten ggf. Optimierungen ausgearbeitet und vorgeschlagen werden:

- einen elektronischen Veranstaltungskalender für die Buchhandlung entwickeln
- Social Commerce, d.h. Kaufempfehlungen oder Kommentare der Kundschaft auf der Website ermöglichen
- den Vertrieb von Ebooks auf der Website einrichten
- ein elektronisches Gutscheinsystem einrichten
- Partnerlink-Seiten implementieren
- Bestsellerlisten verlinken oder einbinden

Einführung eines Newsletter-Systems für die Kundschaft

Der/die Auszubildende kann Aufbau, grafische Gestaltung und Inhalte für ein Newsletter-Konzept entwickeln. Dabei gilt es Adressdatenbanken (mit Einwilligung der Kunden) zusammenzustellen, eventuell nach Kundeninteressen oder anderen Kriterien geordnet. Der Datenschutz ist zu beachten.

Ein Dokumentenmanagementsystem (DMS) einführen oder optimieren:

Im Dokumentenmanagement werden Dokumente in elektronischen Systemen verwaltet. Dabei muss eine Verschlagwortung (Thesaurus) entwickelt werden zum Zwecke der leichteren, langfristigen Wiederauffindbarkeit von Dokumenten. Der/die Auszubildende muss nur über die formalen Unterschiede, nicht über die Inhalte von Dokumenten informiert werden. Auch die inhaltliche Zuordnung unterliegt letztendlich der Geschäftsleitung.

- Wichtige Geschäftsbriefe und Verträge, können eingescannt oder gespeichert werden und nach einer zu entwickelnden Systematik in elektronischen Ordnern abgelegt werden.
- Auch wichtige Emails können durch Filter und Ordner für die schnelle Wiederauffindung abgelegt werden.
- Die Ablage von papiergebundenen Rechnungen und Lieferscheinen in Aktenordnern kann zur langfristigen, schnellen Wiederauffindung systematisch dokumentiert werden. (Dafür steht im Internet freie, kostenlose DMS-Software zur Verfügung.)

Ein Prozesshandbuch der Firmenstandards erstellen

Im Prozesshandbuch werden die Grundlagen, Regeln, Methoden und Werkzeuge des Ausbildungsbetriebes elektronisch dokumentiert und regelmäßig der Veränderungen entsprechend überarbeitet. Dabei ist schriftlich zu erfassen: „Wer macht was, wann, wie und womit?“. Die Arbeitsabläufe für die Tätigkeiten in der Buchhandlung werden nach den Regeln des jeweiligen Ausbildungsbetriebes dokumentiert. Die beteiligten, die zuständigen und die verantwortlichen Positionen werden benannt. Die Schnittstellen und Prozessketten zwischen den verschiedenen Aufgaben und Verantwortungsbereichen werden dargestellt. Die Anforderungen und Ziele der einzelnen Arbeitsprozesse werden bewertet.

Das Prozesshandbuch dient der Optimierung der Arbeitsprozesse im Ausbildungsbetrieb und der Qualitätssicherung mit dem Ziel: alle MitarbeiterInnen erledigen die Aufgaben zuverlässig nach denselben im Betrieb gültigen Regeln.

Die elektronische Erfassung der Prozesse erlaubt bei deren Änderungen und Anpassungen im Betrieb eine problemlose, zeitnahe Aktualisierung.

Geschäftsprozesse auf elektronische Verarbeitung umstellen

- Falls der Ausbildungsbetrieb noch nicht über ein elektronisches Warenwirtschaftssystem verfügt, könnte der/die Auszubildende die Angebote für den Buchmarkt zusammenstellen, sei es durch Befragung von anderen Buchhandlungen, eventuell sogar an Probearbeitstagen vor Ort, oder durch Auswertung und Vergleich von Firmenangeboten. Das Ergebnis der Recherche sollte eine Analyse von Preis und Leistung, ein Vergleich der Vor- und Nachteile für den eigenen Betrieb und eine Empfehlung für den eigenen Betrieb beinhalten.
- Wer nicht über ein Warenwirtschaftssystem verfügt: Auch die Umstellung der Bibliografie auf bibWin, dem von der IBU kostenlos zur Verfügung gestellten Programm, ermöglicht direkte, elektronische Bestellungen und eine Kundenverwaltung, sowie die Online-Recherche in allen Buchhandelskatalogen.
- Bestellungen per Fax, Email oder telefonisch verursachen großen Zeitaufwand. Der elektronische Bestellweg ist da wesentlich effizienter. Auch beim Wareneingang bedeutet das elektronische Einlesen von Lieferscheinen eine große Arbeitserleichterung und eine deutliche Reduzierung und Vereinfachung von Arbeitsschritten. Eine Voraussetzung ist das Vorhandensein eines Warenwirtschaftssystems mit IBU-Schnittstelle und ein Internetanschluss für die Datenübertragung. Im Buchhandel dient dazu das System IBU (Darf man das nennen, oder ist das unlautere Werbung?), die/der Auszubildende kann die elektronischen Voraussetzungen für die Einführung zusammenstellen und den wirtschaftlichen Nutzen (Reduzierung von Arbeitsaufwand und Lieferzeiten) erfassen.

Auch Optimierungen im Bereich der betriebseigenen Hardware sind im Rahmen der Wahlqualifikationen denkbar, um Arbeitsabläufe zu vereinfachen oder besseren Kundenservice zu bieten:

ECash-Systeme - Umstellen von Workstation-Druckern auf Netzwerkdruck

Ablauf:

- Handlungsbedarf feststellen, Zielgruppen festlegen, IT-Infrastruktur analysieren und mit Beteiligten abstimmen
- Dienstleistungsangebote einholen und vergleichen, Kooperationen eingehen
- kundenorientierte, technische, organisatorische, zeitliche, personelle und finanzielle Anforderungen ermitteln
- Prozess-Ablaufplan erstellen
- Ablaufplan umsetzen und Ergebnisse kontrollieren
- Zwischenschritte und -ergebnisse / Endergebnis testen und dokumentieren
- Ergebnis für den Geschäftsablauf freigeben, Funktionalität und Verantwortlichkeiten sicherstellen
- Nutzen für den Betrieb und die Zielgruppen ermitteln
- Handlungsempfehlungen für den Betrieb ableiten
- Ergebnisse im Betrieb kommunizieren / Abschlußbericht an Geschäftsführung