

Situation:

Das Warenhaus am Markt hat in den vergangenen Wochen die Sportabteilung renoviert und diese am vergangenen Samstag mit einer Sonderaktion im Bereich der Bademoden neu eröffnet.

Einige Tage nach dieser Eröffnung findet die wöchentliche Teambesprechung statt. Anwesend sind Herr Schmitz, der Abteilungsleiter, Frau Haug und Frau Mack, beide sind Verkäuferinnen und Herr Kimmerle, Auszubildender im 1. Ausbildungsjahr.

Herr Schmitz:	Guten Morgen! Schön, dass Sie alle da sind. Unsere heutige Besprechung wird nicht lange dauern, es gibt nicht viel zu diskutieren. Wir haben den Bereich Bademoden renoviert und vergangenen Samstag mit einer Sonderaktion erfolgreich eröffnet. Wir können zufrieden sein, wir haben unser Ziel erreicht. Wir wollten mit unseren Werbemaßnahmen eine Umsatzsteigerung im Bereich der Herren-Badeshorts erreichen und außerdem unseren Bekanntheitsgrad steigern. Das ist uns gelungen. Schließlich war am Samstag unser Laden voll, wie jeder von Ihnen bemerkt hat...
Frau Haug:	Ähm, entschuldigen Sie, dass ich Sie unterbreche, Herr Schmitz. Aber ich bin mir nicht sicher, ob unsere Werbemaßnahmen erfolgreich waren, so viel verkauft haben wir dann auch wieder nicht und sind wir wirklich bekannter als vorher?...
Herr Schmitz:	Also bitte! Die Kunden haben uns die Türen eingerannt und da sagen Sie, Sie würden nicht wissen, ob die Werbung erfolgreich war?
Frau Mack:	Moment, aber so einfach lässt sich diese Frage nicht beantworten. Der Mai war kalt und verregnet, erst an unserem Aktionswochenende hatten wir seit langem mal wieder schönes Wetter. Außerdem hat direkt in der Nachbarschaft ein Sportfachgeschäft eröffnet, das den ganzen Mai über sehr viele Werbeprospekte verteilt hat...
Frau Haug:	Was hat das mit uns zu tun? – die können uns doch egal sein. Unsere Werbemaßnahmen haben Geld gekostet und die Frage ist doch, ob sich diese Ausgaben gelohnt haben!
Herr Kimmerle:	Ähm, also, wäre es nicht sinnvoll, wenn wir uns die entsprechenden Zahlen im Warenwirtschaftssystem anschauen würden?
Frau Mack:	Schön und gut. Aber dort können wir nicht ablesen, ob sich die Kunden in einem Monat auch noch an uns und unsere Werbemaßnahmen erinnern werden oder ob Ihnen unsere Maßnahmen überhaupt positiv aufgefallen sind...
Herr Schmitz:	Stopp! Sie haben ja beide Recht. Herr Kimmerle, bitte kümmern Sie sich um eine Auswertung unserer Umsatzzahlen etc. und überlegen Sie sich, wie man den berechtigten Einwand von Frau Mack entkräften könnte. Schlagen Sie bitte geeignete Methoden vor. Ihre Ergebnisse präsentieren Sie uns bitte bei der nächsten Besprechung! Diese Besprechung ist hiermit beendet – einen schönen Tag noch.