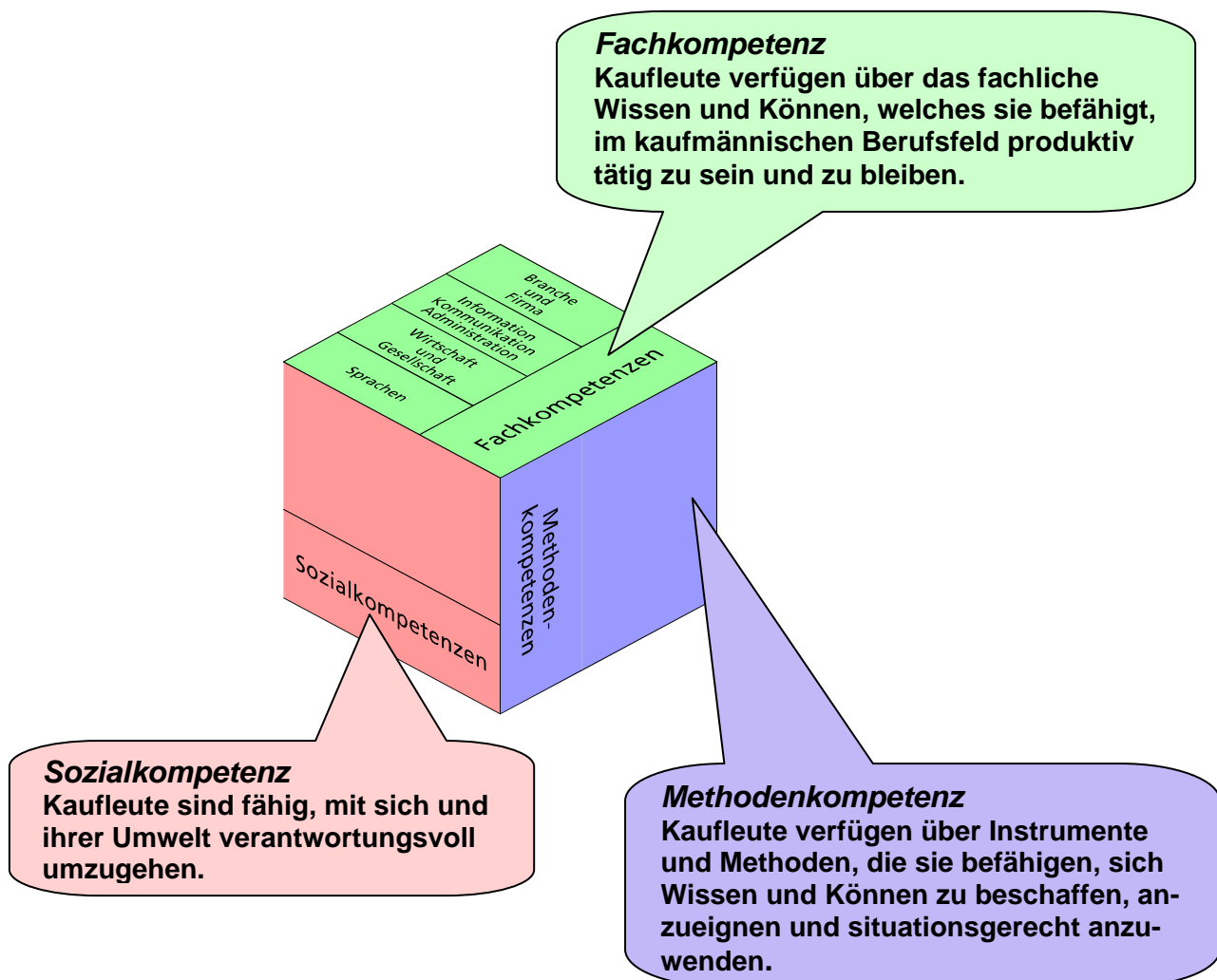


Katalog der Ausbildungsziele

Der kaufmännische Kompetenzenwürfel

Der kaufmännische Kompetenzenwürfel symbolisiert die neue kaufmännische Grundbildung. Die drei sichtbaren Seiten des Würfels stehen für Fach-, Methoden- und Sozialkompetenzen. Jede Fachkompetenz ist mit Methoden- und Sozialkompetenzen verbunden. Zukünftige Kaufleute sollen fähig sein, umfassend kompetent zu handeln. Die Methoden- und Sozialkompetenzen ergeben sich wie die Leitideen aus den festgelegten Kernkompetenzen.



Einführung in den Katalog der Ausbildungsziele für die Fachkompetenzen

Der Katalog der Ausbildungsziele für die Fachkompetenzen umfasst für jede Kernkompetenz eine Leitidee und Dispositionsziele, die vom Bundesamt für Berufsbildung und Technologie (BBT) erlassen wurden. Diese Ziele sind für den schulischen wie auch für den betrieblichen Teil der Ausbildung gleich. Die Ausbildungsziele für die Fachkompetenzen bestehen aus folgenden drei Ebenen:

1. Leitidee

Jede/r Kauffrau/mann soll nach Abschluss der Lehrzeit gewisse fachliche Kernkompetenzen beherrschen. Pro Kernkompetenz wurde eine Leitidee formuliert. Die Leitideen sind allgemein abgefasst und begründen, **weshalb** zukünftige Kaufleute die jeweilige fachliche Kernkompetenz brauchen.

2. Dispositionsziel

Pro Leitidee gibt es mehrere Dispositionsziele. Die Dispositionsziele zeigen den zukünftigen Kaufleuten auf, **welches Verhalten** von ihnen im Geschäftsalltag erwartet wird.

3. Leistungsziel

Pro Dispositionsziel gibt es mindestens ein Leistungsziel. Die Leistungsziele beschreiben **das konkret** von Kaufleuten **erwartete Können** am Ende der Ausbildung. Sie bilden die Grundlage zur Überprüfung der Zielerreichung. Die Lernenden müssen diese Leistungsziele erfüllen, um am Ende der Lehrzeit die Prüfungen zu bestehen.

Der Ausbildungskatalog für den schulischen Teil weist dieselben Leitideen und Dispositionsziele auf. Erst auf der Ebene der Leistungsziele, also auf der konkreten Ausführungsebene, sind die Aufgaben verschieden. Damit werden Parallelen zwischen schulischer und betrieblicher Ausbildung sichergestellt.

Die Leistungsziele vermitteln den Lernenden vollständige Information darüber, was sie am Ende ihrer Grundbildung und in den Teilprüfungen der Lehrabschlussprüfung können und leisten müssen, um diese zu bestehen.

Der Lernende kontrolliert durch Ankreuzen des entsprechenden Kästchens selber, ob er das jeweilige Leistungsziel bereits erreicht hat.

In diesem Baustein 4 finden Sie alle Leistungsziele für die Fachkompetenz. Diese sind in die folgenden fünf Wissensbereiche eingeteilt:

- Branche und Firma (inklusive der branchenspezifischen Leistungsziele);
- Information, Kommunikation und Administration IKA;
- Wirtschaft und Gesellschaft W&G;
- Erste Landessprache (Standardsprache);
- Fremdsprachen.

Die Leistungsziele sind die Basis für die betriebliche Lehrabschlussprüfung. Der Lernende muss also alle diese Leistungsziele im Betrieb erreichen können. Durch das Verteilen der Leistungsziele ins betriebliche Ausbildungsprogramm stellt der Betrieb diese Vorgabe sicher.

Bei jedem Leistungsziel ist ersichtlich, welche der Methoden- und Sozialkompetenzen dadurch gefördert werden. Diese werden dann integrierter Bestandteil der kaufmännischen Praxis, wenn sie in allen Lernbereichen und Teillernbereichen vertreten sind und praktiziert werden (z. B. Kostenrechnung, Staatsbürgerkunde oder Grammatik). Im Folgenden werden die Sozial- und Methodenkompetenzen ausführlich beschrieben.

1. Sozialkompetenzen

1.1 Situationsgerechtes Auftreten

Kaufleute kommen in ihrem Arbeitsumfeld mit unterschiedlichen Personengruppen in Kontakt und müssen die vielfältigsten Situationen meistern. Diese Personen erwarten ein Auftreten und ein Erscheinungsbild, das auf sie und die Situation abgestimmt ist. Kaufleute sind sich dessen bewusst und reagieren auf jeweilige Situationen angemessen (z. B. Höflichkeit, Körperpflege, angemessene Kleidung, Körperhaltung).

1.2 Mit Belastungen umgehen

Berufliche Anforderungen führen zu grossen Arbeitsbelastungen. Kaufleute sind in der Lage, Belastungen aufzufangen, indem sie sich Übersicht verschaffen und tatsächliche Schwierigkeiten erkennen. Es gelingt ihnen, Wichtiges vom Unwichtigen zu unterscheiden. Sie kennen Möglichkeiten und Aktivitäten, um einen realistischen Aufgabenumfang ohne Überlastungserscheinungen zu erledigen und in der Freizeit einen Ausgleich zu schaffen.

1.3 Diskretion

Jedes Unternehmen arbeitet mit Daten und Zielsetzungen, die zum Schutz der Kundenschaft und der eigenen Interessen Vertraulichkeit verlangen. Zudem erfordern gesetzliche Vorschriften und wirtschaftliche Gründe den diskreten Umgang mit Informationen und Kenntnissen aus der Geschäftstätigkeit. Kaufleute sind sich dieser Anforderung bewusst und verhalten sich in allen Situationen so, dass sie die Interessen der Kunden und des Unternehmens wahren.

1.4 Verantwortungsbereitschaft

In flachen Hierarchien, kleinen Profitcenters und Teamarbeit verantworten Einzelne oder Kleingruppen oft grosse Aufträge und betriebliche Abläufe. Eigenverantwortung beginnt im Kleinen, z. B. bei der Verantwortung für das eigene Lernen, und kann sowohl im schulischen als auch im betrieblichen Umfeld geübt werden.

1.5 Flexibilität

Strukturwandel und lokale Änderungen begleiten das Wirtschaftsgeschehen. Kaufleute sind deshalb bereit und fähig, gleichzeitig verschiedene Aufgaben zu bearbeiten und auf veränderte Rahmenbedingungen und Neuerungen rasch und unkompliziert zu reagieren. Sie finden sich auch in einer sich ändernden Umwelt zurecht. Um dies zu lernen, werden sie bereits in der Ausbildung mit verschiedenen Situationen konfrontiert.

1.6 Kommunikationsfähigkeit

Kommunikation prägt den Berufsalltag von Kaufleuten. Darum müssen sie in allen Situationen gesprächsbereit sein und die Grundregeln einer erfolgreichen verbalen und non-verbalen Kommunikation anwenden.

1.7 Konfliktfähigkeit

In der täglichen Zusammenarbeit gibt es immer wieder Situationen, in denen unterschiedliche Ansichten und Interessenlagen auftreten. Von Kaufleuten wird erwartet, dass sie auf Konfliktsituationen besonnen reagieren und nicht ausweichen. Sie bemühen sich, unterschiedliche Standpunkte sachbezogen zu diskutieren und nach tragbaren Lösungen für alle Beteiligten zu suchen.

1.8 Leistungsbereitschaft

Im Wettbewerb bestehen nur Firmen mit motivierten, leistungsbereiten Angestellten. Eine der Voraussetzungen für Leistungsbereitschaft sind Einsichten in Ziele und Bedingungen wirtschaftlichen Handelns. Deshalb suchen und analysieren Kaufleute in verschiedenen Situationen diese Zusammenhänge. Darüber hinaus entwickeln und erhalten sie eine Bereitschaft, auch bei wenig attraktiven Aufgaben Einsatz zu zeigen.

1.9 Lernfähigkeit

Wirtschaftshandeln unterliegt lokalem und strukturellem Wandel. Darum setzen Kaufleute Zeit und Methoden ein, um laufend neue Fertigkeiten und Kenntnisse selbstständig oder im Team zu erwerben. Sie schaffen sich gute Lernbedingungen und sind sich bewusst, dass Lernen ein lebenslanger Prozess ist.

1.10 Ökologisches Verhalten

Ökologisches Verhalten, wie z. B. Stromsparen oder Papierrecycling, ist aus dem heutigen Arbeitsalltag nicht mehr wegzudenken. Kaufleute sind bereit, betriebliche Umweltschutzmassnahmen anzuwenden und Verbesserungspotenziale zu erkennen.

1.11 Gesundes Selbstbewusstsein

Betriebe sind darauf angewiesen, dass ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nach innen und aussen offen und selbstbewusst auftreten und ihre Anliegen vertreten können. Ein gesundes Selbstbewusstsein im Einklang mit beruflicher Kompetenz ist für Kaufleute eine Grundlage erfolgreicher Kundenkontakte und ergebnisorientierter Arbeitsleistung.

1.12 Teamfähigkeit

Berufliche Arbeit vollzieht sich durch Einzelne und durch Teams. Teams sind in gewissen Situationen leistungsfähiger als Einzelpersonen. Damit Kaufleute in Teams produktiv arbeiten können, müssen sie die Spielregeln für konstruktives Teamverhalten kennen, möglichst viel Teamerfahrung sammeln und so ihre Teamtugenden entwickeln.

1.13 Transferfähigkeit

Gelerntes soll nicht nur isoliert verfügbar sein, sondern in unterschiedlichen Aufgabenstellungen angewendet werden. Gelerntes und Erfahrungen müssen auf neue Situationen übertragen werden. Kaufleute suchen deshalb bewusst die Verbindung zwischen dem Einzelwissen, den Erfahrungen und neuen beruflichen Situationen. Sie übertragen Ergebnisse auf bekannte und neue Situationen.

1.14 Angepasste Umgangsformen

Kaufleute kommen in ihrem Arbeitsumfeld mit verschiedenen Personengruppen in Kontakt und müssen unterschiedliche Situationen meistern. Diese Personen erwarten Umgangsformen und Verhalten, die auf sie und die Situation abgestimmt sind. Kaufleute sind sich dessen bewusst. Es gelingt ihnen, durch entsprechende Sprache, Einhalten von Höflichkeitsregeln und Entwickeln von Feingefühl auf die jeweilige Situation angemessen zu reagieren und diese mitzugestalten.

1.15 Verhandlungsfähigkeit

Beim Wahrnehmen verschiedener Interessenlagen mit internen und externen Kundinnen und Kunden ist die Fähigkeit, zielorientiert zu verhandeln, eine wichtige Voraussetzung. Kaufleute sind in der Lage, ihre Interessen situationsgerecht und flexibel in Verhandlungssituationen einzubringen und erfolgreich zu vertreten.

1.16 Eigene Werthaltungen kommunizieren

In verschiedenen Situationen verfolgen Kaufleute Interessen und Ziele. Oft begleiten Werthaltungen ihr Handeln und beeinflussen das Image des Betriebs. Werte bestimmen auch das Image von Betrieben. Kommunikation und Kooperation erleiden weniger Konflikte, wenn beide Seiten die jeweiligen Wertvorstellungen kennen und respektieren.

2. Methodenkompetenzen

2.1 Analytisches und geplantes Vorgehen

Manche Arbeiten sind komplex und unübersichtlich. Oft führen Tätigkeiten nicht zum Ziel, wenn man einfach blind anfängt zu arbeiten. In solchen Fällen ist es hilfreich, zuerst die Verhältnisse zu analysieren, einen Handlungsplan zu entwerfen und dann danach zu arbeiten.

2.2 Arbeitstechniken

Unterschiedliche Arbeiten und Aufträge verlangen eine breite Palette von Arbeitstechniken und Instrumenten. Für die jeweilige Situation setzen Kaufleute eine angemessene Technik ein.

2.3 Entscheidungstechniken

Kaufleute haben Entscheide zu fällen. Deshalb beherrschen sie eingeübte Entscheidungstechniken, wie z. B. Entscheidungsbaum oder Nutzwertanalyse, und setzen diese situationsgerecht ein.

2.4 Kreativitätstechniken

Sich ändernde Kundenbedürfnisse verlangen neue Methoden und Produkte. Deshalb sind Kaufleute zu Innovationen gezwungen. Sie müssen bereit sein, Hergebrachtes in Frage zu stellen und Neues auszuprobieren. Dazu können gut beherrschte Kreativitätstechniken hilfreich sein.

2.5 Mit Informationsquellen umgehen

Kaufleuten stehen vielfältige Informationen zur Verfügung. Sie müssen deshalb lernen, Informationsträger und -kanäle aufgabenbezogen auszuwählen, Informationen zu bewerten und diese zu verwenden.

2.6 Präsentationstechniken

Arbeiten und Leistungen müssen nicht nur erbracht, sondern oft auch verkauft werden. Dies geschieht meistens in Form einer mündlichen und/oder schriftlichen Präsentation. Verschiedene Situationen verlangen angemessene Präsentationstechniken.

2.7 Problemlösungstechniken

Es gehört zum betrieblichen Alltag, dass Kaufleute einfache wie auch komplexere Probleme zu lösen haben. Dafür beherrschen sie einige Problemlösungstechniken.

2.8 Projektmanagement

In der Wirtschaft werden viele innerbetriebliche Aufgaben als Aufträge von aussen formuliert. Als Umsetzungshilfe bietet sich Projektmanagement an. Dies kann während der Ausbildung an einfachen Aufgaben mit klarem Rahmen eingeübt werden. Kaufleute sind gewohnt, komplexere Aufträge mit Unterstützung des Projektmanagements zu lösen.

2.9 Verhandlungstechniken

In Betrieben entstehen vielfältige und anspruchsvolle Beziehungen zu internen und externen Partnern mit unterschiedlichen Interessen. Gute Ergebnisse sind das Resultat erfolgreicher Verhandlungen. Diese basieren unter anderem auf sorgfältiger Vorbereitung und auf geeignetem Vorgehen bei der Verhandlung selber.

2.10 Verkaufstechniken

Durch die Produktvielfalt, die Konkurrenz und andere Faktoren sind die Kundinnen und Kunden anspruchsvoller geworden. Wichtig für den Kaufentscheid ist ein optimales Verkaufsverhalten. Kaufleuten gelingt es, sich in die Kundinnen und Kunden einzufühlen, deren Bedürfnisse zu erkennen und sich angemessen zu verhalten.

2.11 Vernetztes Denken

Wer nur seine eigenen Aufgaben und Aktivitäten wahrnimmt, wird längerfristig isoliert. Viele wirtschaftliche Abläufe und Zustände beeinflussen sich gegenseitig. Deshalb arbeiten Kaufleute mit Modellen, welche ihnen helfen, Vernetzungen zu erkennen und mitzugestalten.

2.12 Ziele und Prioritäten setzen

Zielorientierung und Pünktlichkeit entscheiden oft über Erfolg oder Misserfolg. Kaufleute gewöhnen sich daher an, realistische Ziele zu setzen, diese sorgfältig zu formulieren und mit wichtigen Zielsetzungen eine Priorität zu verbinden.

Bereiche des Denkens

Jedes Leistungsziel hat eine Kennzeichnung. Diese lautet „K1“ oder „K2“ bis „K6“. Die Kennzeichnungen machen eine Aussage über das geistige Anspruchsniveau des jeweiligen Leistungszieles.

Die Abkürzungen bedeuten:

K1 (Wissensaufgabe)

Wenn die Lernenden dieses Leistungsziel erreichen, müssen sie gelerntes Wissen wiedergeben, zum Beispiel den Namen eines Formulars oder eine Gesetzesvorschrift. Die Lernenden geben das Wissen so wieder, wie sie es gelernt haben.

K2 (Verständnisaufgabe)

Die Lernenden müssen zum Erreichen dieses Leistungszieles etwas verstehen oder begreifen, zum Beispiel, warum man die Börse für Aktien von Unternehmen geschaffen hat, oder warum sich Versicherungsunternehmen wiederum selber rückversichern.

K3 (Anwendungsaufgabe)

Die Lernenden übertragen das Gelernte in eine ganz neue Situation oder münzen es auf eine spezifische Anwendung um. Beispiel: Sie haben zwar auf dem Buchhaltungssystem X gelernt. Sie finden sich aber auch auf dem Buchhaltungssystem Y zurecht. Oder: Sie haben die Haftungsregelung anhand einer neuen Entscheidung des Bundesgerichtes gelernt und können sie nun auf die Dienstleistung im eigenen Betrieb übertragen.

K4 (Analyseaufgabe)

Die Lernenden untersuchen einen Fall, eine komplexe Situation oder ein System und leiten daraus selbständig die zu Grunde liegenden Strukturen und Prinzipien ab, ohne dass sie sich damit vorher vertraut machen konnten. Als Beispiel die Frage: Wie kommt es, dass eine Krankenversicherung ihren Mitgliedern immer wieder die entstandenen Kosten vergüten kann?

K5 (Syntheseaufgabe)

Die Lernenden denken weiter. Sie haben eine kreative Idee, die zum Beispiel das bestehende Softwareprogramm verbessern würde. Oder: Die Lehrlinge bringen zwei verschiedene Sachverhalte, Begriffe, Themen, Methoden, die sie gelernt haben, konstruktiv zusammen, um zum Beispiel ein Problem im Geschäftsleben zu lösen. Dabei entsteht etwas Neues.

K6 (Beurteilungsaufgabe)

Die Lernenden bilden sich ein Urteil über einen komplexen Sachverhalt, wie zum Beispiel ein Marketingansatz, eine Softwarelösung für die tägliche Praxis, eine staatliche Regelung, ein komplexes Finanzprodukt oder ein Ablageverfahren. Dabei entwickeln sie ihre eigenen Gesichtspunkte, mit denen sie ihre Beurteilung vornehmen.