



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Volkswirtschaftsdepartement EVD
Bundesamt für Berufsbildung und Technologie BBT
Berufsbildung

Standardlehrpläne

**für die Bildung in beruflicher
Praxis und den schulischen
Unterricht an Handelsmittelschulen**

Impressum

Herausgeber: Bundesamt für Berufsbildung und Technologie (BBT), Bern

Version: 1. Auflage, 28. Oktober 2009

Sprachen: d / f / i



Inhaltsverzeichnis

Teil A: Einführung 5

**Teil B: Standardlehrplan für die Bildung in beruflicher Praxis an Handelsmittelschulen
(SLP Praxis)** 7

Teil A: Einführung 5

1 Einleitung 7

2 Bildung in beruflicher Praxis..... 7

2.1 Inhalt, Umsetzung 7

2.2 Zuständigkeiten und Lernortkooperation 7

2.3 Allgemeine Anforderungen..... 8

2.4 Integrierte Praxisteile (IPT) 9

2.4.1 Allgemeine Anforderungen..... 9

2.4.2 Spezifische Anforderungen..... 9

2.4.2 Dokumentation 10

2.5 Betriebspрактиkum (BP) 10

2.5.1 Spezifische Anforderungen 10

2.5.2 Überbetriebliche Kurse..... 11

2.5.3 Dokumentation 11

2.6 Problemorientierter Unterricht (POU)..... 11

2.6.1 Anforderungen 11

2.6.2 Dokumentation 11

2.7 Prozesseinheiten (PE)/Arbeits- und Lernsituationen (ALS)..... 11

2.8 Konsequenzen für den Standardlehrplan für den schulischen Unterricht an
Handelsmittelschulen (SLP Schule)..... 12

2.9 Sicherung der Qualität der Bildung in beruflicher Praxis 12

3 Organisationsstruktur 13

3.1 Bildungsmodelle 13

3.2 Umfang der beruflichen Grundbildung 13

4 Qualifikationsprofil..... 14

5 Handlungskompetenzen und Leistungsziele für die Bildung in beruflicher Praxis 14

5.1 Einführung 14

5.2 Betriebliche LZ nach Handlungskompetenzbereichen 16

5.3 Betriebliche LZ im schulischen Unterricht 29

6 Qualifikation der Lehrenden an Handelsmittelschulen 30

7 Qualifikationsverfahren 30

**Teil C: Standardlehrplan für den schulischen Unterricht an Handelsmittelschulen
(SLP Schule)** 33

1 Einleitung 31

1.1 Lektionentafel und HMS-spezifische Anforderungen..... 31

1.2 Anforderungen der Berufsmaturität (BM)..... 32

1.3 Integration der Bildung in beruflicher Praxis und des klassischen schulischen Unterrichts 32

1.4 Abstimmung der drei Konzepte im SL und deren Auswirkungen auf das Qualifikations-
verfahren 34



2	Fachlehrplan Sprachen: Erste Landessprache, zweite Landessprache, dritte Sprache	35
2.1	Erste Landessprache	35
2.1.1	Lektionentafel	35
2.1.2	Anforderungen der Bildung in beruflicher Praxis	35
2.1.3	Inhaltliche Strukturierung	35
2.1.4	Inhalte und Ziele	36
2.2	Zweite Landessprache und dritte Sprache	39
2.2.1	Lektionentafel	39
2.2.2	Anforderungen der Bildung in beruflicher Praxis	39
2.2.3	Inhaltliche Strukturierung	39
2.2.4	Inhalte und Ziele	39
2.2.5	Qualifikationsverfahren	43
3	Fachlehrplan Wirtschaft und Gesellschaft (W&G)	43
3.1	Lektionentafel	43
3.2	Anforderungen der Bildung in beruflicher Praxis	43
3.3	Inhaltliche Strukturierung	43
3.4	Inhalte und Ziele	44
4	Fachlehrplan IKA	48
4.1	Lektionentafel	48
4.2	Anforderungen der Bildung in beruflicher Praxis	48
4.3	Inhaltliche Strukturierung	49
4.4	Inhalte und Ziele	49
4.5	Qualifikationsverfahren	51
1	Unterlagen zur Umsetzung der Standardlehrpläne	52
2	Abkürzungsverzeichnis	52



Teil A: Einführung

Die Handelsmittelschulen (HMS) sind mit einer wichtigen Herausforderung konfrontiert. Aufgrund der gesetzlichen Vorgaben¹ müssen HMS als Vollzeitschulen Gewähr bieten, dass der Unterricht die notwendigen Kompetenzen vermittelt, die ihre Absolventinnen und Absolventen zum Erwerb eines Eidgenössischen Fähigkeitszeugnisses (EFZ) berechtigen. Deshalb wird die Bildung in beruflicher Praxis in die berufliche Grundbildung integriert. Das EFZ gilt auch als notwendige Bedingung für das Erlangen einer Berufsmaturität (BM) und soll, dank des angestrebten berufspraktischen Mehrwerts, den Zugang zum Arbeitsmarkt erleichtern.

Die mit den gesetzlichen Vorgaben verbundenen Reformen der HMS bieten sich als Chance an, eine neue Sicht der Beziehung zwischen praktisch orientierter Berufsbildung und kulturell fundierter Allgemeinbildung in der Schul- und Unterrichtspraxis umzusetzen. Als Hauptziel gilt es, die bewährte kulturelle und pädagogische Identität der HMS mit der Aufnahme von direkt auf die berufliche Praxis bezogenen Elementen zu bereichern und zugleich der Vielfalt des kaufmännischen Berufsfeldes besser gerecht zu werden. Aus den daraus entstehenden Erfahrungen soll eine neue Identität mit einer integrierenden Lehr- und Lernkultur hervorgehen.

Will man dieses anspruchsvolle Ziel erreichen, so müssen einerseits die Anforderungen der beruflichen Praxis an die HMS identifiziert und andererseits diese Anforderungen mit den eigenen pädagogischen und kulturellen Ansprüchen der HMS in Verbindung gebracht werden. Gerade diese Aufgaben haben die *Standardlehrpläne für die Bildung in beruflicher Praxis und den schulischen Unterricht an Handelsmittelschulen* übernommen. Die Vereinigung dieser beiden aufeinander abgestimmten Umsetzungsinstrumente im vorliegenden Dokument unterstreicht die Notwendigkeit einer ganzheitlichen Betrachtung: die beiden Standardlehrpläne bilden sozusagen die doppelte Grundlage eines Prozesses, der mittels *Schullehrplänen* (SL) in der Ausbildungspraxis zu einer Synthese gelangen soll. Dabei wird vorausgesetzt, dass die steuernden Vorgaben zur Gestaltung des Unterrichts an den HMS im Reglement zur kaufmännischen Grundbildung² und im Rahmenlehrplan (RLP) für die BM³ sowie in den HMS-Richtlinien⁴ eingehalten sind.

Somit lassen sich drei hierarchisch aufeinander bezogene Lehrplanebenen identifizieren:

Ebene 1: *Standardlehrplan für die Bildung in beruflicher Praxis an Handelsmittelschulen (SLP Praxis)*. In diesem Lehrplan werden die verbindlichen Anforderungen aus der praktischen Sicht der kaufmännischen Grundbildung (Reglement 2003) wiedergegeben sowie wichtige organisatorische und didaktische Hinweise zu deren Umsetzung im Lehr- und Lernprozess formuliert. Diese verbindlichen Leistungsziele (LZ) müssen auf der nächsten Ebene konkretisiert werden.

Ebene 2: *Standardlehrplan für den schulischen Unterricht an Handelsmittelschulen (SLP Schule)*. Dieser Lehrplan enthält verbindliche schulische LZ gemäss Reglement 2003 und bringt die verbindlichen Vorgaben des SLP Praxis mit den eigenen Ansprüchen der HMS auf einen gemeinsamen Nenner und bildet so den Rahmen für die erwünschte Synthese von praktischen und allgemein bildenden Komponenten. Inhalte und Ziele des SLP Schule entsprechen grundsätzlichen Anforderungen, die für alle Landesteile gelten. Allfällige spezifische Bedürfnisse und Konkretisierungen werden in den SL der einzelnen Bildungsstätten definiert.

Ebene 3: *Schullehrplan (SL)*. Der SL wird an jeder Schule unter Beteiligung der Lehrkräfte erstellt und ist aufgrund seiner Nähe zum kulturellen Umfeld und zur beruflichen Praxis das wichtigste Instru-

¹ Bundesgesetz vom 13. Dezember 2002 über die Berufsbildung (Berufsbildungsgesetz, BBG; SR 412.10), Verordnung vom 19. November 2003 über die Berufsbildung (Berufsbildungsverordnung, BBV; SR 412.101), Verordnung vom 30. November 1998 über die Berufsmaturität (Berufsmaturitätsverordnung; SR 412.103.1). Art. 16 Abs. 2 Bst. a BBG hält fest, dass die Vermittlung der beruflichen Grundbildung u.a. in Handelsmittelschulen als Institutionen für die Bildung in beruflicher Praxis erfolgen kann.

² 68200 Kauffrau/Kaufmann – Erweiterte Grundbildung: Reglement vom 24. Januar 2003 über die Ausbildung und die Lehrabschlussprüfung/Ausbildungsziele für den betrieblichen und schulischen Teil der Lehre/Systematik der Prüfungselemente (Reglement 2003). Ergebnisse der Arbeiten an der neuen Bildungsverordnung für Kaufleute werden erst später eingebaut.

³ Rahmenlehrplan vom 4. Februar 2003 für die Berufsmaturität kaufmännischer Richtung (Lektionentafel Kaufleute, integratives Modell).

⁴ Richtlinien vom 26. November 2009 für die Organisation der beruflichen Grundbildung und des Qualifikationsverfahrens an Handelsmittelschulen (HMS-Richtlinien).



ment für die Gestaltung der Ausbildung. De facto kann der SL den spezifischen Bedürfnissen der Schule und der Praxis auf regionaler, kantonaler und lokaler Ebene entsprechen und so wesentlich zum eigenständigen Profil der einzelnen Schule beitragen.⁵

Die zwei vorliegenden Standardlehrpläne sind aufeinander abgestimmt und ergänzen sich. Für deren Umsetzung in den SL gilt es, insbesondere folgende *Eckwerte* zu beachten:

Die HMS-Richtlinien sehen zwei Bildungsmodelle vor:

Modell i:

ein Angebot mit integrierter Bildung in beruflicher Praxis, das in drei Jahren direkt zum EFZ bzw. in vier oder ausnahmsweise in drei Jahren zum EFZ und zur BM führt.

Modell 3+1:

ein Angebot mit teilweise integrierter Bildung in beruflicher Praxis und Langzeitpraktikum, das zum EFZ und zur BM führt.

Das EFZ und ein allfälliges BM-Zeugnis werden am Ende der Gesamtausbildung durch die zuständige kantonale Stelle abgegeben.

Der SLP Praxis definiert den Rahmen für die Struktur der Gesamtausbildung an einer HMS, insbesondere die Lektionentafel (Teil B Ziff. 3.2).

Mit der Integration der Bildung in beruflicher Praxis wird ein möglichst naher und direkter Bezug zur Arbeitswelt und zu den Arbeitssituationen hergestellt, der in der Form (Dauer und Ausgestaltung von Praxisteilen, Qualifikationsverfahren, Anforderungen an die Lehrpersonen) mit der zuständigen Organisation der Arbeitswelt (OdA) abgesprochen ist. Diese Integration erfolgt über verschiedene strukturelle und didaktische Massnahmen (Teil B Ziff. 2): die Intensivierung des *problemorientierten Unterrichts (POU)*, die Einführung von *integrierten Praxisteilen (IPT)* und die Integration von *Betriebspraktika (BP)*.

⁵ Die Anleitung zur Umsetzung der Standardlehrpläne in einen Schullehrplan ist beim Eidgenössischen Hochschulinstitut für Berufsbildung EHB erhältlich.



Teil B: Standardlehrplan für die Bildung in beruflicher Praxis an Handelsmittelschulen (SLP Praxis)

1 Einleitung

Im vorliegenden SLP Praxis werden die verbindlichen Anforderungen aus der berufspraktischen Sicht der kaufmännischen Grundbildung (Reglement 2003) an die HMS formuliert. Dabei führt die Integration der Bildung in beruflicher Praxis in die Gesamtausbildung zu einer dreistufigen Hierarchie der betrieblichen LZ für HMS:

- LZ, die unabdingbar einer (betriebs-)praktischen Umgebung bedürfen. Sie werden entweder in BP und/oder in IPT verfolgt;
- LZ, die in einem schulischen Kontext verfolgt werden können, sofern sich diese Lehr-/Lernarrangements an der Betriebspraxis orientieren und nach praktischen Situationen richten (POU);
- LZ, die im schulischen Unterricht vermittelt werden.

2 Bildung in beruflicher Praxis

2.1 Inhalt, Umsetzung

Mit der Bildung in beruflicher Praxis werden jene (Leistungs-)Ziele verfolgt, die einen betrieblichen bzw. betriebsnahen Kontext erfordern, wie er in der dualen Bildung im Lernort Betrieb vorhanden ist.

An der HMS findet diese Bildung in beruflicher Praxis

- in integrierten Praxisteilen (IPT),
- in Betriebspraktika (BP) sowie
- im problemorientierten Unterricht (POU) statt.

Diese Ausbildungselemente erfordern somit einen Kontext, wie er an einer Vollzeitberufsfachschule noch nicht überall üblich ist.

Der SLP Praxis umschreibt die methodisch-didaktischen Rahmenbedingungen an die Bildung in beruflicher Praxis.

Zur Steuerung der Lernprozesse der Lernenden in den IPT und den BP wird eine Lern- und Leistungsdokumentation (LLD) eingesetzt. Inhalt und Funktion dieser Dokumentation werden durch die OdA, gestützt auf die Wegleitung der Schweizerischen Prüfungskommission für die kaufmännische Grundbildung (SPK), bestimmt. Sie ist eine Grundlage für das Qualifikationsverfahren.

2.2 Zuständigkeiten und Lernortkooperation

Bund, Kantone, HMS und OdA arbeiten in der beruflichen Grundbildung an HMS zusammen. Deren Aufgaben und Kompetenzen ergeben sich aus den Richtlinien. Im Rahmen der Umsetzung übernehmen die OdA die folgenden Aufgaben:

- Herausgabe der LLD,
- Durchführung der überbetrieblichen Kurse (üK) im Modell 3+1,
- Nominierung von Expertinnen und Experten für das Qualifikationsverfahren in beruflicher Praxis für das Modell i und für das Modell 3+1.

Weitergehende Aufgaben im Rahmen der Umsetzung der IPT und der BP (z.B. Einführung in die Führung der LLD, Vermittlung von berufspraktischen Inhalten und Einführung in die Erarbeitung von



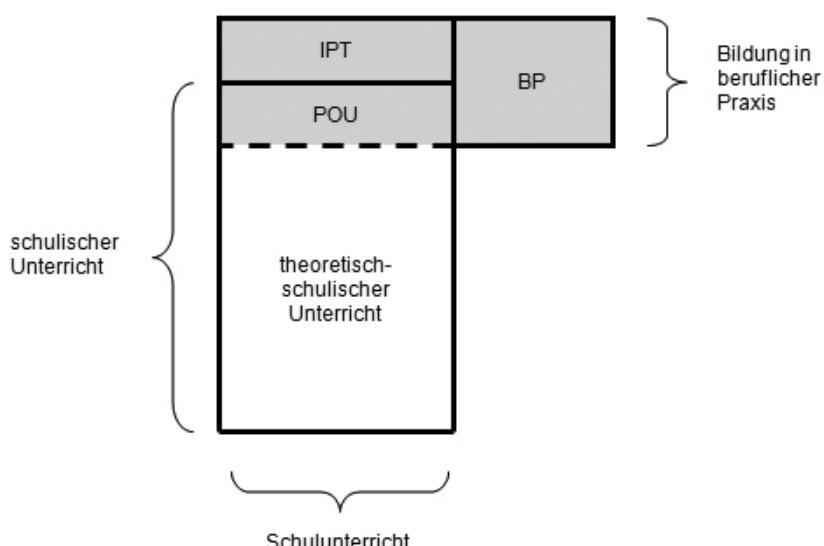
Prozesseinheiten (PE) bzw. von Arbeits- und Lernsituationen (ALS), Vorbereitung auf die betriebliche Prüfung) sind nicht reglementiert und müssen im Sinne einer Kooperation zwischen den HMS und den OdA vor Ort vereinbart werden.

2.3 Allgemeine Anforderungen

Die Bildung in beruflicher Praxis ist in den Schulunterricht integriert bzw. mit diesem vernetzt. IPT und schulischer Unterricht ergänzen sich.

Der Schulunterricht umfasst denjenigen Unterricht, der durch die Schule durchgeführt wird (theoretisch-schulischer Unterricht, POU, IPT). Unter schulischem Unterricht sind diejenigen Teile des Schulunterrichts gemeint, die nicht in einem betriebsnahen Umfeld vermittelt werden (d.h. Schulunterricht exkl. IPT).

Die folgende Darstellung zeigt diese Zusammenhänge:



In den Fachbereichen IKA, W&G und Sprachen wird eine fachwissenschaftliche Orientierung geschaffen und es werden wesentliche Grundlagen für das Berufsfeld erarbeitet, soweit wie möglich in POU. Die schulischen Fächer bilden eine wichtige Grundlage, auf die in den IPT und den BP aufgebaut werden kann.

Alle LZ des SLP Praxis sind zu erreichen. Ein nachhaltiger Lernerfolg stellt sich dann ein, wenn für den Erwerb der entsprechenden Kompetenzen genügend Zeit zur Verfügung gestellt wird. Bei der Planung und der Durchführung der Ausbildungselemente sind daher genügend Zeitfassäle bereit zu stellen.

Die Bedingungen der erforderlichen Lehr-/Lernumgebung der Bildung in beruflicher Praxis unterscheiden sich wesentlich von einer typischen schulischen Lehr-/Lernumgebung. Bildung in beruflicher Praxis ist durch das gleichzeitige Vorkommen der folgenden Elemente gekennzeichnet:

- Kaufmännische Praxis: Die Lernenden erfüllen Aufgaben, wie sie in der kaufmännischen Praxis gestellt werden. Inhalte und Arbeitsumgebung lehnen sich stark an diese an.
- Integrale Aufgabenstellungen: Kenntnisse und Fähigkeiten aus verschiedenen Disziplinen bzw. Schulfächern sowie Fach-, Methoden-, Selbst- und Sozialkompetenzen werden kombiniert.
- Definiertes Ergebnis („Produkt“): Die Tätigkeit des/der Lernenden führt zu einem definierten Ergebnis mit unmittelbarem Nutzen.
- Verbindung zur Arbeitswelt: Schule und Praxis kommunizieren sowohl auf institutioneller wie auf der Ebene der Lehrenden gegenseitig intensiv. Wichtig sind insbesondere auch regelmässige Kontakte zwischen Schule und Betrieben.



- Verbindung zur Arbeitswelt: Infrastruktur und Hilfsmittel entsprechen so weit wie möglich der realen Arbeitswelt. Entsprechend vorbereitete und methodisch-didaktisch genügend ausgebildete Berufsleute werden beigezogen. Die Lernenden haben Kontakt zur Außenwelt, wie z. B. zu Kundinnen/Kunden.
- Selbstständiges, eigenverantwortliches Handeln innerhalb eines Teams: Der/die Lernende erlebt unmittelbar die Konsequenzen des eigenen Tuns im Rahmen der Aufgabe des gesamten Teams. Er/sie übernimmt dafür die Verantwortung.
- Eigenverantwortung und Fehlerkultur: Eigenverantwortliches Arbeiten umfasst selbstständige Planung, Durchführung und Evaluation der eigenen Tätigkeit sowie der Tätigkeit der Gruppe. Die individuelle Anleitung durch einen Betreuer/eine Betreuerin (Coaching) ist unabdingbar. Das Lerntempo wird zu einem grossen Teil individuell bestimmt. Eine positive Fehlerkultur erlaubt stetige Lernfortschritte.
- Kontinuität und Nachhaltigkeit: Dazu gehören
 - die Integration der Bildung in beruflicher Praxis in die Gesamtausbildung (Vor- und Nachbereitung im theoretisch-schulischen Unterricht);
 - genügend Zeitfassse, um die LZ einzuführen;
 - die Sicherstellung des Coachings, wobei auf eine angemessene Anzahl Lernender pro Coach zu achten ist (ideal wären Betreuungsstandems mit Lehrpersonen und Berufsleuten; in der Regel kann eine Lehrperson allein nicht eine ganze Klasse coachen).
- Kompetenzen als Ausbildungsschwerpunkt: Selbst-, Sozial- und Methodenkompetenzen bilden den Ausbildungsschwerpunkt in der Bildung in beruflicher Praxis. Sie werden an fachlichen Inhalten systematisch geschult. Selbstreflexion und Feedback im Rahmen des Coachings ermöglichen eine gezielte Entwicklung der Lernenden.

2.4 Integrierte Praxisteile (IPT)

2.4.1 Allgemeine Anforderungen

Die Schule plant die IPT auf der Grundlage der in Teil B Ziff. 5.2 umschriebenen Handlungskompetenzen.

Formen von IPT:

- Juniorfirmen (reale Produkte und Geldströme, reale Außenkontakte),
- Übungsfirmen (fiktive Produkte und Geldströme, reale Außenkontakte),
- Lernbüros (fiktive Produkte und Geldströme, fiktive Außenkontakte),
- Auftragsübernahmen (reale Kundenaufträge oder Teile davon werden an die Schule delegiert und durch die Lernenden abgewickelt),
- weitere geeignete Formen (z. B. Planspiele, die Betriebsprozesse abbilden⁶, betriebswirtschaftliche Projekte mit Bezug zur Außenwelt, Vorbereitung von und Mitwirkung an Schulanlässen).

Modell i:

Die IPT sind wegen des fehlenden Langzeitpraktikums von besonderer Bedeutung. Deshalb sind reale Außenkontakte unabdingbar.

2.4.2 Spezifische Anforderungen

In Ergänzung bzw. als Präzisierung zu den allgemeinen Anforderungen gemäss Teil B Ziff. 2.3 gelten für IPT folgende Anforderungen:

- Auflösung des traditionellen Klassenverbandes, individuelles Arbeiten in einer Arbeitsgemeinschaft;
- Die Aufgabenstellungen werden durch Lehrpersonen der verschiedenen Fächer sowie durch Berufsleute gemeinsam erarbeitet. Dabei werden die Bedürfnisse der Lernenden berücksichtigt;

⁶ Planspiele, die Führungsentscheide simulieren, sind als IPT-Formen ungeeignet.



- Vorbereitung auf die auszuführende Tätigkeit durch Vermittlung der theoretischen Kenntnisse und Fähigkeiten im schulischen Unterricht;
- Transfer der im Praxisteil gewonnenen Erkenntnisse in den schulischen Unterricht. Der schulische Unterricht und die Tätigkeit im Praxisteil ergänzen sich im Zeitablauf gegenseitig;
- Schülerzentriertes Arbeiten mit einer entsprechenden Didaktik und Methodik.

2.4.3 Dokumentation

Die Lernenden weisen die in den IPT erworbenen Kompetenzen in ihrer LLD nach.

2.5 Betriebspraktikum (BP)

Modell i:

Es ist ein externes Kurzzeitpraktikum vorgesehen. Dieses kann in begründeten Fällen mit Bewilligung der kantonalen Behörde durch 115 zusätzliche Lektionen für IPT ersetzt werden.

Modell 3+1:

Es ist ein externes Langzeitpraktikum vorgesehen. Dieses kann mit Bewilligung der kantonalen Behörde ausserhalb des Standortkantons der HMS oder im Ausland absolviert werden, sofern die Betreuung, die betrieblichen Ausbildungsteile, der Erwerb der im üK vermittelten Kompetenzen und die Vorbereitung auf die betriebliche Prüfung in geeigneter Weise sichergestellt sind.

2.5.1 Spezifische Anforderungen

Für BP gelten im Übrigen folgende spezifische Anforderungen:

- Die Schule unterstützt die Lernenden bei der Suche nach einer Praktikumsstelle und bei der Vorbereitung auf das Praktikum.
- Jeder/jede Lernende wird während des Praktikums kontinuierlich von einem schulischen Betreuer/einer Betreuerin unterstützt. Diese/r begleitet die Lernenden während des BP und evaluiert dessen Verlauf und Resultate.

Im Weiteren ist Art. 15 BBV zu beachten, wonach die Anbieter der schulisch organisierten Grundbildung (= HMS) u.a. für ein Angebot an Praktikumsplätzen sorgen müssen, das der Zahl der Lernenden entspricht.

Modell i: (Kurzzeitpraktikum):

Erfahrungspotenzial, LZ sowie die Bedürfnisse des Praktikumsbetriebs bestimmen die Praktikumsdauer. Sie soll aber vier aufeinanderfolgende Kalenderwochen nicht unterschreiten.

Der Praktikumsbetrieb erhält eine Liste der vorgängig vermittelten Fach-, Sozial- und Selbstkompetenzen (Wissen, Einstellungen, Fertigkeiten). Gestützt darauf erarbeiten die Betreuenden aus Schule und Betrieb für das BP gemeinsam die Zielsetzungen.

Modell 3+1 (Langzeitpraktikum):

Für die Betreuung im Langzeitpraktikum erlässt die Schule in Absprache mit der zuständigen OdA ein Pflichtenheft.⁷ Darin ist die Zusammenarbeit zwischen der Schule und dem Praktikumsbetrieb zu regeln, insbesondere Zuständigkeiten und Verantwortlichkeiten, Struktur und Dauer der BP sowie Art und Weise der Evaluation des Verlaufs und der Resultate der BP.

Für die Aufgaben der schulischen Betreuungsperson im Langzeitpraktikum gemäss Pflichtenheft ist mit einem Aufwand von mindestens 0.2 Wochenlektionen pro lernende Person zu rechnen.

Die LZ für das Langzeitpraktikum, die Grundlagen für die Umsetzung der ALS und der PE sowie für die mündliche und schriftliche Prüfung am Ende der beruflichen Grundbildung ergeben sich aus der LLD der beteiligten Ausbildungs- und Prüfungsbranchen.

⁷ Die SBBK und die KSHR werden zusammen mit der SKKAB ein Musterpflichtenheft ausarbeiten.



Das Langzeitpraktikum basiert auf einer vertraglichen Regelung zwischen Betrieb und lernender Person oder zwischen Betrieb und Schule. In diesem Vertrag müssen insbesondere Zielsetzungen des BP, Ausbildungsinhalte, Rechte und Pflichten des Betriebs und der Lernenden geregelt sowie die Namen der zuständigen Betreuungspersonen in Schule und Betrieb genannt werden. Ein entsprechendes Formular kann über den SDBB bezogen werden.

2.5.2 Überbetriebliche Kurse

Modell 3+1:

Im Langzeitpraktikum finden üK im Umfang von mindestens vier Tagen statt. Diese umfassen mindestens vier Arbeitstage und werden durch die beteiligten Ausbildungs- und Prüfungsbranchen organisiert. In den üK werden berufspraktische Inhalte vermittelt, PE bearbeitet sowie die Lernenden auf die betriebliche Prüfung vorbereitet.

2.5.3 Dokumentation

- a) Die Schule führt eine Dokumentation über die durchgeführten Praktika. Diese nimmt Bezug auf die Anforderungen gemäss Teil B Ziff. 2.3 und 2.5.1, beschreibt die Evaluation und nennt die Schlussfolgerungen für zukünftige Praktika.
- b) Die Lernenden weisen die im BP erworbenen Kompetenzen in ihrer LLD nach.

2.6 Problemorientierter Unterricht (POU)

2.6.1 Anforderungen

In den Fächern Information/Kommunikation/Administration (IKA), in den Wirtschaftsfächern und in den Sprachfächern werden zumindest die in der Lektionentafel (Teil B Ziff. 3.2. Anmerkung 1) aufgeführten Anteile in der Form von POU durchgeführt.

Der POU als didaktisches Prinzip ist eine Anforderung an den Unterricht und im SL zu konkretisieren. Er verfolgt die Zielsetzungen des SLP Praxis (Teil B Ziff. 5) sowie des SLP Schule (Teil C). Er orientiert sich dabei in erster Linie an Problemstellungen und Situationen aus der betrieblichen Praxis, wie sie ein Lernender/eine Lernende nach der Grundbildung antreffen könnte. Berufsleute können bei der Entwicklung der Aufgabenstellungen einen Beitrag leisten.

POU ist schülerzentriert und verwendet erweiterte Lehr- und Lernformen.

Der theoretisch-schulische Unterricht konzentriert sich auf die Vermittlung der Instrumente, die für die Lösung der Aufgabenstellungen der praxisorientierten Situationen vorgängig instruiert und allenfalls eingeübt werden müssen. Soweit möglich sind neue Instrumente im Rahmen der Aufgabenstellungen für die praxisorientierten Situationen zu vermitteln.

2.6.2 Dokumentation

Die Schule verfügt über einen SL, der

- die praxisorientierten Situationen beschreibt;
- diesen die LZ, die Selbst-/Sozial- und Methodenkompetenzen zuordnet;
- allenfalls die Schnittstellen zum theoretisch-schulischen Unterricht definiert;
- Aussagen über die verwendete Didaktik und Methodik sowie über die Evaluation des POU macht.

2.7 Prozesseinheiten (PE)/Arbeits- und Lernsituationen (ALS)

Zwei PE und zwei ALS sind Bestandteil des Qualifikationsverfahrens für die Bildung in beruflicher Praxis. Sie können ab dem zweiten Ausbildungsjahr im Rahmen eines integrierten Praxisteils oder eines Praktikums durchgeführt werden (HMS-Richtlinien, Ziff. 9.1).



Modell 3+1:

Je eine PE wird im Rahmen eines integrierten Praxisteils und im Langzeitpraktikum bearbeitet. Beide ALS werden im Langzeitpraktikum bearbeitet.

In einer PE wird an einem betrieblichen Arbeitsablauf (Prozess) prozessorientiertes Denken geschult und durch die Lernende/den Lernenden reflektiert. PE fördern das Verständnis für den Beitrag, den ein Prozess bzw. eine Prozessphase zum Erfolg einer Unternehmung leistet.

Im Rahmen der ALS werden die Leistung (Fachkompetenz) und das Verhalten (Sozial- und Methodenkompetenz) der Lernenden beurteilt.

PE und ALS orientieren sich an den in Ziff. 5.2 umschriebenen Handlungskompetenzen.

Die SPK erlässt Ausführungsbestimmungen für die Planung, die Durchführung sowie die Bewertung der PE und der ALS.

2.8 Konsequenzen für den Standardlehrplan für den schulischen Unterricht an Handelsmittelschulen (SLP Schule)

Der Umfang der Bildung in beruflicher Praxis ist an einer HMS deutlich geringer als in der dualen Grundbildung. Damit dennoch ein EFZ abgegeben werden kann, sind die theoretisch-schulische Bildung und die Bildung in beruflicher Praxis aufeinander abgestimmt. Diese Abstimmung erfolgt über die Standardlehrpläne sowie über die einzelnen SL.

Dies bedeutet insbesondere, dass

- der SLP Schule Aussagen über die Vermittlung von Fach-, Methoden, Selbst- und Sozialkompetenzen enthält;
- der SLP Schule einzelne, ihm zugewiesene LZ der betrieblichen Praxis aufnimmt (Teil B Ziff. 5.5 und 5.6);
- der Schulunterricht dort - wo notwendig - auf einer Didaktik und Methodik beruht, wie sie die Bildung in beruflicher Praxis verlangt;
- aus den Standardlehrplänen die Schnittstellen zu den IPT sowie den BP ersichtlich sind (Vor- und Nachbereitung);
- die SL die Einzelheiten des POU definieren;
- die Synergien zwischen schulischem Unterricht und Bildung in beruflicher Praxis genutzt werden.

2.9 Sicherung der Qualität der Bildung in beruflicher Praxis

Die Qualitätssicherung fördert die zielorientierte Weiterentwicklung der einzelnen Instrumente für die Bildung in beruflicher Praxis sowie die systematische Weiterbildung der Lehrenden aus Schule und Praxis.

Die Qualitätssicherungskonzepte, die im Rahmen der dualen Ausbildung zum EFZ sowie zum Erwerb der BM entwickelt wurden, gelten auch für die HMS.

Der SL, die Dokumentation der IPT und der BP sowie die LLD der Lernenden werden als Qualitätssicherungsinstrumente genutzt.

Die Schule führt die Qualitätssicherung im Rahmen ihres ordentlichen Qualitätssicherungs-Systems nach kantonalen Vorgaben durch.⁸

⁸ Die SBBK wird für die Bildung in beruflicher Praxis zusammen mit der KSHR und der OdA einen gemeinsamen Qualitätsrahmen entwickeln.



3 Organisationsstruktur

3.1 Bildungsmodelle

Der Modellentscheid (Modell i und/oder Modell 3+1) wird durch die zuständige kantonale Behörde gefällt. Sofern dies die organisatorischen Rahmenbedingungen zulassen, kann der Richtungentscheid für das EFZ allein oder kombiniert mit der BM nach dem ersten Ausbildungsjahr gefällt werden. Dies bedingt dieselbe Fächerstruktur und dieselben Lektionenzahlen für beide Ausbildungswege im ersten Ausbildungsjahr.

In beiden Modellen sind dieselben betrieblichen LZ zu erreichen.

3.2 Umfang der beruflichen Grundbildung

Grundlage für den Fächerkanon und für die Lektionenzahlen an einer HMS bilden das Reglement 2003 und der RLP für die kaufmännische BM.

Lektionentafel (Schulunterricht)	EFZ Mod. i	EFZ/BM Mod. i	EFZ/BM Mod. 3+1
Erste Landessprache ^a	480	480	480
Zweite Landessprache ^a	400	400	400
Dritte Sprache ^a	400	400	400
IKA ^a	480	480	480
Wirtschaftsfächer ^{a, b}	580	680	640
Fächerübergreifende Projekte und Arbeitstechniken	160	160	160
IPT	500	500	160
Sport	360	480	360
Geschichte und Staatslehre	160 ^c	160	160
Mathematik	240 ^c	240	240
Ergänzungsfächer BM		160	160
Weitere Fächer	80	660	440
Total	3840	4800	4080
Davon Bildung in beruflicher Praxis (ohne BP)	1220	1220	880
Lktionen/Woche	32	30	34
Dauer (Jahre)	3	4 ^d	3
BP	e	e	f

Anmerkungen:

- ^a POU: Insgesamt sind 720 Lktionen problemorientiert zu unterrichten (mindestens 90 % im Fachbereich IKA und mind. 30 % im Fachbereich W&G).
- ^b Sammelbegriff für Wirtschaft und Gesellschaft (EFZ) bzw. Volkswirtschaft/Betriebswirtschaft/Recht sowie Finanz- und Rechnungswesen (BM).
- ^c Die LZ Geschichte/Staatslehre bzw. Mathematik EFZ richten sich vorläufig nach dem bisherigen RLP HMS von 1981. Im Übrigen ist der Hinweis in Teil C Ziff. 1.4 Fussnote 15 zu beachten.
- ^d Bei einer Konzentration auf drei Jahre sind die Lektionenzahlen für Sport und diejenigen in den weiteren Fächern anzupassen.
- ^e BP von vier Wochen zu 100%. In begründeten Fällen kann eine Schule mit Bewilligung der kantonalen Behörde an Stelle des BP die IPT um 115 Lktionen erweitern.
- ^f BP im Umfang von mind. einem Kalenderjahr zu 100 % (inkl. üK von mind. 4 Tagen, inkl. Ferien von 5 Wochen).



4 Qualifikationsprofil

Das Reglement 2003 enthält das Qualifikationsprofil implizit in den zu den einzelnen Kernkompetenzen formulierten Leitideen und Dispositionszügen unter Berücksichtigung der Methoden- und Sozial-/Selbstkompetenzen. Leitideen und Dispositionszüge sind im Anhang (Dokument 1) ersichtlich.

Die Bildung in beruflicher Praxis und das entsprechende Qualifikationsverfahren orientieren sich an den in Ziff. 5.2 umschriebenen Handlungskompetenzen.

5 Handlungskompetenzen und Leistungsziele für die Bildung in beruflicher Praxis

5.1 Einführung

Die Lernziele im Reglement 2003 sind nach der Triplexmethode aufgebaut. Die Leitideen bilden die oberste Ebene. Sie machen eine – auch normative – Aussage darüber, weshalb ein Ziel für die Ausbildung wesentlich ist. Auf der zweiten Ebene beschreiben die Dispositionszüge Verhaltensweisen, Einstellungen und Haltungen, welche die Lernenden bis zum Ende der Ausbildung erwerben sollen. Die LZ der dritten Ebene konkretisieren Leitideen und Dispositionszüge. Leitideen und Dispositionszüge sind für die schulische wie die betriebliche (praktische) Grundbildung identisch (Anhang, Dokument 1). Diese Leitideen und Dispositionszüge sind in den nachstehenden Handlungskompetenzbereichen und Handlungskompetenzen für die Ausbildung an einer HMS enthalten.

Die kaufmännische Grundbildung geht von einem handlungsorientierten Ansatz aus. Fachkompetenzen sind in der Ausbildung zwingend mit Methoden-, Selbst- und Sozialkompetenzen zu verbinden. Für jedes LZ wird daher angegeben, mit welchen Selbst- bzw. Sozialkompetenzen und mit welcher Methodenkompetenz es in der Ausbildung kombiniert werden kann.

Die LZ der Bildung in beruflicher Praxis sind im Hinblick auf die Rahmenbedingungen an einer Vollzeitschule angepasst. Sie sind nach Handlungskompetenzbereichen⁹

- A Material bewirtschaften
- B Kunden beraten
- C Aufträge abwickeln
- D Massnahmen des Marketings und der Öffentlichkeitsarbeit umsetzen
- E Aufgaben der Personaladministration ausführen
- F Finanzwirtschaftliche Prozesse ausführen
- G Administrative und organisatorische Tätigkeiten ausüben

sowie nach Modellen (Modell 3+1 und Modell i) strukturiert und erlauben es den HMS, die Zuteilung der LZ zu den IPT und den BP vorzunehmen. Die zusätzlichen betrieblichen LZ, die ausschliesslich im schulischen Unterricht vermittelt werden, finden sich unter Teil B Ziff. 5.3. Die nachstehenden Tabellen dienen als Empfehlung und als Umsetzungshilfe für die Arbeit auf SL-Ebene.

Erläuterungen:

Die Beschreibungen der Selbst-/Sozial- und Methodenkompetenzen sowie der Taxonomiestufen finden sich im Anhang (Dokumente 2 und 3).

Die Nummerierung der LZ folgt folgender Systematik:

Erste Ziffer: Fach

Zweite Ziffer: Leitidee (Kernkompetenz)

⁹ Die Handlungskompetenzbereiche und die Handlungskompetenzen richten sich nach dem Qualifikationsprofil der IGKG Schweiz vom 11.5.2009 für das E-Profil Kauffrau/Kaufmann zur Validierung von Bildungsleistungen.



- Dritte Ziffer: Dispositionsziele zur Leitidee
- Vierte Ziffer: LZ zum Dispositionsziel
- SSK Selbst-/Sozialkompetenz
- MK Methodenkompetenz
- Tax Taxonomie (K-Stufe) = Mindestvorgabe
- *
- * Die mit * bezeichneten LZ können im Langzeitpraktikum (Modell 3+1) durch branchenspezifische LZ der beteiligten Ausbildungs- und Prüfungsbranchen ersetzt oder branchenspezifisch ausformuliert werden. Zusätzliche branchenspezifische LZ im BP sind möglich.
- +
- + Die mit + bezeichneten LZ müssen vorgängig im schulischen Unterricht eingeführt werden.



5.2 Betriebliche LZ nach Handlungskompetenzbereichen

Handlungs-kompetenz-bereich	Handlungs-kompetenz	LZ HMS	Beschreibung	SSK	MK	Tax	Modell 3+1			Modell i	Beide Modelle
							IPT (160 L.)	BP	*/+		
A Material bewirtschaften	A 1 Ist fähig, Material und Waren gemäss betrieblichen und rechtlichen Vorgaben zu beschaffen.	3.3.8.1 Angebote prüfen	Kaufleute sind in der Lage, verschiedene Offerten anhand folgender Kriterien zu prüfen: Qualität, Preis, Lieferfrist, Ruf des Lieferanten, Liefer- und Zahlungsbedingungen. Sie wählen die optimale Offerte und begründen ihre Entscheidung.	1.5	2.3	K 5	3.3.8.1			3.3.8.1	W&G
	A 2 Ist fähig, Material und Waren gemäss Anforderungen fachgerecht gemäss Vorgaben zu lagern.	3.3.8.2 Ein Lager oder eine Materialstelle verwalten	Kaufleute können eine Lagerhaltung autonom verwalten, z. B. Büromaterial.	1.4	2.2 2.6	K 3	3.3.8.2			3.3.8.2	W&G
	A 3 Ist fähig, die Auslieferung von Material/Waren an Kunden auftragsgerecht zu organisieren.	1.6.1.2 Arbeitsabläufe beschreiben	Kaufleute können einfache Arbeitsabläufe mithilfe eines Flussdiagramms vollständig darstellen.	1.5 1.6	2.6	K 3		1.6.1.2	+	1.6.1.2	W&G
		1.6.1.3 Arbeitsabläufe analysieren	Kaufleute beschreiben bedeutende Arbeitsabläufe eines Betriebes. Sie sind in der Lage, selbst erstellte Abläufe nach verschiedenen Gesichtspunkten zu analysieren und Schwachstellen zu erkennen.	1.7 1.13	2.1 2.4	K 5		1.6.1.3		1.6.1.3	W&G
B Kunden beraten	B 1 Ist fähig, Kundenanfragen gemäss den betrieblichen Vorgaben fachgerecht zu bearbeiten.	1.1.1.1 Kundengespräch vorbereiten	Kaufleute bereiten ein einfaches Kundengespräch nach einem selbst erstellten Plan systematisch vor. Der Plan berücksichtigt alle notwendigen Schritte und Unterlagen eines Verkaufs- oder Beratungsgesprächs.	1.8	2.1	K 5	1.1.1.1			1.1.1.1	L1 / L2 / S3

¹⁰ 500 Lektionen + 115 Lektionen als Ersatz für 4 Wochen Kurzpraktikum.



		1.1.1.3 Kundenbedürfnisse erfragen	Kaufleute erfragen die Bedürfnisse der Kunden mit offenen und geschlossenen Fragen und fassen diese am Schluss für den Kunden und die Nachbearbeitung richtig zusammen. Bei Kundengesprächen sprechen Kaufleute ungezwungen, adressatengerecht und hören dem Gesprächspartner/der Gesprächspartnerin zu.	1.15	2.9	K 5		1.1.1.3		1.1.1.3	L1 / L2 / S3
		2.5.1.1 Die verschiedenen Schritte einer Geschäftsabwicklung kennen	Kaufleute sind fähig, die verschiedenen zeitlichen Phasen einer Geschäftsabwicklung zu unterscheiden und umzusetzen (von der Anfrage bis zur Reklamation).		K 3		2.5.1.1	*	2.5.1.1	IKA	
		2.5.3.2 Ein Telefongespräch führen	In einer gegebenen Situation sind Kaufleute fähig, ein Telefongespräch zu führen (Inserat, Anfrage-Antwort, Mitteilungen). Sie können Informationen zur Kenntnis nehmen und schriftlich festhalten. Die Ausdrucksweise ist zielgerichtet und dem Gesprächspartner/der Gesprächspartnerin angepasst.		K 5		2.5.3.2		2.5.3.2	IKA	
		1.6.1.1 Organigramme interpretieren	Kaufleute können selbstständig konkrete Organigramme, bspw. aus Geschäftsberichten, interpretieren und Auskunft geben über die Informationswege, die Kontrollspanne und mögliche Stabs- und Liniestellen.	1.6	2.1	K 4		1.6.1.1	+/*	1.6.1.1	W&G
	B 2 Ist fähig, Kunden- und Beratungsgespräche auf eine freundliche, überzeugende und zielorientierte Art und Weise zu führen.	1.1.3.1 Umgangsformen anwenden	Kaufleute sind in der Lage, ihre Umgangsformen den verschiedenen Situationen im beruflichen Alltag anzupassen.	1.1 1.14	2.12	K 5		1.1.3.1		1.1.3.1	L1 / L2 / S3
		1.1.1.2 Kundengespräch führen, Kunden überzeugen	Ein Kundengespräch besteht aus offenen und geschlossenen Fragen. Um die Bedürfnisse eines Kunden genau zu erfassen, verwenden Kaufleute in einem Kundengespräch offene Fragen. Sie können die Produkte und/oder Dienstleistungen mit zutreffenden und auf die Kundenwünsche ausgerichteten Argumenten erläutern. Am Schluss des Gespräches fassen sie die vorgebrachten Bedürfnisse richtig zusammen.	1.5 1.6	2.9	K 5		1.1.1.2		1.1.1.2	L1



		1.1.2.1 Argumente und Vorschläge bringen	Kaufleute können mit passenden Argumenten und Vorschlägen auf die Kaufmotive der Kunden eingehen.	1.5 1.6	2.10	K 5		1.1.2.1	*	1.1.2.1	L1
		1.4.1.1 Ziele erreichen	Kaufleute wissen, wie umfangreiche Aufgaben zielgerecht erledigt werden können. Dabei benutzen sie Planungsmodelle wie die "Sechs-Stufenmethode": 1. Information, 2. Planung, 3. Entscheidung, 4. Realisation, 5. Kontrolle und 6. Auswertung.	1.8	2.1 2.8	K 3		1.4.1.1	+	1.4.1.1	IKA
	B 3 Ist fähig, Kundeninformationen und -daten mit den betrieblichen Systemen oder Instrumenten nachvollziehbar und übersichtliche zu verwalten.	1.1.2.3 Gliederung der Kunden- resp. Anspruchsgruppen	Kaufleute erkennen selbstständig Kunden- und andere Anspruchsgruppen und können sie so mit eigenen Worten charakterisieren, dass eine branchenkundige Person die Unterschiede nachvollziehen kann.	1.8	2.2	K 4	1.1.2.3			1.1.2.3	W&G
		1.2.1.2 Kundendatei erklären und führen	Kaufleute begründen anhand einer aktuellen Situation den Wert unterschiedlicher Informationen über Kunden für die Servicequalität ihres Betriebes. Sie erfassen diese Informationen korrekt und erklären einer branchenkundigen Fachperson, wie sie richtig aufbewahrt und verfügbar gemacht werden.	1.3 1.13	2.2	K 5		1.2.1.2	*	1.2.1.2	W&G
	B 4 Ist fähig, Produkte- und Dienstleistungskenntnisse in der Kundenberatung überzeugend einzusetzen.	1.2.1.1 Dienstleistungen kennen	Kaufleute listen selbstständig eine Auswahl der wichtigsten Dienstleistungen ihres Betriebes auf. Die Liste enthält: <ul style="list-style-type: none">• die Serviceleistungen,• die genaue Beschreibung des Kundennutzens,• eventuell mögliche weitere Dienstleistungen.	1.13	2.2 2.3	K 3		1.2.1.1	*	1.2.1.1	W&G
		1.2.2.1 Produkte und Dienstleistungen vorstellen	Kaufleute können selbstständig Produkte und/oder Dienstleistungen eines frei gewählten Betriebes oder Geschäftsbereiches korrekt und kundengerecht vorstellen.	1.6	2.6	K 3		1.2.2.1		1.2.2.1	W&G
		1.2.2.2 Nutzen der Produkte und Dienstleistungen aufzeigen	Kaufleute können mit eigenen Worten den Nutzen und die besonderen Eigenschaften der Produkte und/oder Dienstleistungen eines Betriebes oder Geschäftsbereiches adressatengerecht erläutern.	1.6 1.11	2.6 2.7	K 5		1.2.2.2		1.2.2.2	W&G



C Aufträge abwickeln	C 1 Ist fähig, Arbeiten bei Kundenaufträgen und mit externen Gesprächspartnern fachgerecht und selbstständig auszuführen.	1.7.3.1 Rechnungen erstellen	Kaufleute können eine mehrwertsteuerkonforme Rechnung aufstellen und wichtige Merkmale der Rechnung beschreiben.	1.8	2.1	K 3		1.7.3.1	*/+	1.7.3.1	W&G
		1.2.2.3 Verkaufsformen kennen	Kaufleute zeigen selbstständig bei mindestens drei verschiedenen Verkaufsformen Vor- und Nachteile auf. Dabei können sie spontan Lösungen anbieten, die dazu beitragen, die Nachteile zu vermindern.	1.4	2.7	K 5		1.2.2.3	*	1.2.2.3	W&G
	C 2 Ist fähig, Soll-Ist-Vergleiche nach Vorgaben durchzuführen, Auftrags- und Projektstände zu dokumentieren und Statistiken korrekt zu führen.	2.2.3.3 Eine Datenbank-Software in üblichen Situationen auswerten	Kaufleute kennen die grundsätzlichen Funktionsweisen einer Datenbank. Sie sind fähig, sie zu nutzen, daraus Daten zu entnehmen und sie auszuwerten.			K 4		2.2.3.3	*/+	2.2.3.3	IKA
	C 3 Ist fähig, Reklamationen freundlich und angemessen entgegenzunehmen und sachgerechte Lösungen zu erarbeiten und umzusetzen.	1.1.3.2 Beschwerden entgegennehmen	Kaufleute nehmen Beschwerden, Einwände oder Kritiken sowohl von internen als auch von externen Kunden einfühlsam, ruhig und sachlich entgegen. Sie suchen nach für alle Beteiligten konstruktiven Lösungen.	1.7 1.16	2.7 2.12	K 5		1.1.3.2	*	1.1.3.2	L1 / L2 / S3
		1.1.3.3 Beschwerden formulieren	Kaufleute formulieren Kritik, Bedenken, Probleme oder Beschwerden in konkreten Situationen sachlich und einfühlsam.	1.16	2.12	K 5		1.1.3.3	*	1.1.3.3	L1 / L2 / S3
	C 4 Ist fähig, Produkte- und Dienstleistungskenntnisse in den Arbeitsprozessen fachgerecht einzusetzen.	1.2.1.1 Dienstleistungen kennen	Kaufleute listen selbstständig eine Auswahl der wichtigsten Dienstleistungen ihres Betriebes auf. Die Liste enthält: <ul style="list-style-type: none">• die Serviceleistungen,• die genaue Beschreibung des Kundennutzens,• eventuell mögliche weitere Dienstleistungen.	1.13	2.2 2.3	K 3		1.2.1.1	*	1.2.1.1	W&G
		1.2.2.1 Produkte und Dienstleistungen vorstellen	Kaufleute können selbstständig Produkte und/oder Dienstleistungen eines frei gewählten Betriebes oder Geschäftsbereiches korrekt und kundengerecht vorstellen.	1.6	2.6	K 5		1.2.2.1	*	1.2.2.1	W&G



D Massnahmen des Marketings und der Öffent- lichkeitsarbeit umsetzen	D 1 Ist fähig, den Markt und das Marktumfeld einer Firma in zentralen Bereichen zu analy- sieren.	3.1.1.1 Das Image des Unternehmens kennen	Kaufleute kennen das 'Image' ihres Unter- nehmens, können zu einem guten Image beitragen und dessen Konsequenzen auf das Umfeld des Unternehmens erklären.	1.6	2.6	K 3						W&G
		1.7.4.2 Erscheinungsbilder von Unternehmen vergleichen	Kaufleute können das Erscheinungsbild zweier Unternehmen vergleichen und Gründe für die Unterschiede angeben.	1.13	2.1	K 5						W&G
	D 2 Ist fähig, Markt- beobachtungen und Recherchen zu In- formationen von Produkten und/oder Dienstleistungen durchzuführen.	1.7.2.1 Marketingmix anwenden	Kaufleute können ein Produkt oder eine Dienstleistung anhand des Marketingmix beschreiben.	1.9	2.6	K 2		1.7.2.1	*/+	1.7.2.1		W&G
		3.3.6.1 Den Markt beschreiben	Kaufleute können auf der Grundlage einer vorhandenen Marktanalyse die Komponen- ten des Marktes beschreiben (z. B. Kon- sumentInnen, KonkurrentInnen).	1.16	2.5	K 2						W&G
	E Aufgaben der Personaladmi- nistration aus- führen	E 1 Ist fähig, die zentralen Aufgaben bei Personalein- und -austreten zu bearbeiten.	1.7.1.1 Arbeitsvertrags- inhalte kennen	Kaufleute kennen die Unterschiede zwi- schen Einzelarbeitsvertrag und Gesamtar- beitsvertrag und können diese mit eigenen Worten beschreiben.	1.13	2.1	K 2		1.7.1.1	*/+	1.7.1.1	W&G
			1.7.1.2 Arbeitsverträge unterscheiden	Kaufleute können Lehrvertrag, Einzelar- beitsvertrag und Gesamtarbeitsvertrag in wenigen Sätzen charakterisieren und für jede dieser Vertragsarten eine Eigenschaft angeben, die sie von den anderen unter- scheidet.	1.13	2.1	K 2					W&G
			3.3.5.1 Eine Arbeitsplatz- beschreibung verfassen	Kaufleute können auf der Grundlage einer gegebenen Situation eine Arbeitsplatzbe- schreibung verfassen.	1.16	2.1	K 5					IKA
			3.3.5.2 Eine Stellenaus- schreibung verfassen	Kaufleute können anhand einer bestehen- den Stellenbeschreibung eine Stellenaus- schreibung zur Suche nach einem Mit- arbeiter/einer Mitarbeiterin verfassen.	1.6	2.2	K 5					IKA
			3.3.5.3 Die Mittel zur Per- sonalsuche kennen	Kaufleute können erklären, welches die Mittel zur Personalsuche sind und dafür Vor- und Nachteile auflisten.	1.9	2.5	K 2					W&G



	E 2 Ist fähig, Arbeitszeiten, Absenzen, die Personaldaten und die Administration der Sozial- und Lohnnebenleistungen genau zu führen.	1.7.1.3 Sozialversicherungen beschreiben	Kaufleute können wichtige Sozialversicherungen und deren Ziele nennen und die Art ihrer Finanzierung beschreiben. Sie können aktuelle Probleme der entsprechenden Versicherungen nennen.	1.8	2.7	K 2							W&G
		1.7.1.4 Sozialversicherungsabzüge einer Lohnabrechnung beschreiben	Kaufleute können eine vorgegebene Lohnabrechnung erklären und die entsprechenden Fachbegriffe erläutern.	1.6	2.6	K 2							W&G
F Finanzwirtschaftliche Prozesse ausführen	F 1 Ist fähig, ein- und ausgehende Rechnungen fachgerecht zu bearbeiten.	1.4.2.2 Finanzwirtschaftliche Ziele kennen	Es gehört zur Führung eines Betriebs, mit finanziellen Zielen zu arbeiten. Kaufleute können – unter Verwendung der Kennzahlen, die sie in der Schule gelernt haben – zwei bis drei derartige finanzielle Ziele erläutern	1.5 2.6	2.5 2.6	K 2							W&G
		1.4.2.3 Finanzwirtschaftliche Ziele umsetzen	Aufgrund der finanzwirtschaftlichen Ziele überlegen Kaufleute drei Massnahmen, die helfen könnten, diese Ziele zu erreichen. Für eine erfahrene Person aus dem kaufmännischen Bereich sind die Vorschläge einsichtig.	1.5	2.5	K 5							W&G
		3.4.1.1 Den Begriff des Kontenplans erklären und ihn an ein Unternehmen anpassen	Kaufleute können den Aufbau eines Kontenplans erklären und ihn an ihr Unternehmen anpassen.	1.8	2.2	K 3							W&G
		3.4.1.2 Die Schritte der Registrierung der Buchungsbelege beschreiben	Kaufleute können den Weg einer Rechnung vom Eingang über die Verbuchung bis zur Ablage beschreiben.	1.4	2.1	K 2							W&G



	F 2 Ist fähig, die Kasse pflichtbewusst und genau zu eröffnen, zu führen, zu kontrollieren und zu schliessen wie auch das Kassenbuch zu führen.	3.3.1.1 Die verschiedenen Zahlungssysteme und das Vorgehen für Zahlungen in einem Unternehmen kennen	Kaufleute können die verschiedenen Zahlungsmittel aufzählen und mit ihren eigenen Worten die für Zahlungen von Rechnungen in einem Unternehmen zu beachtenden Schritte erklären.	1.9	2.6	K 2	3.3.1.1			3.3.1.1	W&G
		3.3.1.2 Kontoauszüge erklären	Kaufleute können mit eigenen Worten die Kontoauszüge der Bank oder der Postfinance erklären und auf die Unterschiede hinweisen.	1.6	2.1	K 2	3.3.1.2			3.3.1.2	W&G
	F 3 Ist fähig, Quartals- oder Jahresabschlüsse zu erstellen und die zentralen betriebswirtschaftlichen Kennzahlen für die Analyse und Beurteilung vorzubereiten.	3.4.1.3 Eine einfache Buchhaltung für das Unternehmen führen	Kaufleute kennen die buchhalterischen Schritte bis zum Jahresabschluss und können eine einfache Buchhaltung autonom führen.			K 3	3.4.1.3			3.4.1.3	W&G
		1.7.3.2 Belege kontieren	Kaufleute können einfache Belege korrekt kontieren und die weiteren Arbeitsschritte bis zur Archivierung der Belege aufzeigen.	1.5	2.3	K 3		1.7.3.2	*	1.7.3.2	W&G
	F4 Ist fähig, Soll-Ist-Vergleiche vorzunehmen und die Dokumentation der Auftrags- und Projektstände zu führen	3.4.2.1 Die quantitativen Techniken der Verwaltung als Kontrollinstrument für die Verwaltung nutzen	Kaufleute nutzen die Informationen aus der Buchhaltung ihres Unternehmens als Führungsinstrument.	1.6 1.7	2.2 2.6	K 5	3.4.2.1			3.4.2.1	W&G
		1.5.1.1 Mit Informationen umgehen	Kaufleute können bei fachspezifischen Informationen unterscheiden, ob sie für den Betrieb oder die tägliche Arbeit wichtig oder unwichtig sind. Sie können die wichtigen Inhalte mit eigenen Worten schriftlich wiedergeben und begründen.	1.6 1.13	2.5	K 5		1.5.1.1		1.5.1.1	IKA
G Administrative und organisatorische Tätigkeiten ausüben	G 1 Ist fähig, selbstständig und korrekt E-Mails, Aktennotizen, Briefe, Berichte, Texte für Websites und Protokolle zu verfassen.	2.1.1.1 Die dactylografische Tastatur beherrschen	Kaufleute können ein gegebenes Dokument rasch tippen und dabei eine gute Qualität garantieren.			K 3					IKA



		2.1.1.2 Texte erfassen	Kaufleute verfassen mittels Textverarbeitung nach Mustervorlagen typische Texte zur Verwendung im kaufmännischen Beruf, welche die folgenden Bedingungen erfüllen müssen: <ul style="list-style-type: none">• der Text ist fehlerfrei und vollständig;• der Text ist gemäss den geltenden Normen und den Vorgaben des Unternehmens dargestellt;• die Arbeit ist fristgemäß ausgeführt.	1.8	2.1	K 5					IKA
		2.1.1.3 Das Telefon benutzen	Kaufleute setzen das Telefon effizient ein. Sie können: <ul style="list-style-type: none">• Anrufe beantworten und sie weiterleiten;• die Anrufenden um Geduld bitten, um sich kurz im Unternehmen zu erkunden;• Telefonnummern speichern und löschen;• den Telefonbeantworter programmieren sowie Mitteilungen aufnehmen, anhören und löschen;• die verschiedenen Zusatzfunktionen des Telefongerätes nutzen.	1.2 1.8	2.2	K 3		2.1.1.3		2.1.1.3	IKA
		2.1.1.4 Die Texterfassung effizient nutzen	Kaufleute verwenden problemlos die Texterfassung als Arbeitsinstrument und können die üblichen Funktionen anwenden. Sie kennen die Formatierungsbefehle, um verschiedene Arten geschäftlicher Dokumente zu verwenden und/oder zu verfassen (z. B. Geschäftsbriefe, Layout von Protokollen). Die Resultate entsprechen den üblichen Anforderungen an das Layout im Geschäftsleben.			K 3	2.1.1.4			2.1.1.4	IKA



		2.1.1.5 Die Grundfunktion einer Tabelle effizient nutzen	Kaufleute können anhand eines Tabellenblattes: <ul style="list-style-type: none">• Daten korrekt in ein bestehendes Rechenblatt einfügen und die Veränderung der Resultate abschätzen;• einfache Tabellen erstellen und dafür sorgen, dass die Daten so in die verschiedenen Zellen eingetragen werden, dass sie addiert, subtrahiert, multipliziert und dividiert werden können;• Resultate grafisch darstellen;• einfache Aufgaben mithilfe des Funktionsassistenten durchführen.		K 5	2.1.1.5			2.1.1.5	IKA
		2.1.1.7 Die angemessene Software auswählen	Kaufleute wählen und verwenden mühelos das jeweils angemessene Standardprogramm (Texterfassung, Präsentation, Bildbearbeitung, Desktop-Publishing, Kalkulation, Diagramme, Datenbank), um eine alltägliche oder auch anspruchsvollere Büroaufgabe zu lösen. Dabei muss das Resultat folgenden Anforderungen genügen: <ul style="list-style-type: none">• die typografischen Prinzipien werden eingehalten;• die Resultate sind korrekt und klar;• die Qualität ist gesichert;• die Dienstleistung wird rechtzeitig abgeliefert.		K 5	2.1.1.7			2.1.1.7	IKA
		2.1.1.8 Mit Hilfe der zur Verfügung stehenden Software komplexe Aufgaben lösen	Dank ihrer Kenntnis der Software-Programme können Kaufleute komplexe kaufmännische Aufgaben lösen (z. B. Direktwerbung [Texterfassung und Datenbanken], Inhaltsverzeichnisse). Das Resultat genügt folgenden Anforderungen: <ul style="list-style-type: none">• die typografischen Prinzipien werden eingehalten;• die Resultate sind korrekt und klar;• die Qualität der Leistung ist gesichert;• die Dienstleistung wird in gegebener Frist geliefert.		K 5	2.1.1.8	*		2.1.1.8	IKA



		2.1.1.9 Mit Hilfe der Tabelle komplexe Berechnungen ausführen	Mithilfe eines Tabellenprogramms wenden Kaufleute komplexe Funktionen an - mit oder ohne Funktionsassistent (z. B. Links, Verweise, Funktionen).		K 3	2.1.1.9			2.1.1.9	IKA
		2.1.2.1 Das E-Mail rationell als Arbeitsinstrument nutzen	Kaufleute können mühelos eine E-Mail erstellen. Sie können Adressen verwalten, Mails verschicken, auf Mails antworten und Mailings organisieren. Sie können alle durch das Programm gebotenen Möglichkeiten nutzen (z. B. ein Attachment anhängen, Prioritäten wählen, die Eingangsbestätigung aktivieren, E-Mails weiterleiten, auf Fehlermeldungen reagieren).		K 3	2.1.2.1	+	2.1.2.1	IKA	
		2.1.2.2 Die Qualität der Dokumente überprüfen	Bevor sie die am PC ausgearbeiteten Dokumente ausdrucken, überprüfen Kaufleute die Form, den Stil, den Inhalt, die Orthografie und die Trennung. Dafür nutzen sie nach Bedarf die verfügbaren Hilfsprogramme.	1.6	2.2	K 4	2.1.2.2		2.1.2.2	IKA
		2.2.1.1 Das ädaquate Kommunikationsmittel auswählen	In einer gegebenen Situation sind Kaufleute in der Lage, das passendste gebräuchliche Kommunikations-/Transportmittel zu bestimmen (z.B. Telefon, Fax, E-Mail, privater Kurierdienst, Einschreibesendung) und dabei Kriterien wie Vertraulichkeit, Datenschutz, Geschwindigkeit und Kosten zu berücksichtigen.		K 5	2.2.1.1	*/+	2.2.1.1	IKA	
		2.2.1.3 Checklisten erstellen und sich danach richten	Bei allen geläufigen oder neuen Aufgaben sind Kaufleute in der Lage, die auszuführenden Handlungen, die zu verwendenden Mittel und die notwendige Zeit zu analysieren und zu planen. Zu diesem Zweck erstellen sie eine Checkliste oder sie beschreiben den anstehenden Arbeitsablauf.		K 5	2.2.1.3	+	2.2.1.3	IKA	



		2.2.3.1 Korrekt dargestellte Dokumente erstellen	Kaufleute erstellen oder verändern Geschäftsdokumente und können sie unter Berücksichtigung der allgemein geltenden Grundprinzipien oder der grafischen Vorgaben originell und attraktiv darstellen: <ul style="list-style-type: none">• Typografie (Wahl der Schriftart und -grösse usw.),• Wahl und Grösse der Illustrationen,• Anordnung der verschiedenen Bestandteile des Dokumentes (Texte, Bilder, Grafiken) auf der oder den Seite/n,• Layout (allgemeine Darstellung, z. B. mit Rahmen, Seitenrand, Farbe usw.),• weitere spezifische Anforderungen.	1.13	2.6	K 5		2.2.3.1	*/+	2.2.3.1	IKA
		2.5.1.2 Nach Angabe Briefe redigieren	Je nach den erhaltenen Angaben redigieren Kaufleute professionelle Geschäftsbriebe, verwenden dabei die entscheidenden Argumente zur Überzeugung des Adressaten und setzen ein spezifisches dafür geeignetes Vokabular ein. Sie können sich klar und gemäss den Regeln einfacher Texte ausdrücken.	1.6	2.9	K 5	2.5.1.2			2.5.1.2	IKA
		2.5.1.3 Protokolle redigieren	Kaufleute machen sich Notizen und redigieren ein einfaches Protokoll eines Gesprächs, einer Sitzung oder einer Verhandlung. Das Protokoll muss den folgenden Anforderungen genügen: <ul style="list-style-type: none">• die Form ist vorgeschrieben (Entscheidprotokoll, Detailprotokoll);• die Formulierungen sind einfach;• der Aufbau ist klar;• die Darstellung erleichtert das Verständnis.	1.5 2.2 2.5		K 5		2.5.1.3	*/+	2.5.1.3	IKA
		2.5.2.1 Die adäquate Kommunikationsform verwenden	Über die alltägliche Briefkommunikation hinaus sind Kaufleute auch in der Lage, andere Kommunikationswege zu nutzen und die dafür geeigneten Dokumente herzustellen: Mitteilungen per Mail, per Fax, interne Notizen, Gesprächsnachrichten und Telefonnotizen.			K 5					IKA / L1 / L2 / S3



		2.5.3.1 Sich klar und adressatengerecht ausdrücken	Kaufleute drücken sich mündlich und schriftlich klar, in der passenden Sprache und adressatengerecht aus.	1.6	2.6	K 5					IKA / L1 / L2 / S3
	G 2 Ist fähig, Daten und Dokumente mit einem Datensicherungs- und Archivierungssystem gemäss den rechtlichen Vorgaben sicher und nachvollziehbar zu verwalten.	2.4.3.1 Das richtige Ablagesystem auswählen	Kaufleute sind in der Lage, in einer gegebenen Situation das am besten geeignete Ablagesystem zu bestimmen und anzuwenden.	1.8	2.1	K 5		2.4.3.1	*/+	2.4.3.1	IKA
		2.1.4.1 Dateien und Ordner führen	<ul style="list-style-type: none">• Kaufleute suchen effizient nach allen Dateien und Ordnern in einer Informatikstruktur.• Sie können mühelos Informationen und Daten in bestehende Dateien einfügen, verändern und löschen.• Sie sind fähig, neue Dateien/Dokumente auszuarbeiten und sie zu verwalten.	1.13	2.11	K 5		2.1.4.1	+	2.1.4.1	IKA
		2.4.1.1 Alle Sicherheitsmassnahmen beim Zugang und der Speicherung der Informatikdaten anwenden	Kaufleute kennen die mit dem Umgang mit Informatikdaten verbundenen Risiken. Sie können die grundlegenden Massnahmen zur Sicherheit des Speicherns von Daten treffen und wissen um die Risiken im Zusammenhang mit Viren, nicht erlaubtem Zugang und Piraterie. Sie sind in der Lage, die verfügbaren Massnahmen zu treffen zum Schutz vor unerlaubtem Zugang zu den Daten, die sie erfassen.			K 3		2.4.1.1	*/+	2.4.1.1	IKA
		2.4.2.1 Mit Informatikdaten umgehen	Kaufleute sind fähig, in einer gegebenen Situation eine geeignete Struktur der Informatikablage auszuarbeiten (Verwaltung von Dateien und Ordnern).			K 5		2.4.2.1	*/+	2.4.2.1	IKA



	G 3 Ist fähig, Sitzungen und Anlässe von der Planung bis zum Abschluss zielorientiert und effizient vorzubereiten.	1.7.4.1 Anlässe organisieren	Kaufleute können einfache Anlässe planen und dazu eine Checkliste für Vorbereitung, Durchführung und Nachbearbeitung aufstellen.	1.15	2.7	K 5		1.7.4.1	*	1.7.4.1	L1 / L2 / S3
		2.1.3.2 Agenda führen	Kaufleute beherrschen ein Informatiktool zur Terminplanung und zur Planung der auszuführenden Aufgaben.	1.8 1.13	2.5 2.7	K 3		2.1.3.2		2.1.3.2	IKA
	G 4 Ist fähig, Aufgaben und Anforderungen der internen Kommunikation in den Bereichen Newsletter, Anschlagbrett, Intranet oder Hauszeitung zu erledigen.	2.2.3.4 Mit Formularen korrespondieren	Kaufleute können Formulare auf Papier oder in elektronischer Form präzise und ohne Auslassungen ausfüllen (z. B. Anmeldeformulare, Materialbestellungen, Steuerformulare, Personalblätter, Mobiltelefonabonnemente) unter Beachtung der Fristen und der Einsendevorschriften.			K 3		2.2.3.4	*/+	2.2.3.4	IKA
		2.5.2.2 Interne Notizen	Kaufleute können interne Notizen in einer klaren Sprache verfassen.			K 5		2.5.2.2	+	2.5.2.2	IKA
	G 5 Ist fähig, Mobiliar, Büromaterial und Bürogeräte zu beschaffen, zu unterhalten und zu verwalten.	2.1.1.6 Den Fotokopierer rationell nutzen	Kaufleute studieren die verschiedenen Funktionen des ihnen zur Verfügung stehenden Fotokopierers. Sie können die verschiedenen Arbeiten, die die Funktionen des Kopierers ermöglichen, ausführen, indem sie sich vornehmlich auf die Bedienungsanleitung stützen.	1.5 1.6	2.5	K 3		2.1.1.6	*	2.1.1.6	IKA
		2.3.1.1 Büromaterial rezyklieren	Kaufleute wählen aufgrund der Angebote die beste Lösung zur Rezyklierung des Büromaterials aus, z. B. Druck-Toner, Papier. Bei der Auswahl stützen sie sich auf folgende Kriterien: <ul style="list-style-type: none">• Kosten für das Unternehmen,• ökologische Bilanz (z. B. möglichst wenig Giftstoffe, möglichst geringer Energieverbrauch),• Dienstleistungen.			K 5		2.3.1.1	*	2.3.1.1	IKA
		2.3.2.1 Einen Arbeitsplatz organisieren	Kaufleute sind in der Lage, ihren Arbeitsplatz (z. B. beruflich [Bürolandschaft], privat) nach den grundlegenden ergonomischen Kriterien zu organisieren.			K 5		2.3.2.1	*	2.3.2.1	IKA
		1.7.6.3 Vertragliche Regelungen im Bereich der Infrastruktur kennen	Kaufleute können Service-, Wartungs- und Leasingverträge voneinander abgrenzen und deren jeweilige Vor- und Nachteile aufzeigen.	1.3	2.5	K 2				1.7.6.3	W&G



5.3 Betriebliche LZ im schulischen Unterricht

Die LZ in diesem Abschnitt werden in der dualen Grundbildung im Betrieb vermittelt. Ihr Inhalt ist jedoch auch im schulischen Unterricht bedeutsam. Sie werden bei den HMS dem schulischen Unterricht zugewiesen und sind im SL auszuweisen. Damit können im vollschulischen Kontext Redundanzen vermieden werden.

LZ HMS	Bezeichnung	Beschreibung	SSK	MK	Tax	Fach
1.4.2.1	Leistungswirtschaftliche Ziele kennen	Kaufleute legen mit eigenen Worten einer branchenunkundigen Person dar, was ein Betrieb erreichen will, und zwar auf den Gebieten <ul style="list-style-type: none">- Produkte oder Dienstleistungen,- Marktstellung,- Kundenbeziehung oder andere Aspekte des Betriebes.	1.5 1.13	2.5 2.6	K 2	W&G
1.4.3.1	Qualitätssicherungssysteme kennen	Kaufleute informieren sich, wie die Qualität der Dienstleistungen/Produkte sichergestellt wird. Anhand von drei Beispielen überlegen sie sich, welche Auswirkungen dies auf die Unternehmung hat. Ihre Überlegungen sind für einen Laien verständlich.	1.8	2.5	K 3	W&G
1.4.4.2	Ziele für das Teamverhalten festlegen	Kaufleute können im konkreten Fall für ein Team genaue Ziele selbstständig schriftlich festlegen, um eine vorgegebene Teamleistung in gewünschter Qualität und in angemessener Zeit zu erreichen. Dabei achten sie besonders auf eine kollegiale Zusammenarbeit.	1.12	2.8	K 5	alle
1.7.5.1	Unternehmensdokumentation bzw. Kurzpräsentation zusammenstellen	Kaufleute können ein Unternehmen mittels einer Dokumentation oder einer Präsentation so vorstellen, dass eine aussenstehende Person einen systematischen Einblick in die Tätigkeit, den Aufbau, die Produkte und die Kunden des Unternehmens erhält.	1.2	2.5	K 5	W&G
1.7.5.5	Versicherungsweisen beschreiben	Kaufleute können typische Risiken und deren mögliche Abdeckung durch eine Versicherung beschreiben. Sie können erklären, wovon die Prämienhöhe abhängig ist.	1.3	2.2	K 2	W&G
1.7.6.1	Businessplan verstehen	Kaufleute können Inhalt und Zweck eines Businessplans erklären. Sie können anhand eines konkreten, selbst gewählten Beispiels zeigen, wie der Businessplan in der Praxis eingesetzt wird.	1.11	2.11	K 2	W&G
1.7.6.2	Gesetzliche Grundlagen erläutern	Kaufleute können wichtige Vorschriften des öffentlichen Rechtes beschreiben, die einen Einfluss auf die Unternehmenstätigkeit haben können.	1.13	2.6	K 2	W&G
2.1.3.1	Sich Informationen beschaffen	Kaufleute sind in der Lage, sich auf verschiedene Arten Informationen und Daten zu beschaffen. Sie verwenden moderne Methoden der Recherche (z.B. relevante Dokumente wählen), kennen die Funktionsweise der Suchmaschinen und nutzen die Techniken der interaktiven Recherche (z.B. Internet).	1.5	2.1	K 3	IKA / L1 / L2 / S3
2.2.1.2	Die Hilfen der Software nutzen	Kaufleute können das Hilfesystem des jeweils verwendeten Programms nutzen und so eine Aufgabe lösen, indem sie neue Funktionen verwenden.			K 5	IKA
2.2.3.2	Die Techniken und Tools der Darstellung beherrschen	Mithilfe der Präsentationssoftware können Kaufleute in einem vorgegebenen Zeitrahmen eine wirkungsvolle kurze Präsentation zu einem ausgewählten Thema erstellen.			K 5	IKA



2.5.4.1	Eine Stellenbewerbung verfassen	Kaufleute bewerben sich überzeugend um eine ausgeschriebene Stelle, die sie interessiert. Die Gestaltung und Formulierung des Personalblattes und des Bewerbungsbriefes entsprechen den aktuell geltenden Gesichtspunkten.			K 5	IKA / L1 / L2 / S3
3.3.4.1	Die Stakeholder des Unternehmens und ihre Erwartungen kennen	Kaufleute können die Stakeholder ihres Unternehmens identifizieren. Sie können die internen und externen Akteure/Akteurinnen des Unternehmens nennen und deren jeweiligen Erwartungen formulieren.	1.7	2.11	K 4	W&G

6 Qualifikation der Lehrenden an Handelsmittelschulen

Der SLP Praxis verlangt von allen Lehrenden an HMS das Verständnis für die Systematik der Berufsbildung sowie Kenntnisse der Aufgaben und Kompetenzen der Verbundpartner. Die Lehrenden verstehen den SLP Praxis im Kontext berufsbildender Bildungspläne. Durch geeignete Weiterbildungsmaßnahmen sichern die Schulen den Erwerb bzw. den Erhalt dieser Qualifikation.

Im Übrigen gelten die Qualifikationsanforderungen der Berufsbildungsgesetzgebung.

7 Qualifikationsverfahren

Das Qualifikationsverfahren in beruflicher Praxis (betriebliche Prüfung) entspricht grundsätzlich demjenigen für die Erreichung des EFZ für die erweiterte Grundbildung gemäss Reglement 2003. Es ist modellspezifisch in den HMS-Richtlinien und in den Ausführungsbestimmungen der SPK geregelt.

Das Qualifikationsverfahren basiert auf sämtlichen Leitideen und Dispositionszügen der erweiterten Grundbildung Kauffrau/Kaufmann und orientiert sich an den in Teil B Ziff. 5.2 umschriebenen Handlungskompetenzen. Geprüft werden können deshalb sämtliche LZ für die Bildung in beruflicher Praxis, also auch diejenigen, welche dem schulischen Unterricht zugewiesen wurden, sowie zusätzliche branchenspezifische LZ, die gemäss Teil B Ziff. 5.2 für das Langzeitpraktikum gesetzt werden können.



Teil C: Standardlehrplan für den schulischen Unterricht an Handelsmittelschulen (SLP Schule)

1 Einleitung

Mit dem SLP Schule werden die Voraussetzungen geschaffen, damit die HMS im schulischen Unterricht die neuen gesetzlichen Anforderungen, insbesondere die Vorbereitung auf ein EFZ, so einlösen können, dass ihre eigenständige kulturelle und pädagogische Identität gleichsam bewahrt und erneuert werden kann. Dieser Anspruch muss mit der Integration der Anforderungen des SLP Praxis (Teil B) einhergehen. Der HMS eröffnet sich somit die innovative Perspektive, eine neuartige kulturelle, pädagogisch und didaktisch konstruktive Beziehung zur Arbeitswelt herzustellen: schulische Inhalte und praxisorientierte Erfahrungen sollen in einem vollschulischen Ausbildungskontext zu einer modern konzipierten Verbindung von beruflicher und allgemeiner Bildung führen. Zum Erbe der HMS gehört nicht nur die Vermittlung von beruflich relevanten und allgemein bildenden Inhalten, sondern auch die Förderung eines kulturell fundierten, offenen und kritischen Denkens. Mit der Aufnahme von praxisorientiertem und beruflich verbürgtem Wissen und Können werden eine neue Unterrichtskultur und die Stärkung des eigenständigen Profils der HMS möglich.

Der vorliegende SLP Schule stellt, zusammen mit dem übergeordneten SLP Praxis, die Weichen zu diesem Auftrag und definiert die Bedingungen zu einer neuen, integrierenden Perspektive.

Für die HMS wird es darum gehen, nach konkreten, je nach regionalem und lokalem Kontext praxis-tauglichen Lösungen zu suchen, die zu einem dynamischen und flexiblen Verhältnis zwischen den kulturellen Anforderungen des zu vermittelnden Wissens einerseits und den konkreten, dienstleistungsorientierten Ansprüchen beruflicher Tätigkeit im Betrieb andererseits führen können.

1.1 Lektionentafel und HMS-spezifische Anforderungen

Die Lektionentafel der HMS (Teil B Ziff. 3.2) nimmt Rücksicht auf die Bedürfnisse der Bildung in beruflicher Praxis und auf die für die HMS wichtige Allgemeinbildung. Sie basiert auf Mindestlektionen, wie sie sich aus dem Reglement 2003 und dem RLP für die kaufmännische BM sowie aus den Mindestanforderungen für die Bildung in beruflicher Praxis an Handelsmittelschulen gemäss SLP Praxis ergeben.

Die Lektionentafel enthält gegenüber den Mindestanforderungen eine höhere Lektionendotation, die bestimmt wird durch das Total der Jahreswochenlektionen einer Schule. Mit diesen zusätzlichen Resourcen haben die Kantone bzw. die Schulen die Möglichkeit, die kulturellen und allgemein bildenden Inhalte in ihrer HMS-Tradition weiter zu pflegen und u.a. die offene und kritische Reflexion von gesellschaftlich relevanten Themen und von Erfahrungen aus dem beruflichen und persönlichen Alltag der Lernenden zu fördern.

Das spezifische Profil der HMS ist im Teil A näher umschrieben.

Zusammen mit den Möglichkeiten, die sich aus der Integration der Bildung in beruflicher Praxis ergeben (Teil C Ziff. 1.3), können die einzelnen Schulen ihr eigenes Ausbildungsprofil prägen. Mit dem noch vorhandenen Handlungsspielraum können sie gewisse Fächer verstärken oder zusätzliche Fächer einführen (wie Naturwissenschaften oder kulturelle und multidisziplinäre Unterrichtsbereiche). Die konkrete Ausgestaltung dieser Lktionen und die Verteilung der Gesamtlektionenzahl je Fach auf die Ausbildungsjahre liegen in der Kompetenz der Kantone und werden im SL ausgewiesen. Insbesondere sind

- zusätzliche Lktionen einem Fachbereich oder einem Fach zuzuordnen;
- die Ziele und Inhalte von neuen Fächern oder zusätzlichen Lktionen zu definieren;
- die notwendigen Anforderungen an das entsprechende Qualifikationsverfahren festzulegen.

Zusätzliche Fächer werden im spezifischen HMS-Ausweis der KSHR aufgeführt.



1.2 Anforderungen der Berufsmaturität (BM)

Für die BM gilt unverändert der RLP für die kaufmännische BM. Den höheren kulturellen Ansprüchen der BM wird im SL besondere Aufmerksamkeit geschenkt.

1.3 Integration der Bildung in beruflicher Praxis und des klassischen schulischen Unterrichts

Für die HMS geht es bei der neu geforderten Erfüllung der Anforderungen einer Grundbildung im Hinblick auf eine berufliche Tätigkeit um eine strukturelle und pädagogische Neugestaltung der eigenen Didaktik. Die Tragweite der anstehenden Reform lässt sich an den im SLP Praxis (Teil B Ziff. 2) bestimmten drei Hauptzugängen zur beruflichen Praxis ablesen, nämlich

- am *problemorientierten Unterricht (POU)*, d.h. eine verstärkt auf die kompetente Bewältigung von Situationen und Aufgaben aus dem Arbeitsumfeld, aber auch aus dem übrigen Lebensalltag ausgerichtete Gestaltung des Unterrichts (Teil B Ziff. 2.6). Als problemorientiert soll v.a. derjenige Unterricht gelten, der von konkreten, möglichst kontextbezogenen, d.h. situativen Problemstellungen ausgehend einen induktiv-konstruktiven Weg beschreitet. Bei den Lernenden steht dabei eine aktiv verarbeitende, praxisorientierte, aber auch die selbstständige, die Urteilskraft fördernde Wissensaneignung im Vordergrund (Teil B Ziff. 2.3);
- an den *integrierten Praxisteilen (IPT)*, die eine erweiterte Organisation des Unterrichts mit der möglichen Auflösung des Klassenverbandes und mit integrierten, fächerübergreifenden Aufgaben bedingen und mehrere Fächer beanspruchen können; in diesem didaktischen Kontext wird eine besondere Dokumentation der Arbeit der Lernenden erforderlich (Teil B Ziff. 2.4.3);
- an den *Betriebspraktika (BP)*, die den Lernenden die Möglichkeit bieten, während längerer Zeitabschnitte das eigene Wissen und Können in einem beruflichen Umfeld zu erproben, zu ergänzen und dabei die beruflich erforderlichen Kompetenzen aufzubauen (Teil B Ziff. 2.5).

Grundsätzlich geht es darum, aus der angestrebten Abstimmung und Integration zwischen dem sachlichen, betriebsbezogenen Wissen und Können und den klassischen schulischen Inhalten der HMS einen didaktischen Bildungsmehrwert zu erzielen, der sich sowohl in einer vermehrt multidisziplinären Perspektive als auch in den damit verbundenen Kooperationsformen unter den Lehrpersonen konstituieren soll. So sind z.B. kaufmännische Berufe sehr kommunikativ. Dies verlangt nach einer besonderen Pflege und Aktivierung der zur Kommunikation notwendigen mündlichen und schriftlichen Resourcen und hat mit der Aneignung der damit verbundenen, heute unabdingbaren technologischen Instrumenten zu tun. Kommunikation ist dabei aber nur aufgrund von Inhalten denkbar, die einerseits berufsspezifisch sind, andererseits aber von ihrer kulturellen Substanz leben - eine kulturelle Substanz, die schliesslich für die Qualität der Kommunikationsprozesse massgebend ist. So liegt es nahe, berufliche Kompetenzen und kulturelles Wissen in einer neuen, didaktisch integrierenden und dadurch auch vermehrt sinnstiftenden Sicht für den Unterricht aufzuarbeiten.

Aus diesen Prämissen geht hervor, dass die vom SLP Praxis zur Verfügung gestellten zeitlichen Resourcen zielgerichtet und kooperativ in einer übergreifenden synthetischen Perspektive eingesetzt werden sollen. Dabei gilt es, die Vermittlung von kulturellen Inhalten, wie sie traditionell zu den Sprachen, den Wirtschaftsfächern sowie zu Geschichte und Staatslehre gehören, gemäss dem Bildungsauftrag der beruflichen Grundbildung nicht nur zu ermöglichen, sondern auch verstärkt in einen betriebspraktischen Horizont einzubinden. Es geht im Weiteren auch darum, im schulischen Unterricht die Grundlagen zu legen, um sie in den IPT und im BP praktisch anzuwenden.

Die angestrebten Kooperationsformen im Unterrichtsbetrieb, welche eine multidisziplinäre Konvergenz der verschiedenen Fächer fördern können, sind im Bereich der *Planung*, der *Durchführung* und der *Evaluation* von Unterricht umzusetzen. Der damit unumgänglich verbundene Aufwand an Zeit und Geld mahnt allerdings zur Umsicht¹¹: Akzente sollen deshalb v.a. bei der gemeinsamen Planung (Vor- und Nachbereitung) gesetzt werden, womit sich die Lehrkräfte bezüglich der Ziele, der Inhalte und der

¹¹ Formen des Teamteaching mit gleichzeitiger Anwesenheit von mehreren Lehrkräften sind sehr zeit- und kostenintensiv. Sie gelten durchaus als wünschenswert in bestimmten günstigen Situationen, werden wohl aber die Ausnahme bleiben.



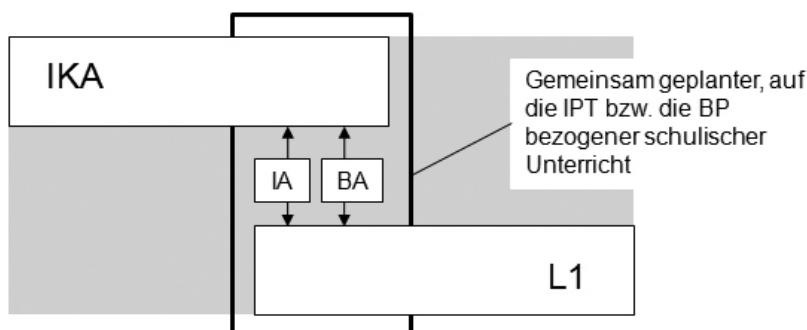
Arbeitsmethoden abstimmen können. Sinnvoll sind natürlich auch gemeinsame Beurteilungspraktiken, die bei der koordinierten Bestimmung von Anforderungen und Kriterien ansetzen können.

Die vorgegebene Lektionentafel sieht für die Bildung in beruflicher Praxis im Rahmen des Schulunterrichts folgende Stundendotation vor:

- 720 Lktionen für den POU im Bereich des IKA-Unterrichts, der Wirtschaftsfächer und der Sprachfächer,
- 500 Lktionen (Modell i)¹² bzw. 160 Lktionen (Modell 3+1) für die IPT.

Diese spezifische Dotation für die schulische Bildung in beruflicher Praxis entspricht damit einem beträchtlichen Teil der Ausbildung zum EFZ und auch derjenigen zur BM. In den jeweiligen SL muss deshalb ein ausgewogener organisatorischer und didaktischer Mix aus allgemein bildenden und praktischen Komponenten erreicht werden, der durch die Förderung einer fächerübergreifenden, auf Zusammenarbeit basierenden Schulpraxis einzulösen ist. Dabei gilt es, insbesondere auf jene Anforderungen der BM zu achten, die der erweiterten Allgemeinbildung dienen und generell höher angesetzt sind als beim Erwerb des EFZ. Für die Fremdsprachen drückt sich dies spezifisch im geforderten Niveau B2 des europäischen Referenzrahmens als Standard aus.

Auf der organisatorisch-didaktischen Ebene wird dieser Anspruch so eingelöst, dass die Lehrpersonen der spezifisch berufsbildenden Fächer einen Teil der Lktionen in beruflicher Praxis fächerübergreifend, d.h. unter Bezug der Lehrkräfte der traditionellen allgemein bildenden Fächern gestalten. Konkret wird ein Teil des Unterrichts, der sich auf die problemorientierte Didaktik und auf die Vorbereitung der IPT (u.a. Übungsfirmen, Lernbüros, Juniorfirmen) bzw. der BP bezieht, je nach spezifischen Bedingungen inhaltlich fächerübergreifend vorbereitet, nach Möglichkeit fächerübergreifend beurteilt und allenfalls auch gemeinsam durchgeführt¹³. Schematisch dargestellt am Beispiel der Zusammenarbeit IKA/L1:



Legende: IA = Abstimmung der Inhalte; BA = Abstimmung der Beurteilung.

Dazu werden hier die folgenden Vorgaben formuliert:

- Im Bereich der IKA-Lektionendotation werden mindestens 160 Lktionen fächerübergreifend, verteilt auf die Sprachen, gemeinsam gestaltet, d.h. hauptsächlich inhaltlich und bezüglich Beurteilung abgestimmt.
- Im Bereich der 500 Lktionen (Modell i)¹⁴ bzw. 160 Lktionen (Modell 3+1) für die IPT wird mindestens die Hälfte der Lktionen fächerübergreifend mit den Lehrkräften der schulischen Fächer gestaltet, d.h. hauptsächlich inhaltlich und bezüglich Beurteilung abgestimmt.

Im SL werden die organisatorischen und inhaltlichen Massnahmen je nach gewähltem Bildungsmodell präzisiert. Insbesondere werden die Fächerkombinationen geregelt und die Formen der gemeinsamen

¹² Ev. zusätzliche 115 Lktionen, falls kein Kurzpraktikum angeboten werden kann.

¹³ Vgl. Teil B Ziff. 2.4 und 2.5, insbesondere die Forderung, dass LZ bzw. ALS für die IPT und die BP identifiziert werden müssen.

¹⁴ Ev. zusätzliche 115 Lktionen, falls kein Kurzpraktikum angeboten werden kann.



Unterrichtsplanung, -beurteilung und -durchführung bestimmt. Dies geschieht unter Berücksichtigung der im SLP Praxis definierten Bestimmungen (Teil B Ziff. 2) in den so genannten ALS (EFZ) und in der *selbstständigen Arbeit* (EFZ) bzw. in der *interdisziplinären Projektarbeit* (BM).

1.4 Abstimmung der drei Konzepte im SL und deren Auswirkungen auf das Qualifikationsverfahren

Die HMS kombinieren die kaufmännische Grundbildung EFZ mit den HMS-spezifischen Anforderungen und allenfalls mit den Anforderungen der BM. Die Abstimmung der drei Konzepte erfolgt im SL. Dabei sind die unterschiedlichen Grundlagen und die separaten Modalitäten der entsprechenden Qualifikationsverfahren zu beachten.

	Berufliche Grundbildung	HMS-spezifisches Angebot	Berufliche Grundbildung mit erweiterter Allgemeinbildung
Anforderungen	EFZ-Anforderungen (Modell i EFZ)	Zusätzliche HMS-Anforderungen (Modell i EFZ) ¹⁵	EFZ- und BM-Anforderungen (Modell i EFZ/BM und Modell 3+1)
Leistungsziele	Reglement 2003 ⇒ SLP Praxis/Schule ⇒ SL	RLP HMS (Referenz) ⇒ SL (betrifft die Fächer Geschichte/Staatslehre und Mathematik sowie die zusätzlichen Anforderungen in den Sprachen)	RLP BM 2003/Reglement 2003 ⇒ SLP Praxis ⇒ SLP Schule (Fach IKA) ⇒ SL
Ausbildungseinheiten	Reglement 2003 ⇒ Ausführungsbestimmungen SPK	-	Reglement 2003 ⇒ Ausführungsbestimmungen SPK
Selbstständige Arbeit	Reglement 2003 ⇒ Ausführungsbestimmungen SPK	-	RLP BM 2003 (interdisziplinäre Projektarbeit)
Qualifikationsverfahren ¹⁶	Reglement 2003 ⇒ HMS-Richtlinien ⇒ Ausführungsbestimmungen SPK (ALS, PE)	Ausführungsbestimmungen SBBK/KSHR	RLP BM 2003 Reglement 2003 ⇒ HMS-Richtlinien (Fach IKA) ⇒ Ausführungsbestimmungen SPK (ALS,PE)
Ausweis	EFZ	Zusatz HMS	EFZ/BM (Umrechnung der BM-Noten in EFZ-Noten analog dem dualen System)

¹⁵ SBBK und KSHR werden den RLP HMS überprüfen und die notwendigen Ausführungsbestimmungen erlassen.

¹⁶ Für den Vergleich der Qualifikationsverfahren EFZ E-Profil, EFZ HMS und kaufmännische BM wird auf die Übersicht der SPK verwiesen.



2 Fachlehrplan Sprachen: Erste Landessprache, zweite Landessprache, dritte Sprache

Der Sprachunterricht fördert die Fähigkeit, sich gleichsam in der Berufswelt und im Alltag schriftlich und mündlich ausdrücken zu können. Er ermöglicht die Auseinandersetzung mit der Sprache als Form der Kommunikation, als Mittel zur Reflexion und als kreative Ausdrucksmöglichkeit. Der Sprachunterricht fördert die Persönlichkeitsentwicklung. Gleichzeitig wird damit das Verständnis für das soziale und kulturelle Umfeld entwickelt. Der Vergleich mit unterschiedlichen sprachlichen Realitäten fördert die Wahrnehmung von anderen Sprachen und Kulturen. Für die kulturelle Vielfalt der Schweiz ist dies umso dringlicher, weil die Identität des Landes auf der gegenseitigen Verständigung beruht. Der Unterricht in den Sprachen umfasst also mehr als die Vermittlung des korrekten Sprachgebrauchs. Das Entwickeln von Werten – eine Voraussetzung zur Entwicklung einer ethischen Grundlage – sowie das kritische Verständnis gegenüber der Gesellschaft und auch gegenüber sich selbst sollen es den Lernenden ermöglichen, sich in der Komplexität der gesellschaftlichen Realität zurechtzufinden.

Der Sprachunterricht berücksichtigt Inhalte, deren Verständnis und Interpretation, damit die Lernenden die oben genannten Ziele erreichen können. Das Verstehen von Texten ist eines der Hauptziele. Innerhalb der Lektüre (Literatur oder andere) ist es sinnvoll, auch übersetzte Dokumente aus anderen Landesteilen und benachbarten europäischen Kulturen zu integrieren¹⁷. Dies gilt ebenso für den auditiven und visuellen Bereich¹⁸. Im mündlichen Bereich ist es nötig, die Unterschiede zwischen einem funktionellen Gebrauch der Sprache und einer leeren Rhetorik zu entwickeln und die Fähigkeit zum synthetischen Ausdruck zu fördern.

2.1 Erste Landessprache

2.1.1 Lektionentafel

Für die erste Landessprache beträgt die Anzahl Mindestlektionen für die gesamte Dauer und in allen Bildungsmodellen 480 Lektionen. Dies entspricht bei der dreijährigen Ausbildung (EFZ) im Schnitt 160 Lektionen pro Ausbildungsjahr und bei der vierjährigen Ausbildung (EFZ/BM integriert) durchschnittlich 120 Lektionen pro Ausbildungsjahr. Die Dotation kann von den Kantonen erhöht werden. Es steht ihnen auch frei, selbst zu entscheiden, wie sie die Gesamtlektionenzahl pro Fach auf die verschiedenen Ausbildungsjahre aufteilen.

2.1.2 Anforderungen der Bildung in beruflicher Praxis

Wie im Teil C Ziff. 1.1 bereits hervorgehoben, sind die Anforderungen der kaufmännischen Grundbildung für die erste Landessprache eine echte Herausforderung. Die grundlegenden mündlichen und schriftlichen Fähigkeiten und Ressourcen kommunikativen Handelns sollen auf die beruflichen Anforderungen ausgerichtet werden. Eine intensive, multidisziplinäre, auf Querverbindungen achtende Zusammenarbeit, u.a. mit dem Fach IKA, drängt sich deshalb auf. Dazu sollen mindestens 60 Lektionen gemeinsam gestaltet werden. Es ist aber nahe liegend, dass dies nur eine quantitative Minimalvorgabe für eine qualitative Abstimmung ist.

2.1.3 Inhaltliche Strukturierung

Die Unterrichtsinhalte sind in die folgenden sechs Wissensbereiche gegliedert:

- Grundlagen der Sprache kennen und anwenden;
- Texte verstehen und Textabsicht erkennen;

¹⁷ Als Beispiele können gelten: Charles Ferdinand Ramuz, Derborence; Plinio Martini, Il fondo del sacco; Oscar Peer, Il retour/Akkord; Max Frisch, Der Mensch erscheint im Holozän; Bandes dessinées und weitere.

¹⁸ Als Beispiele können gelten: Denis Rabaglia, Azzurro; Markus Imhof, Das Boot ist voll; Vili Hermann, Gottardo; Alain Tanner, Jonas qui aura 25 ans en l'an 2000.



- Texte zielorientiert verfassen;
- Gehörtes und Gesehenes verstehen und Absicht erkennen;
- Inhalte präsentieren und vertreten;
- mit Medien umgehen.

2.1.4 Inhalte und Ziele

Die Unterrichtsinhalte und die LZ sind in folgender Tabelle aufgeführt. Sie sind im SL mit den betrieblichen Zielen zu ergänzen, die im Teil B Ziff. 5.2 und 5.3 dem schulischen Unterricht zugewiesen sind. Dabei werden spezifiziert:

- die sechs Wissensbereiche mit inhaltlichen Angaben in Form von Stichwörtern;
- die LZ, die von der EFZ-Ausbildung übernommen werden. Diese Ziele orientieren sich immer an einem allgemeinen, übergeordneten Ziel, das in der Tabelle fett markiert wird;
- der Bezug zu den Selbst-, Sozial- und Methodenkompetenzen (SSK/MK), die im SLP Praxis enthalten sind. Dieser Bezug bedeutet, dass die Erreichung des Ziels auch zum Erwerb der angegebenen SSK und MK beiträgt;
- das angestrebte Anspruchsniveau/Taxonomiestufe K1 bis K6 (Tax) = Minimalvorgabe.

Wissensbereich	Leistungsziel HMS	SSK	MK	Tax
I. Grundlagen der Sprache kennen und anwenden	Im Gespräch sowie im schriftlichen Verkehr zeigen die Kaufleute Offenheit und berücksichtigen grundlegende Aspekte der Kommunikation.			
Kommunikationsmodell	4.1.1.1 Kaufleute erläutern einer dritten Person mit eigenen Worten ein einfaches Kommunikationsmodell (Sender, Empfänger, Kanal, Botschaft, Entschlüsselung, Rückmeldung) und illustrieren es anhand eines selbst gewählten Beispiels.	1.6 1.9	2.1	K 2
Dialog und Gespräch	4.1.1.2 Kaufleute analysieren einen Dialog (live, aufgezeichnet oder schriftlich festgehalten) und zeigen darin kommunikationsfördernde bzw. kommunikationshemmende Aspekte auf.	1.6 1.13	2.1 2.11	K 5
	4.1.1.3 Am Beispiel eines offensichtlich misslungenen Gesprächs unterbreiten und begründen Kaufleute den Gesprächspartnern zwei bis drei Verbesserungsvorschläge.	1.6 1.7 1.11	2.1 2.3 2.7	K 5
	Es ist Kaufleuten ein Anliegen, die Sprache korrekt anzuwenden			
Grammatik	4.1.2.1 In der mündlichen und schriftlichen Kommunikation formulieren Kaufleute ihre Aussagen grammatisch korrekt.	1.1 1.6 1.13	2.11	K 3
Syntax und Zeichensetzung	4.1.2.2 In Texten mit unterschiedlichen Satzstrukturen unterscheiden Kaufleute zwischen Satzteilen sowie zwischen Haupt- und Nebensatz. Sie setzen die Satzzeichen richtig.	1.8 1.9 1.13	2.1 2.3 2.11	K 4
Rechtschreibung	4.1.2.3 Kaufleute wenden die Rechtschreibregeln korrekt an.	1.8	2.1	K 3
Wortschatz	4.1.3.2 Im Vergleich zweier Texte benennen und beschreiben Kaufleute Unterschiede im Bereich von Wortschatz und Satzbau. Diese sind für eine Fachperson nachvollziehbar.	1.6 1.13	2.1	K 2
Strategie	4.1.2.4 Bei orthografischen und grammatischen Problemfällen nutzen Kaufleute geeignete Hilfsmittel (z.B. Rechtschreib- und Grammatikbücher, Computerprogramme) und finden die richtige Lösung		2.1 2.5 2.7	K 3
II. Texte verstehen und Textabsicht erkennen	Im Umgang mit Texten reagieren Kaufleute situationsgerecht. Sie wenden geeignete Methoden an, um Inhalt, Aufbau, Argumentationsweise und Absicht zu erfassen.			
Lese- und Synthesetechnik	4.2.1.1 Kaufleute wenden bei Texten aus dem beruflichen, gesellschaftlichen, politischen und kulturellen Bereich eine geeignete Lesetechnik an, um wichtige Aussagen zu erfassen.	1.5 1.6	2.2 2.3 2.5	K 3



	4.2.1.2 Kaufleute können einen Text kompetent zusammenfassen. Dabei geben sie nicht nur den Inhalt sachlich korrekt wieder, sondern zeigen auch die Argumentationsweise oder die Textintention nachvollziehbar auf.	1.6 2.5	2.1 2.5	K 5
Texttypologie	4.2.1.3 Kaufleute unterscheiden verschiedene Textsorten in den journalistischen, geschäftlichen und literarischen Bereichen nach Inhalt, Aufbau und Sprache.	1.13 2.5	2.1 2.5	K 2
	Kaufleute lesen und verstehen Texte und bilden sich eine Meinung dazu. Sie sind offen für die Literatur und erfahren sie als Bereicherung.			
Texte und persönliche Bereicherung	4.2.2.1 Kaufleute erkennen die Aussage von Texten und vergleichen dabei die eigene mit der fremden Weltansicht. Damit vertiefen sie ihr Verständnis für ihre Kultur und die Kultur anderer.	1.11 1.16 1.12	2.1 2.5	K 4
Stilmittel	4.2.2.2 Kaufleute zeigen stilistische Besonderheiten eines Textes auf. Sie formulieren ihre Überlegungen über die Absichten und Wirkungen der eingesetzten Stilmittel für Fachleute nachvollziehbar.	1.6 1.13 1.12	2.1 2.3 2.11	K 5
III. Texte zielorientiert verfassen	Kaufleute sind sich bewusst, dass eine bestimmte Situation bestimmte Textsorten verlangt. Sie geben Ereignisse klar, folgerichtig und korrekt wieder und stellen komplexe Sachverhalte sowie Meinungsbeiträge präzis und logisch dar.			
Information und Dokumentation	4.3.1.1 Kaufleute verfassen klar strukturierte, informierende und dokumentierende Texte, die dem gegebenen Thema angemessen sind.	1.6 1.13 1.16	2.1 2.2 2.4 2.11	K 5
Hilfsmittel	4.3.1.3 Beim Formulieren und bei der redaktionellen Überarbeitung ihrer Texte ziehen Kaufleute bei Bedarf Hilfsmittel zu Rechtschreibung, Grammatik, Wortschatz und Stilistik bei. Die redigierten Texte sind möglichst fehlerfrei.	1.8 1.4	2.2 2.5 2.7	K 3
IV. Gehörtes und Gesehenes verstehen und Absicht erkennen	Kaufleute wenden Strategien sprachlichen und nichtsprachlichen Handelns erfolgreich an. Sie haben ein Gespür für Tonfall, Sprachebene und Stilmittel.			
Verbale und nonverbale Kommunikation	4.4.1.1 Kaufleute erkennen rhetorische Mittel (Sprachebene, Stilmittel, Sprechweise) und Körpersprache (Mimik, Gestik, Körperhaltung) als Teil des Kommunikationsaktes und zeigen deren Wirkung auf.	1.1 1.6 1.13	2.1 2.11	K 2
	Kaufleute folgen Gesprächen, Diskussionen und Reden mit Interesse. Sie verstehen die Aussage, erkennen die Absicht des Sprechenden und reagieren angemessen.			
Gespräche und Vorträge	4.4.2.1 Kaufleute verstehen und notieren wichtige Aussagen aus Gesprächen, Vorträgen usw. zu Themen aus dem eigenen beruflichen und dem gesellschaftlichen Bereich.	1.9 2.2 2.3 2.5	2.1	K 5
	Kaufleute vermögen Bildinhalte und -aussagen zu erfassen und sprachlich umzusetzen.			
Botschaft und Bild	4.4.3.1 Kaufleute erfassen markante Bildinhalte und -aussagen (in der Werbung, in Grafiken usw.) in ihrem Kern. Ihre mündlichen oder schriftlichen Beschreibungen und Stellungnahmen sind verständlich und nachvollziehbar.	1.6 1.12 1.13	2.1 2.5 2.11	K 4
V. Inhalte präsentieren und vertreten	Kaufleute halten Tatsachen und Meinungen auseinander und können angemessen argumentieren.			
Tatsachen, Meinungen und Argumentation	4.5.1.1 In Gesprächen, Diskussionen und Referaten zu vertrauten Themen halten Kaufleute offensichtliche Tatsachen, Meinungen und Gefühle auseinander.	1.5 1.6 1.12	2.1 2.3 2.5	K 4



	4.3.1.2 Kaufleute erörtern Sach- und Wertfragen klar strukturiert. Sie drücken ihre Meinung, ihre Urteils- und Entscheidungsfähigkeit nachvollziehbar aus.	1.16 2.1 2.2 2.4 2.7 2.11	2.1 2.2 2.4 2.7 2.11	K 5
	4.4.2.2 In Gesprächen und Diskussionen kristallisieren Kaufleute unterschiedliche Standpunkte heraus und beurteilen diese. Gegebenenfalls melden sie Widerspruch an und vertreten die eigene Position mit überzeugenden Argumenten.	1.5 1.7 1.11 1.16 1.12	2.1 2.6 2.7 2.11	K 6
	4.6.2.2 Kaufleute zeigen ausgeprägte persönliche Wertungen des Verfassers im Text auf.		2.1 2.5	K 5
	Kaufleute sind bereit, sich auf Meinungsbildungsprozesse einzulassen. Sie sammeln Fakten, versetzen sich in die Position anderer, erkennen die Überzeugungskraft des guten Arguments und die Wirkung der guten Präsentation. Sie respektieren die Meinung anderer.			
Präsentation und Diskussion	4.5.2.1 Kaufleute verwenden wirkungsvolle Mittel, die zum Erfolg von Referaten und Präsentationen oder Diskussionen und Gesprächen beitragen.	1.1 1.6 1.11	2.6	K 3
Zuhören und Zusammenfassen	4.5.2.2 Kaufleute fassen als Beobachtende einer Diskussion markante Meinungen klar zusammen.	1.6 1.12	2.1	K 5
Bewertung	4.5.2.3. Kaufleute beurteilen Diskussionsbeiträge sachlich und unvoreingenommen. Dazu benutzen sie eine selbstständig erstellte Liste mit mehreren Gesichtspunkten.	1.6 1.12 1.15 1.16	2.1 2.3	K 6
Vertreten einer Meinung	4.5.2.4. Kaufleute können bei einer Diskussion eine Meinung, die nicht der Auffassung der Mehrheit entspricht, überzeugend vertreten.	1.1 1.6 1.7 1.11 1.16	2.6 2.7	K 5
	Kaufleute präsentieren Inhalte und Meinungen kompetent.			
Gelingene Präsentationen	4.5.3.1 Kaufleute sind fähig, einzeln oder in Gruppen einen Auftritt vor anderen vorzubereiten, den Medieneinsatz zu planen und mit Hilfe von Stichworten die Rede frei zu halten.	1.1 1.6 1.12 2.6	2.1 2.4 2.5	K 5
Beurteilung von Vorträgen und Präsentationen	4.5.3.2 Kaufleute legen einen verwendbaren Raster an mit mehreren Gesichtspunkten zur Beurteilung von eigenen und fremden Präsentationen.	1.6 1.12	2.4 2.11 2.12	K 6
VI. Mit Medien umgehen	Kaufleute sind sich der Bedeutung und Wirkung der unterschiedlichen Medien bewusst und sind in der Lage, Medien als Informationsquelle für Beruf und Alltag zu nutzen. Sie prüfen die Informationen kritisch und beurteilen deren Qualität.			
Verschiedene Medien	4.6.1.1 Kaufleute entwickeln eigene Gesichtspunkte, die ihnen ermöglichen, die gleiche Nachricht in verschiedenen Medien (Printmedien, TV, Radio, Internetdienste) zu vergleichen. Sie zeigen medienspezifische Eigenheiten plausibel auf.	1.13 2.1 2.2 2.5		K 5
	4.6.2.1 Kaufleute beurteilen kritisch den Sachverhalt und Informationswert von Medienerzeugnissen, die mit ihrer Berufswelt oder mit dem allgemeinen gesellschaftlichen Leben zu tun haben.	1.11 1.13	2.1 2.2 2.5	K 6
	4.6.2.3 Kaufleute reagieren auf Informationen in Medien (Text, Bild und Grafik), indem sie ihre Meinung kurz und prägnant ausdrücken, z.B. mit einem Statement, Leserbrief oder einer E-Mail.	1.16	2.1 2.4 2.5	K 5



2.2 Zweite Landessprache und dritte Sprache

2.2.1 Lektionentafel

Für die zweite Landessprache und die dritte Sprache beträgt die Anzahl Mindestlektionen für die gesamte Ausbildungsdauer und für alle Ausbildungsmodelle 400 Lektionen. Dies entspricht bei einer dreijährigen Ausbildung durchschnittlich mehr als 130 Lektionen pro Ausbildungsjahr. Die Dotation kann von den Kantonen erhöht werden. Es steht ihnen auch frei, selbst zu entscheiden, wie sie die Gesamtlektionenzahl pro Fach auf die verschiedenen Ausbildungsjahre aufteilen.

Damit die Lernenden ihre Sprachkenntnisse vertiefen können, sollten sie Praktika oder Sprachaufenthalte absolvieren oder bei einem Schüleraustausch mitmachen.

Bei der Festlegung der LZ wird den sprachlichen Besonderheiten der verschiedenen Regionen angemessen Rechnung getragen.

2.2.2 Anforderungen der Bildung in beruflicher Praxis

Mindestens 40 Lektionen Unterricht je in der zweiten Landessprache und der dritten Sprache werden fächerübergreifend mit dem Fach IKA gestaltet.

2.2.3 Inhaltliche Strukturierung

Der Unterricht und die Unterrichtsinhalte basieren auf dem „Gemeinsamen europäischen Referenzrahmen für Sprachen“, aus dem die Terminologie und insbesondere die Struktur der Sprachkompetenzen übernommen wurden. Die Sprachkompetenzen umfassen die Interaktion, die Rezeption, die Produktion und die (sprachliche) Mediation. Diese vier Kompetenzen werden durch eine fünfte Kompetenz ergänzt: Kenntnisse und Anwendung der Grundlagen der Sprache – eine Kompetenz, die Grundvoraussetzung für den Erwerb der vier vorgängig genannten Kompetenzen ist.

- Interaktion: mündliche und schriftliche Informationen austauschen;
- Rezeption: mündliche und schriftliche Informationen verstehen;
- Produktion: mündliche und schriftliche Informationen geben;
- Mediation: mündliche und schriftliche Texte weiterleiten;
- Grundlagen der Fremdsprachen kennen und anwenden.

Um das EFZ zu erlangen, müssen neben allgemein sprachlichen Sprachkenntnissen auch berufsspezifische Sprachkenntnisse auf der Stufe B1 des gemeinsamen europäischen Referenzrahmens nachgewiesen werden. Bei der BM müssen Sprachkenntnisse auf der Stufe B2 des gemeinsamen europäischen Referenzrahmens nachgewiesen werden (vergleiche RLP für die BM). Abweichungen aufgrund regionaler Besonderheiten sind möglich. Bei den LZ wird grundsätzlich das Taxonomieniveau K3 angestrebt. Um die Kompetenzen gemäss dem europäischen Sprachenportfolio (Schweizer Version) für Sprachkenntnisse auf Niveau B1 zu erreichen, müssen Lernende über Sprachkenntnisse auf der Stufe A2 verfügen, bevor sie die spezifische Sprache weiter vertiefen können

2.2.4 Inhalte und Ziele

Die Unterrichtsinhalte und die LZ sind in folgender Tabelle aufgeführt. Sie sind im SL mit den betrieblichen Zielen zu ergänzen, die im Teil B Ziff. 5.2 und 5.3 dem schulischen Unterricht zugewiesen sind. Dabei werden spezifiziert:

- die fünf Wissensbereiche mit inhaltlichen Angaben in Form von Stichwörtern;
- die LZ, die von der EFZ-Ausbildung übernommen werden. Diese Ziele orientieren sich immer an einem allgemeinen, übergeordneten Ziel (fett);
- der Bezug zu den Selbst-, Sozial- und Methodenkompetenzen (SSK/MK), die im SLP Praxis angestrebt werden. Dieser Bezug bedeutet, dass die Erreichung des Ziels auch zum Erwerb der angegebenen SSK und MK beiträgt;
- das angestrebte Anspruchsniveau/Taxonomiestufe K1 bis K6 (Tax) = Minimalvorgabe.



Wissensbereich	Leistungsziele HMS	SSK	MK	Tax
I. Interaktion: Mündliche und schriftliche Informationen austauschen	Kaufleute zeigen Bereitschaft, kurze einfache Gespräche über ihnen vertraute Themen aus dem engeren beruflichen und dem privaten Bereich aufzunehmen und zu führen.			
Mündliche Kommunikation	5.1.1.1 Kaufleute unterhalten sich spontan und im direkten Kontakt, beim Telefonieren, auf Reisen und im Umgang mit Besuchern. Dazu gehören: Leute begrüßen; sich und andere vorstellen; Abmachungen treffen; über Erfahrungen, Pläne und Vorlieben reden; eigene Hobbys und Interessen diskutieren. 5.1.1.2 Kaufleute nehmen Anrufe entgegen und leiten die Informationen sinngemäss weiter. Sie vereinbaren, bestätigen und verschieben Termine verständlich und korrekt. Kaufleute sind bereit, Informationen über ihnen vertraute Themen aus dem engeren beruflichen und dem privaten Bereich schriftlich auszutauschen.	1.1 1.5 1.6 1.14 1.16	2.1 2.3	K 5 K 3
Schriftliche Kommunikation	5.1.2.1 Kaufleute schreiben verständlich einfache Notizen und einfache Mitteilungen (Notizen, Postkarten, Briefe, E-Mail-Nachrichten). Sie füllen auch Formulare inhaltlich korrekt aus. 5.1.2.2 Kaufleute verfassen inhaltlich korrekte Telefonnotizen, Memos, Reservationen, Bestellungen, einfache Beschwerden, Entschuldigungen (in Form von E-Mail, Fax oder Brief). 5.1.3.2 Kaufleute verstehen im Schriftverkehr die Anliegen der Partner und reagieren kundenorientiert (z.B. Empfangsbestätigung, Sendung von gewünschten Informationen, Weiterleiten des Anliegens). Kaufleute zeigen Interesse, auf Partner im privaten und beruflichen Bereich einzugehen.	1.3 1.6 1.13	2.2 2.7	K 5 K 5 K 5
Gespräche	5.1.3.1 Kaufleute hören mit Interesse Gesprächspartnern zu und reagieren situationsgemäß (z.B. durch Nachfragen, durch aktives Weiterführen des Gesprächs).	1.1 1.5 1.6	2.5 2.9	K 5
II. Rezeption: Mündliche und schriftliche Informationen verstehen	Kaufleute zeigen Interesse an mündlichen Informationen aus Medien und sind bereit, anderssprachigen Partnern bei Gesprächen und Präsentationen zuzuhören.			
Hören - Verstehen	5.2.1.1 Kaufleute verstehen wichtige Inhalte von einfachen Radio- und Fernsehbeiträgen von persönlichem Interesse. 5.2.1.2 Kaufleute verstehen das Thema und wichtige Informationen (Namen, Zahlen, Termine) von Meldungen auf dem Anrufbeantworter. Zudem verstehen sie Durchsagen im öffentlichen Bereich. Die Themen sind gängig oder stammen aus dem Berufsalltag.		2.2 2.5 2.5	K 2 K 2



	5.2.2.3 Kaufleute verstehen Hauptinformationen (z.B. Zahlen und Fakten) von Protokollen, Berichten, Allgemeinen Geschäftsbedingungen, Prospekten, Inseraten und Zeitungsartikeln.		2.1 2.2 2.5	K 2
	5.2.1.4 Kaufleute verstehen in Sitzungen und Besprechungen die wichtigsten Punkte zu Themen, die sie kennen. Dabei erfassen sie die Argumentation der Gesprächsteilnehmer.	1.5 1.13	2.5	K 4
	5.2.1.5 Kaufleute verstehen in Ausbildungskursen (z.B. Fachunterricht in der Fremdsprache, berufliche Weiterbildung) die wichtigsten Inhalte von Referaten.	1.9	2.5	K 2
	Kaufleute bekunden Interesse an fremdsprachigen schriftlichen Texten.			
Lesen - Verstehen	5.2.2.1 Kaufleute verstehen – gegebenenfalls mit Hilfsmitteln – wesentliche Inhalte von einfachen Texten (Anweisungen, Mitteilungen – in Form von E-Mail, Fax oder Brief, Zeitungsmeldungen, Berichte).	1.3	2.2 2.5	K 2
	5.2.2.2 Kaufleute verstehen Telefonnotizen, Memos, Reservationen, Anfragen, Angebote, Bestellungen, einfache Beschwerden, Entschuldigungen (in Form von E-Mail, Fax oder Brief).	1.3	2.2 2.5	K 2
III. Produktion Mündliche und schriftliche Informationen geben	Kaufleute sind bereit, mündlich etwas vorzustellen und zu einem Thema Stellung zu nehmen.			
Information und Argumentation	5.3.1.1 Kaufleute tragen Informationen oder Ideen verständlich vor und stützen diese mit einfachen Argumenten.	1.1 1.6 1.14	2.2 2.9 2.12	K 5
	5.3.1.2 Kaufleute präsentieren kurz (z.B. an einer Sitzung oder einem Besucher) Inhalte aus ihrem Erfahrungsbereich und dem eigenen Arbeitsfeld.	1.1 1.3 1.6 1.14	2.6	K 5
	5.3.1.3 Kaufleute nehmen Stellung zu vertrauten Themen aus beruflichem und privatem Bereich, äussern in einfachen Worten ihre Meinung.	1.1 1.6 1.14 1.16	2.9	K 5
	Kaufleute sind bereit, kleinere Aufträge schriftlich und selbstständig zu erledigen und setzen dafür geeignete Hilfsmittel ein.			
Texte verfassen	5.3.2.1 Kaufleute verfassen auf eine einfache und klare Weise Telefonnotizen, Memos, Anfragen (z.B. in Form von E-Mail oder Fax) und Geschäftsbriefe nach den gängigen Normen. Sie beantworten Angebote und geben Bestellungen auf. Sie verwenden dabei Vorlagen, Textbausteine und gegebenenfalls Wörterbücher.	1.6 1.13 1.14	2.1 2.2 2.5	K 5
IV. Mediation: Mündliche und schriftliche Informationen weiterleiten	Kaufleute zeigen Interesse, zwischen Partnern, die nicht die gleiche Sprache sprechen, zu vermitteln.			
Weiterleitung mündlicher Informationen	5.4.1.1 Kaufleute geben verständlich Auskunft über Inhalte von Gesprächen (z.B. Telefongespräche, Reklamationen, Kundenwünsche) in der eigenen Sprache aus dem vertrauten Berufsfeld mündlich oder schriftlich in der anderen Sprache weiter.	1.5 1.6	2.5	K 5



	5.4.1.2 Kaufleute geben die wichtigsten Informationen während eines kurzen Gesprächs in der eigenen Sprache mündlich oder schriftlich in der anderen Sprache wieder.	1.5 1.6	2.2 2.5 2.7	K 5
Weiterleitung schriftlicher Informationen	5.4.1.3 Kaufleute geben die wichtigsten Informationen während eines kurzen Gesprächs in der eigenen Sprache mündlich oder schriftlich in der anderen Sprache wieder. Das Gesprächsthema stammt aus vertrauten Bereichen.	1.5 1.6	2.2 2.5 2.7	K 5
V. Grundlagen der Fremdsprachen kennen und anwenden	Kaufleute zeigen Interesse, ihre sprachlichen Kenntnisse zu vertiefen und weiterzuentwickeln.			
Wortschatz und Etymologie	5.5.1.1 Kaufleute verfügen über einen angemessenen Grund- und Fachwortschatz, um die in den LZ der Wissensbereiche I bis IV aufgeführten Aufgaben zu erfüllen. 5.5.2.3 Kaufleute kennen einfache Regeln der Wortbildung, um Wörter ohne Hilfsmittel aus dem Kontext besser zu verstehen.	1.8 1.9 1.13	2.1 2.2 2.4	K 3
Grammatik	5.5.1.2 Kaufleute verfügen über die notwendigen grammatischen Strukturen, um die in den LZ der Wissensbereiche I bis IV aufgeführten Aufgaben zu erfüllen.	1.8 1.9 1.13	2.1 2.2 2.4	K 3
	Kaufleute sind bereit, sprachliche Schwierigkeiten zu erkennen und mit geeigneten Hilfsmitteln zu übebrücken.			
Strategien zum Verständnis	5.5.2.1 Bei Verständigungsschwierigkeiten erkennen Kaufleute, wo das Problem liegt und greifen gegebenenfalls routinemässig auf Hilfsmittel (ein- oder zweisprachige – auch elektronische - Wörterbücher, Internet) zurück oder fragen Kollegen. 5.5.2.2 Beim Lesen von Texten zu vertrauten Themen wenden Kaufleute zum besseren Verständnis Techniken an, z.B. Wörter aus dem Kontext erschliessen, Berücksichtigung grafischer Elemente, grössere Informationseinheiten auf einmal erfassen, gezielt nach Informationen suchen. 5.5.2.4 Kaufleute fragen mit einfachen Wendungen nach, ob ihre Auskünfte und Gesprächsbeiträge verstanden werden. 5.5.2.5 Kaufleute reagieren mit einfachen Wendungen, wenn sie etwas nicht verstanden haben.	1.5 1.8 1.9 1.12	2.2 2.5 2.7	K 5
Lücken schliessen	5.5.2.6 Kaufleute umschreiben mit einfachen Mitteln einen Begriff oder einen Sachverhalt, für den sie die Bezeichnung nicht kennen.	1.5 1.6	2.7	K 3
Kritische Haltung	5.5.2.7 Kaufleute wenden, wenn nötig, Hilfsmittel (z.B. ein- oder zweisprachige Wörterbücher [vgl. 5.5.2.1], elektronischer Thesaurus, Korrekturprogramm) an, um ihre eigenen Texte zu korrigieren und zu optimieren.	1.4 1.9	2.2 2.7	K 5

Die Leistungsziele bewegen sich in der Regel auf dem Niveau B1 des Europäischen Referenzrahmens. Abweichungen tragen regionalen Gegebenheiten Rechnung.



2.2.5 Qualifikationsverfahren

Bei den Fremdsprachen können die Lernenden anstelle einer Abschlussprüfung ein international anerkanntes, eher aufs Berufsleben ausgerichtetes Sprachdiplom erlangen. Die SPK entscheidet über die Akkreditierung der verschiedenen Diplome (für EFZ auf der Stufe B1: Reglement 2003 und Ausführungsbestimmungen der SPK; für Diplome auf der Stufe B2: Aide-mémoire IV der EBMK).

3 Fachlehrplan Wirtschaft und Gesellschaft (W&G)

Der Unterricht in Wirtschaft und Gesellschaft (W&G) umfasst den Umgang mit knappen Ressourcen im ökonomischen System unter Berücksichtigung der Wechselwirkungen zwischen dem ökonomischen, dem sozialen und dem ökologischen System. Das Recht bildet dabei den normativen Handlungsrahmen für das gesellschaftliche und wirtschaftliche Geschehen.

Die einzelnen Wissensbereiche bilden ein zusammenhängendes Ganzes und haben fächerübergreifenden Charakter. Die in W&G vermittelten Inhalte sollen zur Entwicklung der Lernenden in dreierlei Hinsicht beitragen:

- als bewusste und kritische Personen, die sich im gesellschaftlichen Zusammenhang sinnvoll einordnen können;
- als verantwortungsbewusste und aktive Mitglieder der Gesellschaft und ihrer Institutionen;
- als kompetente Berufsleute.

3.1 Lektionentafel

Für das Fach W&G beträgt die empfohlene Mindestlektionenzahl für die gesamte Ausbildungsdauer je nach Modell 580 (EFZ), 680 (EFZ/BM Modell i) oder 640 (EFZ/BM Modell 3+1) Lektionen. Diese werden wenn immer möglich problemorientiert eingesetzt. Die Lektionenzahl kann durch die Kantone erhöht bzw. ergänzt werden. In der Verteilung der Gesamtlektionenzahl pro Fach und Ausbildungsjahr sind die Kantone frei.

3.2 Anforderungen der Bildung in beruflicher Praxis

Die kaufmännische Tätigkeit bedarf einer Einbettung in den betriebswirtschaftlichen Zusammenhang. Das Grundwissen in den verschiedenen Wissensbereichen von W&G ist deshalb für die *Bildung in beruflicher Praxis* von besonderer Relevanz. Damit dieses Wissen im Sinne der angestrebten Integration aufgebaut werden kann, bietet sich nicht nur die problemorientierte Gestaltung des Unterrichts, sondern auch die Zusammenarbeit mit anderen Fächern (IKA, Sprachen usw.) an (Angaben in Teil C Ziff.1.3.).

3.3 Inhaltliche Strukturierung

Der Unterricht im Fachbereich W&G gliedert sich in folgende Wissensbereiche:

- volkswirtschaftliche Grundfragen: Voraussetzungen der Weltwirtschaft verstehen und Wechselwirkungen zwischen Unternehmen und Mitwelt erkennen;
- Staat, Wirtschaft und Gesellschaft:
 - über Einsicht in Eigenart und Probleme von Staat, Wirtschaft und Gesellschaft verfügen;
 - betriebswirtschaftliches Umfeld umschreiben und Handlungsmöglichkeiten aufzeigen;
- Rechnungswesen: Rechnungswesen anwenden und als Führungsinstrument verstehen;
- Recht: rechtliche Strukturen und Abläufe in den Beruf und in den Alltag integrieren.

In jedem Bereich sind im Rahmen des SL Möglichkeiten vorzusehen und durch ergänzende, schuleigene und/oder aktuelle Themen individuelle Akzente zu setzen. Der Fachbereich W&G berücksichtigt die berufspraktischen Aspekte im problemorientierten Unterricht und baut auf problemorientierten Lehr-/Lern-Arrangements auf. Dabei werden durch Kooperation der einzelnen Fachbereiche schulinterne Synergien genutzt.



3.4 Inhalte und Ziele

Die Unterrichtsinhalte und die LZ sind in folgender Tabelle aufgeführt. Sie sind im SL mit den betrieblichen Zielen zu ergänzen, die im Teil B Ziff. 5.2 und 5.3 dem schulischen Unterricht zugewiesen sind. Dabei werden spezifiziert:

- die vier Wissensbereiche mit inhaltlichen Angaben in Form von Stichwörtern;
- die LZ, die von der EFZ-Ausbildung übernommen werden;
- der Bezug zu den Selbst-, Sozial- und Methodenkompetenzen (SSK/MK), die im SLP Praxis enthalten sind;
- das angestrebte Anspruchsniveau/Taxonomiestufe K1 bis K6 (Tax) = Minimalvorgabe.

Wissensbereich	Leistungsziele HMS ¹⁹	SSK	MK	Tax
I. Volkswirtschaftliche Grundfragen				
Ziele wirtschaftlichen Handelns	3.1.2.1. Kaufleute umschreiben die wichtigsten Ziele des wirtschaftlichen Handelns (magische Vielecke). Diese Darstellungen sind einsichtig und plausibel.	1.12 2.6	2.1 2.6	K 2
Wirtschaftskreislauf	3.1.2.2 Kaufleute stellen einem Dritten den „Wirtschaftskreislauf“ mit seinen Elementen (Haushalte, Unternehmen, Staat, Bankensystem und Ausland) dar und erklären ihn grafisch vollständig.	1.6 1.12	2.6	K 2
Gesamtwirtschaftliche Daten	3.1.2.3 Kaufleute erklären die Begriffe „Bruttoinlandprodukt“ und „Volkseinkommen“. Sie können entsprechendes Zahlenmaterial für Vergleiche (Wirtschaftswachstum, reiche/arme Kantone, Industrie-/Entwicklungsänder) anwenden und interpretieren.	1.6 1.12 2.5 2.6	2.2 2.5 2.6	K 2
Konjunktur, Geldwertstörungen	3.1.2.4 Kaufleute erkennen die charakteristischen Merkmale einer guten (hohen) Konjunktur und einer schlechten (niedrigen) Konjunktur. Sie erklären insbesondere die Ursachen und Folgen der Inflation, Deflation und Stagflation.	1.6 1.12	2.6	K 4
Wirtschaftspolitik und Wachstum	3.1.2.5 Kaufleute sind in der Lage, wirtschaftspolitische Massnahmen für die ökonomische, soziale und politische Stabilität sowie für das Wirtschaftswachstum eines Landes zu erklären.	1.16	2.6 2.11	K 2
Steuern	3.1.2.6 Kaufleute erklären Aufgabe, Zweck und Funktion von direkten und indirekten Steuern.	1.16	2.2 2.6	K 2
Marktmechanismus	3.1.2.7 Kaufleute beschreiben die Funktionsweise des Marktes (Preismechanismus).	1.13	2.1 2.2 2.6	K 2
Aussenwirtschaft	3.1.3.1 Kaufleute beschreiben aussenwirtschaftliche Beziehungen und Abhängigkeiten zwischen der Schweiz und dem Ausland bezüglich ausgewählter Handelsgüter und Dienstleistungen.	1.12	2.1 2.6	K 2
Energie und Energiepolitik (Wirtschaftsgeografie)	3.1.3.2 Kaufleute kennen den ungefähren Anteil der einzelnen Energieträger in der Schweiz und weltweit. Sie können Konsequenzen des weltweiten Energieverbrauchs aufzeigen und mögliche energiepolitische Massnahmen erklären.	1.10 1.12	2.1 2.6	K 2
Entwicklungszusammenarbeit und Nachhaltigkeit (Wirtschaftsgeografie)	3.1.3.3 Kaufleute beurteilen die wichtigsten wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Probleme der Entwicklungsländer. Sie können die unterschiedlichen Formen der Entwicklungshilfe bezüglich Nachhaltigkeit bewerten.	1.6 1.9 1.12	2.1 2.6	K 2

¹⁹ LZ aus dem Wissensbereich Staat und Gesellschaft, die das Fach Geschichte (EFZ) betreffen, werden diesem Fach auf SL-Ebene zugeteilt. Zu beachten ist, dass diese LZ im Qualifikationsverfahren Bestandteil des Fachbereichs W&G bleiben und gemeinsam mit den W&G-LZ geprüft werden. Im Übrigen dient der bisherige RLP HMS als Referenz.



II. Staat, Wirtschaft und Gesellschaft					
Gewaltenteilung	3.2.1.1 Kaufleute erklären das System der Gewaltenteilung.	1.6 1.12 2.6	2.1 2.2	K 2	
Behörden der öffentlichen Verwaltung	3.2.1.2 Kaufleute ordnen auf Gemeinde-, Kantons- und Bundesebene die entsprechenden Behörden zu.	1.13	2.1 2.2	K 2	
Abstimmungsverfahren	3.2.1.3 Kaufleute können Abstimmungsverfahren erklären und Wahlverfahren (Proporz, Majorz) vergleichen.	1.7 1.13	2.1 2.2 2.6	K 3	
Politische Rechte	3.2.1.4 Kaufleute können die politischen Rechte (Stimm- und Wahlrecht, Initiativ- und Referendumsrecht) im Ablauf beschreiben und ihre Bedeutung beurteilen.	1.6 1.12 1.16	2.1 2.2 2.6	K 2	
Politik und Parteien	3.2.2.1 Kaufleute beurteilen und vergleichen aktuelle Medieninformationen verschiedener Parteien.	1.6 1.12 1.16	2.1 2.2 2.5 2.6	K 6	
	3.2.3 Kaufleute beteiligen sich aktiv an der Mitgestaltung des sozialen und wirtschaftlichen Lebens. Die SL führen zu diesem Dispositionsziel verschiedene LZ auf.				
	3.2.4 Kaufleute zeigen Bereitschaft, in gesellschaftspolitischen Auseinandersetzungen eigene Meinungen zu überdenken und sind offen gegenüber anderen Meinungen. Die SL führen zu diesem Dispositionsziel verschiedene LZ auf.				
Umweltbereiche	3.3.7.1 Kaufleute unterscheiden die soziale, ökonomische, ökologische und technologische Umwelt.	1.5 1.10 1.16	2.2 2.7 2.11	K 2	
Anspruchsgruppen	3.3.7.2 Kaufleute können den Einfluss der verschiedenen Anspruchsgruppen (u.a. Mitarbeitende, Konkurrenz, Kapitalgeber, Kunden, Lieferanten) auf die Unternehmung aufzeigen.	1.9 1.13	2.2 2.7 2.11	K 2	
Zielkonflikte	3.3.7.3 Kaufleute beschreiben Zielkonflikte der Unternehmung mit den Anspruchsgruppen und den Umweltsphären.	1.4 1.10	2.2 2.7 2.11	K 2	
Betriebliche Organisationsformen und Prozesse	3.3.3.1 Kaufleute kennen mögliche Organisationsformen und können deren Vor- und Nachteile nennen. Sie sind unter anderem in der Lage, anhand einfacher Fallbeispiele Organigramme zu zeichnen.	1.3 1.6	2.2 2.6	K 3	
	3.3.3.2 Kaufleute erfassen einfache Prozesse aus Alltag und Betrieb und können diese mittels eines Flussdiagramms darstellen.	1.13	2.1 2.6 2.11	K 5	
Versicherungen (Risiken, Vorsorge, Vorschläge)	3.3.4.1 Kaufleute benennen für sich privat und für einen Betrieb gängige Risiken, die normalerweise versichert werden.	1.3	2.12	K 1	
	3.3.4.2 Kaufleute kennen Merkmale und Funktionsweise staatlicher und privater Vorsorge. Sie sind zudem in der Lage, die Finanzierungssysteme und die daraus resultierenden Probleme zu beschreiben.	1.9	2.1 2.5	K 2	
	3.3.4.3 Kaufleute unterbreiten anhand eines einfachen Fallbeispiels einen Versicherungsvorschlag für eine Privatperson bzw. einen Privathaushalt.	1.4 1.15	2.3 2.12	K 5	
Lohnabrechnung	3.3.4.4 Kaufleute interpretieren eine Lohnabrechnung und unterscheiden zwischen dem, was einem Arbeitnehmer ausbezahlt wird und was ein Arbeitnehmer der Unternehmung effektiv kostet.	1.9	2.1	K 2	
Personalpolitik (Stellenbeschreibung Mitwirkung Arbeitnehmer)	3.3.5.1 Kaufleute beurteilen eine einfache Stellenbeschreibung.	1.4	2.1 2.2 2.12	K 2	



	3.3.5.2 Kaufleute analysieren die verschiedenen Formen der Mitwirkung der Arbeitnehmer.	1.4 1.8 1.12	2.1 2.2 2.12	K 2
Leistungserstellung (Produkt- und Marktziele, Absatzverfahren, Marketingmix)	3.3.6.1 Kaufleute legen für einen vorgegebenen Fall typische Produkt- bzw. Markziele vor. Sie können wesentliche Konflikte innerhalb dieser Ziele und gegenüber den Anspruchsgruppen sowie der Umwelt beschreiben.	1.4 1.10	2.7 2.11	K 5
	3.3.6.2 Kaufleute beschreiben für typische Unternehmen das direkte und indirekte Absatzverfahren. Sie begründen ihre Wahl.	1.13	2.1 2.6 2.7 2.11	K 5
	3.3.6.3 Kaufleute erhalten einen Fall zum Marketing von Produkten oder Dienstleistungen, die ihnen grundsätzlich bekannt sind. Sie entwickeln dazu wirkungsvolle Strategien unter Einsatz des Marketingmix.	1.5 1.6 1.16	2.2 2.4 2.6 2.7 2.11	K 5
Finanzierung und Kapitalanlage (Anlagestrategie)	3.3.2.1 Anhand vorgegebener Merkmale (Verfügbarkeit der Mittel, Sicherheit der Anlage, Gewinnmöglichkeiten) charakterisieren Kaufleute für einfache Situationen die gängigsten Anlagestrategien mit Aktien, Obligationen, Fonds oder Lebensversicherungen.	1.13	2.1 2.11 2.12	K 2
III. Rechnungswesen				
Bilanz und Erfolgsrechnung	3.4.1.1 Kaufleute stellen einfache Bilanzen und Erfolgsrechnungen (gemäß KMU-Kontenplan) korrekt auf.	1.9 1.12 1.13	2.1 2.2	K 3
Mehrstufiges Erfolgsermittlungsverfahren	3.4.1.2 Kaufleute kennen Sinn und Zweck des mehrstufigen Erfolgsermittlungsverfahrens.	1.9 1.12 1.13	2.1 2.2	K 1
Verbuchen von Belegen	3.4.1.3 Kaufleute verbuchen anhand von gängigen Belegen einfache Geschäftsabläufe verschiedenartiger Betriebe (Handel und Dienstleistungen) korrekt.	1.9 1.12 1.13	2.1 2.2	K 3
Dokumentation eines Abschlusses	3.4.1.4 Kaufleute verbuchen zusammenhängende einfache Geschäftsabläufe am PC korrekt. Sie dokumentieren den Abschluss auf Papier.	1.9 1.12 1.13	2.1 2.2	K 3
Mehrwertsteuer	3.4.1.5 Kaufleute erklären, wie die Mehrwertsteuer grundsätzlich funktioniert. Sie können das offizielle Formular für einfache Beispiele korrekt ausfüllen.	1.9 1.12 1.13	2.1 2.2	K 3
Kapital- und Vermögenserträge	3.4.1.6 Kaufleute berechnen Kapital- und Vermögenserträge (Zinsen, Dividenden) anhand praxisorientierter Beispiele.	1.9 1.12 1.13	2.1 2.2	K 3
Rückstellungen	3.4.1.7 Kaufleute verstehen die Zielsetzung von Rückstellungen.	1.9 1.12 1.13	2.1 2.2	K 2
Verrechnungssteuer	3.4.1.8 Kaufleute erklären die Funktion der Verrechnungssteuer. In verschiedenen Anwendungsbeispielen (Wertschriften- und Zahlungsverkehr) berechnen und verbuchen sie sie korrekt.	1.9 1.12 1.13	2.1 2.2	K 3
Währungsumrechnungen	3.4.1.9 Für verschiedene Situationen können Kaufleute Währungsumrechnungen vornehmen und diese buchhalterisch richtig weiterhandeln.	1.9 1.12 1.13	2.1 2.2	K 3
Debitorenverluste	3.4.1.10 Kaufleute verbuchen für einen vorgegebenen Fall endgültige Debitorenverluste vorschriftsgemäß.	1.9 1.12 1.13	2.1 2.2	K 3
Rechnungsabgrenzung	3.4.1.11 Kaufleute führen die Rechnungsabgrenzung (transitorische Aktiven und Passiven) durch.	1.9 1.12 1.13	2.1 2.2	K 3



Abschreibungen	3.4.1.12 Kaufleute berechnen und verbuchen die direkten und indirekten Abschreibungen nach dem linearen und degressiven Verfahren anhand vorgegebener praxisorientierter Beispiele.	1.9 1.12 1.13	2.1 2.2	K 3
Delkredere	3.4.1.13 Kaufleute führen die Wertberichtigung der Debitoren durch (Delkredere).	1.9 1.12 1.13	2.1 2.2	K 3
Interpretation des Jahreserfolgs	3.4.1.14 Kaufleute beurteilen die Auswirkungen unterschiedlicher Bewertungen auf den Jahreserfolg.	1.9 1.12 1.13	2.1 2.2	K 6
Jahresabschluss	3.4.1.15 Kaufleute führen den Jahresabschluss für die Einzelunternehmung und die Aktiengesellschaft (ohne Gewinnverteilung) sicher durch.	1.9 1.12 1.13	2.1 2.2	K 3
Handelsbetrieb (Warenkonten, Kalkulationsschema, Verkaufspreise Kalkulationssätze, Betriebserfolg)	3.4.2.1 Kaufleute führen die drei Warenkonten (Warenaufwand, Warenertrag, Warenbestand) anhand typischer Geschäftsfälle korrekt. 3.4.2.2 Aufgrund vorgegebener Kalkulationssätze stellen Kaufleute ein Kalkulationsschema für Handels- und Dienstleistungsbetriebe auf. 3.4.2.3 Kaufleute berechnen die verschiedenen Verkaufspreise richtig und berücksichtigen Einflussfaktoren für die Preisobergrenze (Konkurrenz, Kaufkraft und psychologische Preisfaktoren). 3.4.2.4 Kaufleute beurteilen den betrieblichen Erfolg in Bezug auf das eingesetzte Kapital sowie den Umsatz anhand vorgegebener Branchenkennzahlen.	1.9 1.12 1.13 1.9 1.12 1.13 1.9 1.12 1.13 1.9 1.12 1.13	2.1 2.2 2.1 2.2 2.1 2.2 2.1 2.2	K 3 K 5 K 3 K 6
IV. Recht	Schweizerische Rechtsordnung (OR/ZGB/SchKG)			
Rechtsquellen, Rechtsgrundsätze	3.5.1.1 Aufgrund von einfachen Fallbeispielen nennen Kaufleute die Quellen und Grundsätze der schweizerischen Rechtsordnung.	1.6	2.6	K 1
Obligationenrecht, Allgemeiner Teil, Obligation	3.5.1.2 Kaufleute können die Entstehungsgründe der Obligation anhand eines Beispiels erklären.	1.6 1.12	2.6	K 2
Zwangsvwertungsverfahren	3.5.1.6 Kaufleute umschreiben die Grundzüge des Zwangsvwertungsverfahrens. Anhand eines einfachen Beispiels bestimmen sie, welche Schritte sie unternehmen müssen.	1.12	2.1 2.2	K 2
	Verträge			
Vertragsimplikationen	3.5.1.3 Kaufleute beurteilen Verträge für einfache Problemstellungen auf Entstehung, Erfüllung und Verjährung.	1.13 2.1 2.2 2.3 2.7	2.1 2.2 2.3 2.7	K 6
Gültigkeit von Verträgen, Kaufvertrag, Mietvertrag, Einzelarbeitsvertrag	3.5.1.4 Anhand von einfachen Fallbeispielen beurteilen Kaufleute, ob ein Kauf-, Miet- oder Einzelarbeitsvertrag gültig zustande gekommen ist. Falls nicht, begründen sie dies anhand von Merkmalen.	1.6 1.12	2.1 2.2 2.3 2.7	K 5
Rechte und Pflichten von Vertragsparteien	3.5.1.5 Kaufleute erkennen anhand von Beispielen bei Kauf-, Miet- und Einzelarbeitsverträgen Rechte und Pflichten der Vertragsparteien. Sie überprüfen, ob diese erfüllt wurden und leiten die entsprechenden Rechtsfolgen ab.	1.12 1.13	2.1 2.2 2.3 2.7	K 5
	Rechtsformen			
Rechtsformen von Unternehmungen: Einzelunternehmung, GmbH, Aktiengesellschaft	3.5.2.1 Kaufleute unterscheiden anhand der wichtigsten Kriterien Einzelunternehmung, GmbH und Aktiengesellschaft.	1.9	2.2	K 2
Geeignete Rechtsform, Handelsregister, Firma: Einzelunternehmung, GmbH, Aktiengesellschaft	3.5.2.2 Anhand einfacher Beispiele machen Kaufleute anlässlich der Gründung einer Unternehmung mit Hilfe des Obligationenrechtes einen Vorschlag für eine geeignete Rechtsform. Sie begründen ihre Wahl.	1.6	2.1 2.2	K 5



4 Fachlehrplan IKA

4.1 Lektionentafel

Für das Fach IKA beträgt die Anzahl Mindestlektionen für die gesamte Ausbildungsdauer und für alle Ausbildungsmodelle 480 Lektionen. Damit das Fach IKA seine Rolle im Rahmen der Bildung in beruflicher Praxis wahrnehmen kann, ist wenn immer möglich problemorientierter Unterricht vorzusehen. Eine erfolgreiche Kommunikation im Berufsleben erfordert sowohl die Beherrschung der technischen Hilfsmittel, der prozessualen Logik der Geschäfte als auch die Beherrschung der Sprache. Die Kommunikation steht daher generell im Mittelpunkt des Fachs IKA. Es geht hier darum, genau festzulegen, auf welcher Ebene die verschiedenen betroffenen Fächer zusammenarbeiten; dies betrifft insbesondere die Sprachen, allen voran die erste Landessprache. Damit die Ziele im Bereich Kommunikation erreicht werden können, sollte daher ein Teil der IKA-Lektionen fächerübergreifend mit den Sprachfächern gestaltet werden (Teil C Ziff.1.3).

Es wird den Kantonen/Schulen empfohlen, den Stundenplan so zu gestalten, dass einzelne Lektionen zusammengelegt werden können, damit ein POU und die Zusammenarbeit mit anderen Fächern möglich sind.

4.2 Anforderungen der Bildung in beruflicher Praxis

Im Bereich IKA gibt es viele Möglichkeiten für eine HMS, den Unterricht praxisorientiert zu gestalten. Dies begünstigt einen Unterricht, der sich an Problemstellungen und Situationen aus der Betriebspraxis orientiert (siehe Teil B).

Der theoretische Aspekt wird bei einem solchen Ansatz selbstverständlich nicht ausgeklammert, sondern in die Fallbeispiele aus der Praxis einbezogen. Dieser Ansatz begünstigt den Erwerb der Kenntnisse und Methoden, die für die praktische Umsetzung und die Problemlösung notwendig sind, sowie den Erwerb des entsprechenden Wissens. Ferner sollen sich die Lernenden dank diesem Ansatz bewusst werden, dass es sich bei technischen Hilfsmitteln um Arbeitsinstrumente handelt, mit denen die Qualität der Arbeit verbessert werden soll (Arbeitsbedingungen und Produkt). Wenn die Lernenden die Arbeitstechniken und -instrumente beherrschen und dabei theoretische Überlegungen berücksichtigen, trägt dies dazu bei, dass sie die im Berufs- und Privatleben notwendige Flexibilität entwickeln. Der im Konzept der Reform der kaufmännischen Grundbildung allgegenwärtige Austausch von Theorie und Praxis kann in einem vollumfänglich schulischen Kontext vorteilhaft dadurch eingelöst werden, dass eine fächerübergreifende Zusammenarbeit stattfindet. Dies trifft insbesondere auf die erste Landessprache und auf die Fremdsprachen zu. Um diese Ziele zu erreichen, werden mindestens 160 Lektionen fächerübergreifend mit den Sprachfächern gestaltet (siehe Teil C Ziff. 1.3).

Der SLP Schule muss die Entwicklung der verschiedenen Kompetenzen über die folgenden Etappen ermöglichen:

- a) Kenntnisse erwerben (Theorie, notwendige Grundlagen)
- b) Arbeitsmethoden erwerben (Theorie und Übungen)
- c) Informatik- und Bürotools beherrschen (vorwiegend praktisch)
- d) Kommunikationskompetenz erwerben (theoretisch und praktisch)
- e) Arbeitsprozesse entwickeln (fallbezogene Überlegungen, Analysen und Übungen)
- f) Praktische Situationen üben (in Workshops)

Für die Phasen b), c) und d) eignet sich besonders der POU. e) und f) tragen generell zur Entwicklung der Kompetenzen bei, wenn methodisch soziale und problemorientierte Aspekte berücksichtigt werden. Für die Entwicklung dieser Kompetenzen wird auf die IPT und die BP verwiesen.



4.3 Inhaltliche Strukturierung

Das Fach IKA umfasst sämtliche Ziele, die bisher in den Fächern Informatik, Bürokommunikation, Korrespondenz und Bürotechnik angestrebt wurden.

Mit der Zusammenfassung dieser Fächer wird eine Ausbildungsstrategie angestrebt, die die verschiedenen Komponenten des Bereichs IKA einbezieht und den problemorientierten Erwerb von auf den Berufsalltag ausgerichteten Kompetenzen begünstigt. Dabei soll ein pragmatischer Ansatz zur Anwendung kommen.

Das Ausbildungsprogramm muss so gestaltet werden, dass die Lernenden berufsspezifische Kenntnisse und Arbeitsmethoden erwerben, Arbeits- und Produktionsinstrumente und -tools auf sehr hohem Niveau beherrschen und in verschiedenen Situationen und bei unterschiedlichen Problemen effiziente Prozesse anwenden können.

Die Unterrichtsinhalte für das Fach IKA sind nach folgenden Wissensbereichen gegliedert:

- Produktion von Dokumenten (Beherrschung der Computerfunktionen und Kenntnisse über die geltenden Normen, so dass den Empfängern ein guter Eindruck vom Unternehmen vermittelt wird),
- Kommunikation (Beherrschung der Kommunikationstechniken und Hilfsmittel sowie Kenntnisse über die Techniken, die eine klare, effiziente und überzeugende Kommunikation ermöglichen),
- Organisation, Verwendung und Analyse von Daten (Kenntnisse über die Mittel und Techniken für ein angemessenes Daten- und Informationsmanagement),
- Organisation von Aktivitäten (Kenntnisse über die Strategien und Techniken, mit denen die Arbeit effizient und rationell gestaltet werden kann),
- Dokumentation (Fähigkeit, Informationen zu beschaffen).

Ein grosser Teil dieser Inhalte fällt in den Bereich Kommunikation. Deshalb ist die Zusammenarbeit mit den Lehrpersonen, die die Landessprache und die Fremdsprachen unterrichten, für eine effiziente Ausbildung zentral. In diesem Sinn ist es angebracht, die Inhalte zu koordinieren und das Anforderungsniveau zu definieren, das erforderlich ist, damit die Lernenden mit den wichtigsten Arbeitstools, Kommunikationsinstrumenten und der wichtigsten Software umgehen können.

IKA-Lehrpersonen müssen eine fächerübergreifende Palette an Kompetenzen bieten können und bereit sein, mit den Lehrpersonen im Bereich Sprachen zusammenzuarbeiten.

4.4 Inhalte und Ziele

Die Unterrichtsinhalte und die LZ sind in folgender Tabelle aufgeführt. Sie sind im SL mit den betrieblichen Zielen zu ergänzen, die im Teil B Ziff. 5.2 und 5.3 dem schulischen Unterricht zugewiesen sind. Dabei werden spezifiziert:

- die fünf Wissensbereiche mit inhaltlichen Angaben in Form von Stichwörtern;
- die LZ, welche von der EFZ-Ausbildung übernommen werden;
- der Bezug zu den Selbst-, Sozial- und Methodenkompetenzen (SSK/MK), die im SLP Praxis enthalten sind;
- das angestrebte Anspruchsniveau/Taxonomiestufe K1 bis K6 (Tax) = Minimalvorgabe.

Wissensbereich	Leistungsziele HMS	SSK	MK	Tax
I. Produktion von Dokumenten				
Textverarbeitung	2.1.1.3 Kaufleute setzen die Textverarbeitung als Arbeitsmittel routiniert ein. Sie verwenden die gängigen Funktionen. Sie kennen die Formatierungsbefehle, um verschiedene Arten geschäftlicher Dokumente zu verwenden und/oder zu verfassen (z. B. Geschäftsbriebe, Layout von Protokollen). Dabei erreichen die Ergebnisse die üblichen Gestaltungsansprüche im Geschäftsleben.	1.12 1.13	2.2 2.12	K 3



Allgemeine Qualität	2.1.2.2 Bevor sie die am PC ausgearbeiteten Dokumente ausdrucken, überprüfen Kaufleute die Form, den Stil, den Inhalt, die Orthografie und die Trennung. Dafür nutzen sie nach Bedarf die verfügbaren Hilfsprogramme.	1.6 1.9	2.2	K 4
II. Kommunikation				
Mittel	2.2.1.1 In einer gegebenen Situation sind Kaufleute in der Lage, das passendste gebräuchliche Kommunikations-/Transportmittel zu bestimmen (z. B. Telefon, Fax, E-Mail, privater Kurierdienst, Einschreibesendung) und dabei Kriterien wie Vertraulichkeit, Datenschutz, Geschwindigkeit und Kosten zu berücksichtigen.	1.3 1.13	2.3 2.5	K 5
E-Mail	2.1.2.1 Kaufleute erstellen routiniert E-Mails. Sie adressieren, senden, beantworten und organisieren elektronische Nachrichten ohne Hilfe. Sie können alle durch das Programm gebotenen Möglichkeiten nutzen (z. B. ein Attachment anhängen, Prioritäten wählen, die Eingangsbestätigung aktivieren, E-Mails weiterleiten, auf Fehlermeldungen reagieren).	1.6 1.12	2.2 2.5	K 3
Präsentations-techniken und Hilfsmittel	2.2.3.2 Mithilfe der Präsentationssoftware können Kaufleute in einem vorgegebenen Zeitrahmen eine wirkungsvolle kurze Präsentation zu einem ausgewählten Thema erstellen.	1.13	2.2 2.6	K 5
Telefonische Kommunikation	2.5.3.1 In einer gegebenen Situation sind Kaufleute fähig, ein Telefongespräch zu führen (Inserat, Anfrage, Antwort, Mitteilungen). Sie können Informationen zur Kenntnis nehmen und schriftlich festhalten.	1.3 1.5 1.6 1.13	2.9 2.10	K 3
Schriftliche Kommunikation (Briefe, E-Mails, Fax, Gesprächsnotizen, Formulare, Protokolle, CV)	2.5.1.1 Je nach den erhaltenen Angaben redigieren Kaufleute professionelle Geschäftsbriefe, verwenden dabei die entscheidenden Argumente zur Überzeugung des Adressaten und setzen ein spezifisches und dafür geeignetes Vokabular ein.	1.14 1.15 1.16	2.9	K 5
III. Organisation, Verwendung und Analyse von Daten				
Dateien und Dossiers	2.1.4.1 Kaufleute fügen dem Lehrbetrieb gezielt und speditiv Daten in die vorhandenen Dateien ein oder löschen Entsprechendes. Sie finden ohne langes Suchen die verschiedenen Dateien und fügen Informationen ein oder löschen welche. Sie sind in der Lage, selber neue Ordner/Dateien korrekt anzulegen und diese zu verwalten.	1.5 1.9	2.1 2.5 2.7	K 3
Rechenblatt (Tabelle)	a) Daten korrekt in ein bestehendes Rechenblatt einfügen und die Veränderung der Resultate abschätzen; b) einfache Tabellen erstellen und dafür sorgen, dass die Daten so in die verschiedenen Zellen eingetragen werden, dass sie addiert, subtrahiert, multipliziert und dividiert werden können; c) Resultate grafisch darstellen; d) einfache Aufgaben mit Hilfe des Funktionsassistenten durchführen.	1.12 1.13	2.2 2.12	K 5
	2.1.1.8 Kaufleute erarbeiten mit einem Tabellenkalkulationsprogramm anspruchsvolle Berechnungen mit und ohne Formel-assistenten (z.B. Verknüpfungen, Bezüge, Funktionen...). Sie erstellen Diagramme.	1.5 1.8 1.13	2.2 2.3 2.7	K 5
IV. Organisation von Aktivitäten				
Planung	2.2.2.2 Bei allen geläufigen oder neuen Aufgaben sind Kaufleute in der Lage, die auszuführenden Handlungen, die zu verwendenden Mittel und die notwendige Zeit zu analysieren und zu planen. Zu diesem Zweck erstellen sie eine Checkliste oder sie beschreiben den anstehenden Arbeitsablauf.	1.13	2.1 2.3 2.7	K 5



Logistik	2.1.1.5 Kaufleute wählen und verwenden mühelos das jeweils angemessene Standardprogramm (Texterfassung, Präsentation, Bildbearbeitung, Desktop-Publishing, Kalkulation, Diagramme, Datenbank), um eine alltägliche oder auch anspruchsvollere Büroaufgabe zu lösen. Das Ergebnis genügt folgenden Anforderungen: a) Leistung innerhalb vorgegebener Zeit; b) typographische Grundsätze werden eingehalten; c) die Ergebnisse sind korrekt und nachvollziehbar; d) die Qualität ist gesichert.	1.2 1.8	2.2 2.7	K 5
	2.1.1.6 Kaufleute lösen mit den Softwarekenntnissen vernetzte kaufmännische Aufgaben (z.B. Serienbriefe [Textverarbeitung und Datenbank], Inhaltsverzeichnisse usw.). Das Ergebnis erfüllt folgende Anforderungen: a) Leistung innerhalb vorgegebener Zeit; b) typografische Grundsätze werden eingehalten; c) die Ergebnisse sind korrekt und nachvollziehbar; d) die Qualität ist gesichert.	1.2 1.5 1.8 1.13	2.2 2.3 2.7	K 5
Arbeitsplatz	2.3.2.2 Kaufleute sind in der Lage, ihren Arbeitsplatz (z.B. beruflich [Bürolandschaft], privat) nach den grundlegenden ergonomischen Kriterien zu organisieren.	1.4 1.11 1.16	2.4 2.11 2.12	K 5
Recycling	2.3.1.3 Kaufleute wählen aufgrund der Angebote die beste Lösung zur Rezyklierung des Büromaterials aus, z.B. Druck-Toner, Papier. Bei der Auswahl stützen sie sich auf folgende Kriterien: a) betriebliche Kosten, b) Ökobilanz (z.B. am wenigsten Gifte oder am wenigsten Energieverbrauch...) und c) Serviceleistungen.	1.10	2.3 2.5 2.7	K 5
V. Dokumentation				
Informationsbeschaffung	2.1.3.1 Kaufleute können mehrere Möglichkeiten zur Informationsbeschaffung fachmännisch anwenden. Sie setzen moderne Suchmethoden (z.B. Relevanz eines Dokuments etc.) ein, verstehen die Funktionsweise von Suchsystemen und nutzen interaktive Suchtechniken (z.B. Internet).	1.6	2.5	K 3
	2.2.2.1 Kaufleute können das Hilfesystem des jeweils verwendeten Programms nutzen und so eine Aufgabe lösen, indem sie neue Funktionen verwenden.	1.9 1.13	2.2 2.5 2.11	K 5

4.5 Qualifikationsverfahren

Das Qualifikationsverfahren für das Fach IKA stützt sich auf das Reglement 2003 und die HMS-Richtlinien. Betrachtet man ferner die Anforderungen, die der Arbeitsmarkt an die Lernenden stellt, ist es wünschenswert, dass auf regionaler oder kantonaler Ebene zusätzliche Qualifikationsverfahren (siehe Beispiel Sprachen) eingeführt werden. Dabei geht es darum, dass die Lernenden ihre Fähigkeiten im Umgang mit Informatiktools unter Beweis stellen können (z.B. Informatik-Anwender SIZ in der Deutschschweiz bzw. User Suisse U-CH in der Westschweiz).



Teil D: Anhänge, Abkürzungen

1 Unterlagen zur Umsetzung der Standardlehrpläne

- Dokument 1: Leitideen und Dispositionsziele, Anhang B des Reglements über die Ausbildung und Lehrabschlussprüfung Kaufmann/Kauffrau vom 24.1.2003
- Dokument 2: Selbst-/Sozial- und Methodenkompetenzen, Anhang B des Reglements über die Ausbildung und Lehrabschlussprüfung Kaufmann/Kauffrau vom 24.1.2003
- Dokument 3: Beschreibung der Taxonomiestufen (Minimalvorgaben)

2 Abkürzungsverzeichnis

ALS	Arbeits- und Lernsituationen
BBG	Bundesgesetz vom 13. Dezember 2002 über die Berufsbildung (Berufsbildungsgesetz, BBG; SR 412.10)
BBT	Bundesamt für Berufsbildung und Technologie
BBV	Verordnung vom 19. November 2003 über die Berufsbildung (Berufsbildungsverordnung, BBV; SR 412.101)
BM	Berufsmaturität
BP	Betriebspraktikum/Betriebspрактиka
EBMK	Eidgenössische Berufsmaturitätskommission
EFZ	Eidgenössisches Fähigkeitszeugnis
HMS	Handelsmittelschule(n)
HMS-Richtlinien	Richtlinien vom 26. November 2009 für die Organisation der beruflichen Grundbildung und des Qualifikationsverfahrens an Handelsmittelschulen
IGKG	Interessengemeinschaft Kaufmännische Grundbildung
IKA	Information, Kommunikation, Administration
IPT	Integrierte Praxisteile
KSHR	Konferenz der schweizerischen Handelsmittelschulrektorinnen und -rektoren
L1	Erste Landessprache
L2	Zweite Landessprache
LLD	Lern- und Leistungsdokumentation
LZ	Leistungsziel/e
MK	Methodenkompetenz
OdA	Organisation der Arbeitswelt (IGKG Schweiz in Zusammenarbeit mit der SKKAB)
PE	Prozesseinheit/en
POU	Problemorientierter Unterricht
Reglement 2003	Reglement vom 24. Januar 2003 über die Ausbildung und die Lehrabschlussprüfung Kaufmann/Kauffrau (erweiterte Grundbildung)
RLP	Rahmenlehrplan
S3	Dritte Sprache
SBBK	Schweizerische Berufsbildungsämter-Konferenz
SDBB	Schweizerisches Dienstleistungszentrum für Berufsbildung und Berufsberatung
SKKAB	Schweizerische Konferenz der kaufmännischen Ausbildungs- und Prüfungsbranchen
SL	Schullehrplan/Schullehrpläne



SLP	Standardlehrplan
SPK	Schweizerische Prüfungskommission für die kaufmännische Grundbildung
SR	Systematische Sammlung des Bundesrechts
SSK	Selbst-/Sozialkompetenz
Tax	Taxonomie
üK	überbetrieblicher Kurs
W&G	Wirtschaft und Gesellschaft



Anhang: Dokument 1

Leitideen und Dispositionsziele

Kaufmann/Kauffrau, Erweiterte Grundbildung – Auszug aus dem Teil B des Ausbildungs- und Prüfungsreglements vom 24.1.2003

1. Branche und Firma

Leitidee 1.1: Kundenbedürfnisse erkennen

Das Erkennen von Kundenbedürfnissen bildet eine der Grundlagen für den Unternehmenserfolg. In einem Gespräch erwarten viele Kunden, dass die Anbieter auf ihre Bedürfnisse eingehen. Deshalb ist es wichtig, dass Kaufleute eine situationsgerechte Analyse vornehmen. Das Empfehlen von spezifischen Produkten und Dienstleistungen steht im Hintergrund.

Dispositionsziel 1.1.1

Kaufleute zeigen professionelle Routine im Verkaufs- und/oder Beratungsgespräch, indem sie mit offenen Fragen die Bedürfnisse ihrer Kundinnen und Kunden herausfinden.

Dispositionsziel 1.1.2

Kaufleute entwickeln ein Verständnis dafür, dass eine genaue Abklärung der Kundenbedürfnisse die Grundlage für einen nutzenorientierten Lösungsvorschlag bildet.

Dispositionsziel 1.1.3

Kaufleute entwickeln während ihrer Ausbildung ein Bewusstsein dafür, dass Auftreten und Verhalten gegenüber Kundinnen und Kunden wichtig ist.

Leitidee 1.2: Produkte und Dienstleistungen vermitteln

Unternehmenserfolg hängt langfristig von der Qualität der Produkte und Dienstleistungen und der professionellen Vermittlung derselben ab. Deshalb sind die Vermittlung guter Produktenkenntnisse, die Anwendung kundengerechter Verkaufstechniken und eine professionelle Einstellung zur Servicequalität entscheidend.

Dispositionsziel 1.2.1

Kaufleuten ist es ein Anliegen, einen ständigen Beitrag zur optimalen Servicequalität des Unternehmens zu leisten.

Dispositionsziel 1.2.2

Kaufleute verfügen über die nötigen Fertigkeiten, Produkte und Dienstleistungen kundengerecht und überzeugend anzubieten.

Leitidee 1.3: Konkurrenz- und Alternativprodukte kennen

Erfolgreiche Kaufleute beobachten den Markt. Sie kennen die Produkte und Dienstleistungen möglicher Mitbewerber. Sie haben Gedanken darüber entwickelt, wie man die Dienstleistung auch anders erbringen könnte.



Dispositionziel 1.3.1

Kaufleute sind bereit, die Entwicklung der eigenen Produkte und derjenigen der Konkurrenz stets zu verfolgen und die Unterschiede der verschiedenen Produkte zu kennen.

Dispositionziel 1.3.2

Kaufleute sind bereit, auf Einwände von Kundinnen und Kunden einzugehen und Vorteile ihrer Produkte und/oder Dienstleistungen gegenüber Konkurrenz- und/oder Alternativprodukten mit Überzeugung zu vertreten.

Leitidee 1.4: Leitbild und Ziele des Unternehmens

Zielorientiertes Arbeiten ist in jedem Betrieb zentral. Es ist deshalb entscheidend, die Ziele des eigenen Unternehmens zu kennen, um den Betrieb nach Aussen repräsentieren zu können und betriebswirtschaftliche Abläufe und Entscheidungen zu verstehen.

Dispositionziel 1.4.1

Kaufleute sind sich der Wichtigkeit des Firmenleitbildes für das Klima und die Arbeitsbedingungen im Betrieb bewusst.

Dispositionziel 1.4.2

Kaufleute engagieren sich im Rahmen der eigenen Arbeit für die optimale Umsetzung der Unternehmensziele.

Dispositionziel 1.4.3

Kaufleute sind in der Lage, die Auswirkungen des vom Betrieb eingeführten Qualitätsmanagements auf die Arbeitsprozesse des Unternehmens nachzuvollziehen.

Dispositionziel 1.4.4

Zielorientiertes Arbeiten ist für Kaufleute eine Selbstverständlichkeit.

Leitidee 1.5: Branchen- und betriebsbezogene Entwicklungen verfolgen

Kaufleute, die branchenspezifisch auf dem neuesten Stand sind, können im Unternehmen besser agieren und Kundenbedürfnisse wahrnehmen. Sie sind für die Zukunft fachlich gerüstet. Im betrieblichen Alltag spricht man über branchenspezifische Entwicklungen und Trends. Damit wird eine Grundlage für das eigenverantwortliche Verfolgen von Entwicklungen geschaffen.

Dispositionziel 1.5.1

Kaufleute beschaffen fachspezifische Informationen, indem sie die zugänglichen Informationskanäle nutzen und Interesse an Entwicklungen ihrer Branche zeigen.

Leitidee 1.6: Betriebliche Abläufe

Rationelle betriebliche Abläufe fördern den Unternehmenserfolg. Sie sind eine Voraussetzung für die termingerechte Lieferung des Produkts. Deshalb ist es wichtig, dass Kaufleute betriebliche Abläufe beschreiben, analysieren und gestalten können.

Dispositionziel 1.6.1

Kaufleute sind jederzeit bestrebt, betriebliche Abläufe nachzuvollziehen, zu analysieren und gegebenenfalls Verbesserungsvorschläge zu unterbreiten.



Leitidee 1.7: Branchenkenntnisse gemäss Modelllehrgang der Branchenverbände

Neben allgemeinem Fachwissen benötigen Kaufleute branchenspezifisches Fachwissen. Dieses ist für den Erfolg im täglichen Berufsleben unabdingbar und ist im Modelllehrgang der Branche beschrieben. Das Unternehmen ist verpflichtet, die Inhalte des Modelllehrganges zu vermitteln.

Dispositionsziel 1.7.1

Die Branchenverbände arbeiten die Dispositions- und Leistungsziele aus.

2 Information, Kommunikation, Administration

Leitidee 2.1: Aktuelle Technologien einsetzen

Informations- und Technologiemanagement spielen in der Wirtschaft eine zentrale Rolle und sind vornehmlich im internationalen Wettbewerb ein wichtiger Erfolgsfaktor. Dies bedeutet für Kaufleute, dass sie über ein gut strukturiertes Wissen in Bezug auf die Anwendung der Informationstechniken verfügen und Informationsprozesse verstehen. Die Fertigkeiten im Umgang mit elektronischen Kommunikationsmitteln gehören zu den Grundvoraussetzungen, um im wirtschaftlichen Umfeld handeln zu können.

Dispositionsziel 2.1.1

Kaufleute zeigen professionelle Routine, wenn sie aktuelle Kommunikationstechnologien benutzen.

Dispositionsziel 2.1.2

Kaufleute zeigen Interesse, Computer in den Bereichen der persönlichen Arbeitstechnik und der Problemlösung einzusetzen.

Dispositionsziel 2.1.3

Kaufleute sind gewohnt, Informationstechnologien zur Planung und Ausführung von Aufträgen zu benutzen.

Dispositionsziel 2.1.4

Kaufleute zeigen Verständnis für die Wichtigkeit des verantwortlichen Umgangs mit Informationen. Sie sind sich der wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Bedeutung von Informationen bewusst und zeigen stets einen verantwortlichen Umgang damit.

Leitidee 2.2: Kommunikationsformen, -mittel und -techniken einsetzen

Optimale Kommunikation und Informationsverarbeitung verlangen die aktive Mitgestaltung durch alle. Deshalb müssen alle Kaufleute stil- und techniksichere Entscheidungen treffen. Dokumentationen sind kundenspezifisch, strukturiert zusammengestellt und meistens standardisiert. Kunden erwarten Dokumentationen, die ihnen einen Überblick über Produkte und Dienstleistungen gewähren. Deshalb müssen Kaufleute Dokumentationen nach branchenspezifischen Anforderungen erstellen können.

Dispositionsziel 2.2.1

Kaufleute sind in der Lage, situationsgerecht im Rahmen betrieblicher Vorgaben zu entscheiden, welche Kommunikationsform, welches Mittel und welche Technik anzuwenden sind.

Dispositionsziel 2.2.2

Kaufleute sind bestrebt, Arbeitsprozesse bewusst und effizient zu gestalten und die geeigneten Geräte/Tools sinnvoll einzusetzen.



Dispositionziel 2.2.3

Kaufleute zeigen Professionalität im Erstellen von Dokumentationen.

Dispositionziel 2.2.4

Kaufleute sind sich bewusst, dass neue Informationsverarbeitungs- und Kommunikationstechnologien neue Verhaltensweisen ermöglichen.

Leitidee 2.3: Grundkenntnisse der Ergonomie und Ökologie

Ergonomisches Verhalten am Arbeitsplatz beugt gesundheitlichen Schäden vor. Ökologisches Verhalten ist aus dem heutigen Arbeitsalltag nicht mehr wegzudenken. Kaufleute sind für ergonomische und ökologische Themen und Massnahmen sensibilisiert und offen.

Dispositionziel 2.3.1

Kaufleute zeigen Bereitschaft, sich für ökologische Massnahmen einzusetzen.

Dispositionziel 2.3.2

Kaufleute sind in der Lage, ihren Arbeitsplatz organisatorisch zweckmäßig und unter Berücksichtigung ökologischer, ökonomischer, sozialer und gesundheitlicher Aspekte zu planen.

Dispositionziel 2.3.3

Kaufleuten ist es ein Anliegen, ihren Arbeitsplatz nach ergonomischen Gesichtspunkten einzurichten.

Leitidee 2.4: Dokumentieren und Archivieren

Die Beziehungen des Einzelnen zur Gemeinschaft und seiner Umwelt erhält unter dem Aspekt des Datenschutzes und der Datensicherheit eine neue Perspektive. Der Informationsschutz und die Informationssicherheit sind eine Rahmenbedingung für die Wirtschaft. Gesetzliche Vorschriften verpflichten die Unternehmen dazu, Archive zu führen und Dokumente aufzubewahren. Deshalb müssen Kaufleute die gesetzlichen Aufbewahrungspflichten von Daten und Dokumenten sowie die Bedeutung von Archiven im betrieblichen Ablauf kennen und Archive systematisch aufbauen, führen und benutzen können.

Dispositionziel 2.4.1

Kaufleute sind in der Lage und handeln auch danach, Vorkehrungen gegen Datenverluste zu ergreifen und Daten vor unberechtigtem Zugriff zu schützen.

Dispositionziel 2.4.2

Kaufleute verhalten sich verantwortungsbewusst und diskret mit Daten aller Art.

Dispositionziel 2.4.3

Kaufleute benutzen Archive und Ablagen fallgerecht und situationsbezogen.

Leitidee 2.5: Wirtschafts- und Fachsprache anwenden

Anwenden einer modernen Wirtschaftssprache mit kundenorientierten Aussagen ist für Kaufleute die Grundlage jeder Kommunikation. Erfolgreiches schriftliches Kommunizieren verlangt von Kaufleuten ein hohes Mass an Einfühlungsvermögen in die Erwartungshaltung des Partners. Der Dialog in Form eines kundenorientierten Briefwechsels ist anspruchsvoll; deshalb verfügen sie über grundlegende Fähigkeiten für erfolgreiches und effizientes Verhandeln und einen branchen- bzw. betriebsspezifischen Wortschatz. Im schriftlichen Bereich benutzen sie Vorlagen zweckgerichtet.



Dispositionziel 2.5.1

Kaufleute haben Routine, Schriftstücke adressatengerecht zu verfassen und dabei betriebliche und rechtliche Aspekte zu berücksichtigen. Es ist ihnen ein Anliegen, über einen kaufmännischen und branchenspezifischen Wortschatz zu verfügen.

Dispositionziel 2.5.2

Kaufleute sind bestrebt, Schriftstücke folgerichtig zu verfassen und dabei eine straffe, klare Gedankenführung zu beachten, Informationen einzuholen und fallgerecht weiterzuleiten. Sie geben Texten eine ansprechende, typografisch zweckmässige Form.

Dispositionziel 2.5.3

Kaufleute sind sich bewusst, dass situations- und adressatengerechte Kommunikation im Wirtschaftsleben unerlässlich ist.

Dispositionziel 2.5.4

Kaufleute sind in der Lage, Dokumente überzeugend zu verfassen und mündliche Vereinbarungen schriftlich festzuhalten.

3. Wirtschaft und Gesellschaft

Leitidee 3.1: Voraussetzungen der Weltwirtschaft verstehen und Wechselwirkungen zwischen Unternehmen und Mitwelt erkennen.

Unternehmungen erfüllen ihren Auftrag in einem wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und geografischen Umfeld. Betriebswirtschaftliche Handlungen haben Auswirkungen auf dieses Umfeld. Kaufleute sind in der Lage, Auswirkungen der Wirtschaft auf das Allgemeinwohl zu beurteilen. Sie handeln als verantwortungsbewusste Berufsleute und Bürgerinnen/Bürger.

Dispositionziel 3.1.1

Kaufleute handeln in Beruf und Alltag nach ethischen Grundsätzen.

Dispositionziel 3.1.2

Kaufleute interessieren sich für das aktuelle wirtschaftliche Geschehen, insbesondere für dasjenige der Schweiz und Europas. Sie sind in der Lage, volks- und weltwirtschaftliche Zusammenhänge und ihre Auswirkungen auf die Unternehmung und sich selber zu erkennen. Sie verstehen wirtschaftspolitische Prozesse und Steuerungsmassnahmen.

Dispositionziel 3.1.3

Kaufleute zeigen in ihrer Grundhaltung Verständnis für andere Kulturen und Gesellschaften. Sie erkennen die gegenseitigen Abhängigkeiten von Industrie- und Entwicklungsländern. Sie verstehen Wechselwirkungen zwischen Naturressourcen und Wirtschaftsentwicklung.

Dispositionziel 3.1.4

Kaufleute setzen sich mit aktuellen Medienberichten auseinander und ziehen daraus eigene nachvollziehbare Schlüsse.

Dispositionziel 3.1.5

Kaufleute handeln im Alltag im Spannungsfeld zwischen Ökonomie und Ökologie verantwortungsbewusst.



Leitidee 3.2: Über Einsicht in Eigenart und Probleme von Staat, Wirtschaft und Gesellschaft verfügen.

Es ist unerlässlich, dass sich Kaufleute über das aktuelle Geschehen informieren. Das Erkennen von Zusammenhängen in Staat, Gesellschaft und Weltwirtschaft befähigt die Kaufleute, ihre Rolle in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft einzuschätzen und wahrzunehmen. Sie sind fähig, sich in komplexen politischen und gesellschaftlichen Problemstellungen eine fundierte und eigenständige Meinung zu bilden.

Dispositionsziel 3.2.1

Kaufleute interessieren sich für Fragen des gesellschaftlichen Zusammenlebens, für die demokratischen Mechanismen der staatlichen Institutionen und für politische Prozesse.

Dispositionsziel 3.2.2

Kaufleute verfolgen in den Medien das aktuelle politische Geschehen.

Dispositionsziel 3.2.3

Kaufleute beteiligen sich aktiv an der Mitgestaltung des sozialen und wirtschaftlichen Lebens.

Dispositionsziel 3.2.4

Kaufleute zeigen Bereitschaft, in gesellschaftspolitischen Auseinandersetzungen eigene Meinungen zu überdenken und sind offen gegenüber anderen Meinungen.

Leitidee 3.3: Betriebswirtschaftliches Umfeld umschreiben und Handlungsmöglichkeiten aufzeigen

Erfolgreiche Unternehmungen verfügen über Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, welche die Unternehmensziele mittragen. In diesem Zusammenhang erkennen Kaufleute die entsprechenden Problemstellungen der Unternehmung und sie beteiligen sich an betrieblichen Prozessen.

Dispositionsziel 3.3.1

Kaufleute können Arbeiten um den Zahlungsverkehr zeit- und kostengünstig erledigen.

Dispositionsziel 3.3.2

Kaufleute kennen die Grundsätze der Unternehmensfinanzierung und vergleichen mögliche Kapitalanlagen.

Dispositionsziel 3.3.3

Kaufleute interessieren sich für betriebliche Prozesse. Sie können einfache Prozesse beurteilen und überlegen sich mögliche Verbesserungen.

Dispositionsziel 3.3.4

Kaufleute können mit gängigen Risiken im privaten und betrieblichen Umfeld umgehen.

Dispositionsziel 3.3.5

Kaufleute kennen Grundsätze und Instrumente der Personalpolitik.

Dispositionsziel 3.3.6

Kaufleute kennen die Instrumente für einen erfolgreichen Marktauftritt und zeigen in einfachen Fällen wirkungsvolle Handlungsmöglichkeiten auf.



Dispositionziel 3.3.7

Kaufleute orientieren sich bei ihrer Tätigkeit an den Bedürfnissen ihrer Anspruchsgruppen, insbesondere ihrer Kunden. Sie erkennen Ansprüche an die Unternehmung und berücksichtigen Wechselwirkungen zwischen Unternehmen und Umwelt sowie daraus entstehende Zielkonflikte.

Dispositionziel 3.3.8

Kaufleute kennen die Phasen der Leistungserbringungsprozesse, wie zum Beispiel Beschaffung und Produktion.

Leitidee 3.4: Rechnungswesen anwenden und als Führungsinstrument verstehen

Das Rechnungswesen liefert wichtige Entscheidungsgrundlagen für die Unternehmensführung. Die Ausbildung zielt nicht nur darauf ab, Buchhaltung zu führen, sondern fördert gezielt die Fähigkeit, in einzelnen Fällen die Ergebnisse zu interpretieren, zu analysieren, auszuwerten und entsprechende Konsequenzen vorzuschlagen.

Dispositionziel 3.4.1

Kaufleute können die Buchhaltung einer Unternehmung praxisgerecht führen und abschliessen. Außerdem führen sie die gängigen Berechnungen im kaufmännischen Verkehr aus.

Dispositionziel 3.4.2

Kaufleute erkennen Zusammenhänge zwischen der Finanzbuchhaltung und der Betriebsrechnung und sind in der Lage, Kosten- und Verkaufspreisberechnungen vorzunehmen. Sie sind fähig, anhand einfacher Geschäftsberichte die wirtschaftliche Situation einer Unternehmung zu beurteilen.

Leitidee 3.5: Rechtliche Strukturen und Abläufe in den Alltag integrieren

Kaufleute wissen um die Wechselwirkung gesellschaftlicher, betriebswirtschaftlicher und rechtlicher Sachverhalte. Damit sie sich in diesem Umfeld zurechtfinden, verfügen sie über das notwendige Grundlagenwissen.

Dispositionziel 3.5.1

Kaufleute können im betrieblichen wie persönlichen Alltag einfache rechtliche Problemstellungen erkennen. Mit Hilfe des Obligationenrechts (OR) und des Zivilgesetzbuches (ZGB) zeigen sie für solche Problemstellungen einen Handlungsvorschlag auf.

Dispositionziel 3.5.2

Kaufleute kennen die häufigsten Rechtsformen von Unternehmungen. Sie sind fähig, in vorgegebenen Situationen eine geeignete Rechtsform vorzuschlagen.

4. Erste Landessprache (Standardsprache)

Leitidee 4.1: Grundlagen der Sprache kennen und anwenden

Mündliche und schriftliche Kommunikation ist für Kaufleute eine Grundlage der täglichen Arbeit. Sie trägt zum persönlichen und beruflichen Erfolg sowie zum Unternehmenserfolg bei. Ein differenzierter Sprachgebrauch ermöglicht eine klare und adressatengerechte Ausdrucksweise und erhöht die Verständlichkeit. Deshalb ist es wichtig, dass sich Kaufleute sprachlich korrekt und angemessen ausdrücken.



Dispositionziel 4.1.1

Im Gespräch sowie im schriftlichen Verkehr zeigen die Kaufleute Offenheit und berücksichtigen grundlegende Aspekte der Kommunikation.

Dispositionziel 4.1.2

Es ist Kaufleuten ein Anliegen, die Sprache korrekt anzuwenden.

Dispositionziel 4.1.3

Kaufleute haben ein Gefühl für sprachliche Strukturen; sie wählen einen Wortschatz, der der Sache angemessen und adressatengerecht ist.

Leitidee 4.2: Texte verstehen und Textabsicht erkennen

Kaufleute werden in ihrem Alltag mit unterschiedlichen Textsorten konfrontiert. Die Auseinandersetzung mit verschiedenartigen Texten trägt zur sprachlichen Entwicklung sowie zur Einsicht in die kulturelle Vielfalt bei. Die Fähigkeit, Texte zu verstehen und deren Absichten und Wirkung zu erkennen, ermöglicht ein entsprechendes Reagieren und Handeln. Kaufleute verfügen über Methoden für die Analyse und Interpretation schriftlicher Dokumente.

Dispositionziel 4.2.1

Im Umgang mit Texten reagieren Kaufleute situationsgerecht. Sie wenden geeignete Methoden an, um Inhalt, Aufbau, Argumentationsweise und Absicht zu erfassen.

Dispositionziel 4.2.2

Kaufleute lesen und verstehen Texte und bilden sich eine Meinung dazu. Sie sind offen für die Literatur und erfahren sie als Bereicherung.

Leitidee 4.3: Texte zielorientiert verfassen

Kaufleute verfassen verschiedene Texte. Sie achten auf Aufbau, Formulierung und Verständlichkeit. Die sach- und adressatengerechte Textproduktion ermöglicht Kaufleuten eine erfolgreiche schriftliche Kommunikation.

Dispositionziel 4.3.1

Kaufleute sind sich bewusst, dass bestimmte Situationen bestimmte Textsorten verlangen. Sie geben Ereignisse klar, folgerichtig und korrekt wieder und stellen komplexe Sachverhalte sowie Meinungsbeiträge präzis und logisch dar.

Leitidee 4.4: Gehörtes und Gesehenes verstehen und Absicht erkennen

Für Kaufleute ist die sprachliche wie auch die nichtsprachliche Kommunikation sehr wichtig. Wer Gehörtes und Gesehenes richtig deutet und darauf angemessen reagiert, kommuniziert erfolgreicher. Kaufleute sind bereit, das eigene Verhalten im Umgang mit Gesprächspartnern zu überdenken.

Dispositionziel 4.4.1

Kaufleute wenden Strategien sprachlichen und nichtsprachlichen Handelns erfolgreich an. Sie haben ein Gespür für Tonfall, Sprachebene und Stilmittel.

Dispositionziel 4.4.2

Kaufleute folgen Gesprächen, Diskussionen und Reden mit Interesse. Sie verstehen die Aussage, erkennen die Absicht des Sprechenden und reagieren angemessen.



Dispositionziel 4.4.3

Kaufleute vermögen Bildinhalte und -aussagen zu erfassen und sprachlich umzusetzen.

Leitidee 4.5: Inhalte präsentieren und vertreten

Wer Sachverhalte und Meinungen überzeugend präsentiert und vertritt, erzeugt grosse Wirkung. Kaufleute wenden dazu geeignete Methoden und Techniken an.

Dispositionziel 4.5.1

Kaufleute halten Tatsachen und Meinungen auseinander.

Dispositionziel 4.5.2

Kaufleute sind bereit, sich auf Meinungsbildungsprozesse einzulassen. Sie sammeln Fakten, versetzen sich in die Position anderer, erkennen die Überzeugungskraft des guten Arguments und die Wirkung der guten Präsentation. Sie respektieren die Meinung anderer.

Dispositionziel 4.5.3

Kaufleute präsentieren Inhalte und Meinungen kompetent.

Leitidee 4.6: Mit Medien umgehen

Kulturelle, gesellschaftliche, politische sowie wirtschaftliche Informationen verbreiten sich über die Medien. Kaufleute können sich die Informationen beschaffen, die für ihr Tätigkeits- und Wirkungsfeld wichtig sind, sie beurteilen und für Beruf und Alltag nutzen.

Dispositionziel 4.6.1

Kaufleute sind sich der Bedeutung und Wirkung der unterschiedlichen Medien bewusst.

Dispositionziel 4.6.2

Kaufleute sind bereit, Medien als Informationsquelle für Beruf und Alltag zu nutzen. Sie prüfen die Informationen kritisch und beurteilen deren Qualität.

5. Fremdsprachen

Leitidee 5.1: Interaktion: mündliche und schriftliche Informationen austauschen

Gespräche und Schriftverkehr sind für die betrieblichen Abläufe von entscheidender Bedeutung. Im Kontakt mit Geschäftspartnern geht es darum, kundenbezogen und zielorientiert zu handeln. Auch im privaten Umfeld spielt der mündliche und schriftliche Austausch eine wichtige Rolle. Kaufleute können mit einfachen Mitteln im privaten und beruflichen Umfeld erfolgreich kommunizieren.

Dispositionziel 5.1.1

Kaufleute zeigen Bereitschaft, kurze einfache Gespräche über ihnen vertraute Themen aus dem engeren beruflichen und dem privaten Bereich aufzunehmen und zu führen.

Dispositionziel 5.1.2

Kaufleute sind bereit, Informationen über ihnen vertraute Themen aus dem engeren beruflichen und dem privaten Bereich schriftlich auszutauschen.

Dispositionziel 5.1.3

Kaufleute zeigen Interesse, auf Partner im privaten und beruflichen Bereich einzugehen.



Leitidee 5.2: Rezeption: mündliche und schriftliche Informationen verstehen

Kaufleute werden in ihrer Arbeit mit den verschiedensten mündlichen und schriftlichen Texten konfrontiert. Sie haben ihre Sprachkompetenz so weit entwickelt, dass sie einfache, übliche Texte über ihnen vertraute Themen aus dem kaufmännischen Arbeitsumfeld verstehen.

Dispositionsziel 5.2.1

Kaufleute zeigen Interesse an mündlichen Informationen aus Medien und sind bereit, anderssprachigen Partnern bei Gesprächen und Präsentationen zuzuhören.

Dispositionsziel 5.2.2

Kaufleute bekunden Interesse an fremdsprachigen schriftlichen Texten.

Leitidee 5.3: Produktion: mündliche und schriftliche Informationen geben

Im Berufsumfeld spielen standardisierte mündliche und schriftliche Texte eine wichtige Rolle. Kaufleute können einfache Formen dieser Texte anwenden, um Informationen zu geben.

Dispositionsziel 5.3.1

Kaufleute sind bereit, mündlich etwas vorzustellen und zu einem Thema Stellung zu nehmen.

Dispositionsziel 5.3.2

Kaufleute sind bereit, kleinere Aufträge schriftlich selbstständig zu erledigen und setzen dafür geeignete Hilfsmittel ein.

Leitidee 5.4: Mediation: mündliche und schriftliche Informationen weiterleiten

Kaufleute bewegen sich in einem mehrsprachigen Umfeld. Sie tragen zum Informationsfluss und zur Verständigung über die Sprachgrenzen hinweg bei. Die Entwicklung der Fähigkeit, Informationen in einer anderen Sprache weiterzugeben, ist ein Teil der Ausbildung.

Dispositionsziel 5.4.1

Kaufleute zeigen Interesse, zwischen Partnern, die nicht die gleiche Sprache sprechen, zu vermitteln.

Leitidee 5.5: Grundlagen der Fremdsprachen kennen und anwenden

Kommunikation in einer Fremdsprache mit Personen im In- und Ausland ist für viele Kaufleute eine Grundlage der täglichen Arbeit und trägt zum privaten, beruflichen und unternehmerischen Erfolg bei. In der Geschäftswelt ist es oft unerlässlich, dass Kaufleute mindestens in einer zweiten Landessprache und in einer Fremdsprache kommunizieren. Kaufleute verfügen über die sprachlichen Mittel, um diese Sprachen zu verstehen und sich darin ausdrücken.

Dispositionsziel 5.5.1

Kaufleute zeigen Interesse, ihre sprachlichen Kenntnisse zu vertiefen und weiterzuentwickeln.

Dispositionsziel 5.5.2

Kaufleute sind bereit, sprachliche Schwierigkeiten zu erkennen und mit geeigneten Hilfsmitteln zu überbrücken.



Anhang: Dokument 2

Sozial- und Methodenkompetenzen

Kaufmann/Kauffrau, Erweiterte Grundbildung - Auszug aus dem Teil B des Reglementes über die Ausbildung und Lehrabschlussprüfung vom 24.1.2003

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 eine Übersicht verschaffen und tatsächliche Schwierigkeiten erkennen. Es gelingt ihnen, Wichtiges vom Unwichtigen zu unterscheiden. Sie kennen Möglichkeiten und Aktivitäten, um einen realistischen Aufgabenumfang ohne Überlastungsscheinungen zu erledigen und in der Freizeit einen Ausgleich zu schaffen.

1.2 Diskretion

Jedes Unternehmen arbeitet mit Daten und Zielsetzungen, die zum Schutz der Kundschaft 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 Veränderungen 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 Herausforderungen. 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, Hergehobtes 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 Produktevielfalt, 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.



Anhang: Dokument 3

Taxonomiestufen (K-Stufen)

Die K-Stufen bezeichnen die Komplexität von kognitiven Lernzielen. Die einzelnen Stufen bedeuten:

K-Stufe	Bezeichnung	Bedeutung
1	Wissen	Gelerntes Wissen wiedergeben. Etwas kennen, benennen.
2	Verstehen	Erkennen, aufgliedern. Mit eigenen Worten erklären oder beschreiben.
3	Anwenden	Gelerntes in eine neue Situation übertragen oder in einer neuen Situation erkennen. Vergleichen, unterscheiden.
4	Analysieren	Eine komplexe Situation untersuchen. Grundlegende Strukturen und Prinzipien ableiten.
5	Synthese	Weiterdenken. Kreatives Zusammenbringen von verschiedenen Sachverhalten, Begriffen, Themen, Methoden.
6	Beurteilen	Sich über einen komplexen Sachverhalt ein Urteil bilden. Entwickeln eigener Gesichtspunkte für die Beurteilung.

Bezugsadresse: service@gewa.ch; Telefon 031 919 13 13