



## Kompetenzprofile



Dieses Projekt wurde mit Unterstützung der Europäischen Kommission finanziert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung (Mitteilung) trägt allein der Verfasser; die Kommission haftet nicht für die weitere Verwendung der darin enthaltenen Angaben.

## Kompetenzprofile

### Ausgangsstand vor der Erprobung

Das eLearning-Modul besteht aus sechs betrieblichen Handlungssituationen, die kompetenzorientiert sind und für die Kompetenzentwicklung in der Fort- und Weiterbildung im Handel eingesetzt werden können.

Kompetenzen entwickeln sich, wenn der Lerner kritische oder problematische Situationen in der Praxis erlebt, sich darauf einlässt, seine Werte, Normen und Regeln einbringt und selbstorganisiert handelt und über sein (berufliches) Tun, seine Erfahrungen reflektiert. Über die so erfolgende Verinnerlichung lässt sich berufliche Handlungsfähigkeit trainieren. Gleichzeitig heißt das aber auch, dass Kompetenzentwicklung nicht fachsystematisch erfolgt und bei jedem Lerner ein individueller Prozess ist.

Wir gehen dabei davon aus, dass für die Entwicklung von Kompetenzen im Sinne von beruflicher Handlungsfähigkeit Fachwissen die Basis bildet. Das heißt im Umkehrschluss, jemand, der über Fachwissen verfügt, muss nicht kompetent handeln. Jeder jedoch, der kompetent handelt in berufsbezogenen Kontexten, muss über entsprechendes Fachwissen verfügen.

Fachkompetenzen sind daher die geistigen und physischen Fähigkeiten, selbstorganisiert und kreativ in offenen Problem- und Entscheidungssituationen eines Fachbereichs auf der Grundlage von Fachwissen zu handeln, das hinreichend und handlungsbestimmend mit eigenen interiorisierten Wertungen dieses Wissens, also mit eigenen Emotionen und Motivationen „verkoppelt“ ist.

Die Kompetenzdimensionen, die wir verfolgen, sind abgeleitet aus der Frage, wem gegenüber wird gehandelt?

Daraus ergeben sich vier Dimensionen:

- **personale Kompetenz** (Sich selbst gegenüber handeln)
- **sozial-kommunikative Kompetenz** (anderen Personen gegenüber handeln),
- **Fach- und Methodenkompetenz** (gegenüber Gegenständen, Sachverhalten und Prozessen handeln)
- **Aktivitäts- und Handlungskompetenz** (Ausprägung des Handelns mit geringerer oder höherer Aktivität).

Damit treffen sich diese Dimensionen einschließlich des voraussetzenden Fachwissens mit den verschiedenen Kompetenzdefinitionen in den Transparenzinstrumenten der beruflichen Bildung den Nationalen Qualifikationsrahmen der Partnerländer und dem Europäischen Qualifikationsrahmen EQF.

Die vorliegenden Kompetenzprofile bilden dieses Kompetenzverständnis ab und beschreiben für jede einzelne betriebliche Handlungssituation einerseits das notwendige voraussetzende Fachwissen, um die betriebliche Handlungssituation lösen zu können.

Sie erläutern andererseits die Kompetenzziele anhand der vier oben erwähnten Dimensionen, ohne sie im Einzelnen einer Dimension zuzuordnen. Diese Kompetenzziele kann und sollte das Bildungspersonal anhand der jeweiligen Handlungssituation verfolgen, um kompetenzorientiert zu unterrichten bzw. die Kompetenzentwicklung ihrer Lerner, Studenten, Teilnehmer, Beschäftigten zu unterstützen.

Die für jede betriebliche Handlungssituation formulierten Kompetenzziele und die hier vorliegenden Kompetenzprofile dienen als Arbeitsgrundlage im Projekt und werden abschließend durch die Erprobung der einzelnen Partner überprüft und gegebenenfalls an die in den Partnerinstitutionen notwendigen Bedarfe angepasst, erweitert oder verändert. Sie zeigen zwar bereits ein differenziertes Bild, und lassen den Partnern aber Raum für eigene Schwerpunktsetzungen und Kompetenzzieleformulierungen.

## **Inhalt**

1. Konkurrenzbeobachtung, Frequenzmessung und Kundenbefragung .....	4
2. Marktforschung als Basis unternehmerischer Entscheidungen.....	6
3. Entwicklung einer Marketingstrategie .....	8
4. Analyse der zentralen Rolle der Kundenbindung.....	10
5. Ziele und Maßnahmen der Kundenbindung.....	12
6. Ein neuer Vertriebsweg – Der Onlineshop.....	14

## 1. Konkurrenzbeobachtung, Frequenzmessung und Kundenbefragung

<b>Modul:</b>	<b>FLER eLearning-Modul</b>
<b>Thema:</b>	Marketing
<b>Titel der betrieblichen Handlungssituation:</b>	Konkurrenzbeobachtung, Frequenzmessung und Kundenbefragung
<b>Handlungsort im virtuellen Einkaufscenter</b>	Elektrofachmarkt
<b>Zuordnung einer Qualifizierungsstufe:</b>	Fort- und Weiterbildung
<b>Weitere Einsatzmöglichkeiten:</b>	Ausbildung zur individuellen Förderung
<b>Vorausgesetztes Fachwissen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Grundlagen der Marktforschung</li> <li>▪ Formen der Marktforschung</li> <li>▪ Instrumente der Marktforschung</li> <li>▪ Kundenbezogene Ziele des Unternehmens kennen: wie Deckungsbeiträge, Kundenbindung/Treue, Zufriedenheit</li> <li>▪ Phasen des Kundenbeziehungslebenszyklus</li> </ul>
<b>Kompetenzen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ergebnisorientiertes Handeln</li> <li>▪ Marktkenntnisse</li> </ul>
<b>Kompetenzziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ich kann Marketingaufgaben in komplexen einzelhandelsspezifischen Kontexten unter heterogenen und intransparenten Rahmenbedingungen selbständig bearbeiten</li> <li>▪ Ich bin in der Lage, die gestellten Aufgaben in Hinblick auf Konkurrenzbeobachtung und Durchführung von Kundenbefragungen in meine berufliche und betriebliche Praxis zu transferieren.</li> <li>▪ Ich kann die Entscheidungen und Handlungen im Zusammenhang mit der vorliegenden Handlungssituation auf sich häufig ändernde und intransparente</li> </ul>

	<p>Rahmenbedingungen in meinem Unternehmen zu transferieren</p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Ich kann die notwendigen Schritte zur Lösung der Aufgaben selbstständig planen und mein Vorgehen organisieren.</li><li>▪ Ich bin teamfähig und kann bei Bedarf Kollegen um Rat oder Hilfe bei der Umsetzung bitten</li><li>▪ Ich zeige Führungskompetenz Dritten gegenüber und kann Entscheidungen im Unternehmenssinn treffen und verantworten.</li><li>▪ Ich kann Ergebnisse der Kundenbefragung hinsichtlich der Ausgangsfrage interpretieren.</li><li>▪ Ich kann die beschafften Informationen verarbeiten und aufgrund dessen mein weiteres Vorgehen organisieren.</li><li>▪ Ich kann die Wirksamkeit der Maßnahmen feststellen und ggf. Vorschläge für das weitere Vorgehen erarbeiten.</li></ul>
--	---

## 2. Marktforschung als Basis unternehmerischer Entscheidungen

<b>Modul:</b>	<b>FLER eLearning-Modul</b>
<b>Thema:</b>	Marketing
<b>Titel der betrieblichen Handlungssituation:</b>	Marktforschung als Basis unternehmerischer Entscheidungen
<b>Handlungsort im virtuellen Einkaufscenter</b>	Weinladen
<b>Zuordnung einer Qualifizierungsstufe:</b>	Fort- und Weiterbildung
<b>Weitere Einsatzmöglichkeiten:</b>	Ausbildung zur individuellen Förderung, Marketing-Seminare
<b>Vorausgesetztes Fachwissen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Grundlagen Marktforschung</li> <li>▪ Betriebstypen und Marktentwicklung</li> <li>▪ Konsumforschung, Kaufkraft, Marktdaten</li> <li>▪ Grundlagen Standortmarketing</li> <li>▪ Marktpotential</li> </ul>
<b>Kompetenzen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Entscheidungsfähigkeit, Gestaltungswille</li> <li>▪ Schöpferische Fähigkeit</li> <li>▪ Marktkenntnisse</li> </ul>
<b>Kompetenzziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ich entwickle ein Verständnis für den Zusammenhang von marketingstrategischen und warenwirtschaftlichen Prozessen in sich verändernden Rahmenbedingungen über die Zeit.</li> <li>▪ Ich kann die zeitlichen Dimensionen von strategischen Entscheidungen verstehen und beurteilen.</li> <li>▪ Ich kann die Wichtigkeit relevanter Einflussfaktoren auf die Prozesse in Marketing und Logistik beurteilen und notwendige Entscheidungen treffen.</li> <li>▪ Ich identifiziere erforderliche Daten für die Lösung von Entscheidungen in Marketing und Logistik.</li> <li>▪ Ich kann selbständig strategische,</li> </ul>

	<p>komplexe Aufgaben auf mittlerem bis höherem Anspruchsniveau planen und durchführen.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Ich kann eigene Positionen kritisch überprüfen mit denen anderer Personen in einer Gruppe bzw. mit einer Lehrperson</li></ul>
--	--



### 3. Entwicklung einer Marketingstrategie

<b>Modul:</b>	<b>FLER eLearning-Modul</b>
<b>Thema:</b>	Marketing
<b>Titel der betrieblichen Handlungssituation:</b>	Entwicklung einer Marketingstrategie
<b>Handlungsort im virtuellen Einkaufscenter</b>	Weinladen
<b>Zuordnung einer Qualifizierungsstufe:</b>	Fort- und Weiterbildung
<b>Weitere Einsatzmöglichkeiten:</b>	Ausbildung zur individuellen Förderung, Marketing-Seminare
<b>Vorausgesetztes Fachwissen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Grundlagen Marktforschung</li> <li>▪ Betriebstypen und Marktentwicklung</li> <li>▪ Konsumforschung, Kaufkraft, Marktdaten</li> <li>▪ Systematik von Kundengruppen</li> <li>▪ Formen von Marketingstrategien</li> <li>▪ SWOT-Analyse</li> </ul>
<b>Kompetenzen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gestaltungswille, Entscheidungsfähigkeit</li> <li>▪ Planungsfähigkeit</li> <li>▪ Organisationsfähigkeit, Konzeptionsstärke</li> </ul>
<b>Kompetenzziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ich entwickle ein Verständnis für den Zusammenhang von marketing-strategischen und warenwirtschaftlichen Prozessen in sich verändernden Rahmenbedingungen über die Zeit.</li> <li>▪ Ich kann die zeitlichen Dimensionen von strategischen Entscheidungen verstehen und beurteilen.</li> <li>▪ Ich kann eine SWOT-Analyse in meinem Unternehmen planen und durchführen</li> <li>▪ Ich kann die Wichtigkeit relevanter Einflussfaktoren auf die Prozesse in Marketing und Logistik beurteilen und notwendige Entscheidungen treffen.</li> <li>▪ Ich kann mit Unbestimmtheiten und Widersprüchen umgehen, die sich bei der Realisierung der Entwicklung einer Marketingstrategie ergeben.</li> <li>▪ Ich bin der Lage, alternative Marketingstrategien für verschiedene</li> </ul>

	<p>Kundengruppen zu beurteilen und zu realisieren.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Ich kann selbständig strategische, komplexe Aufgaben auf mittlerem bis höherem Anspruchsniveau planen und durchführen.</li><li>▪ Ich bin der Lage, einmal gefundene Lösungen durchzusetzen und flexibel genug, neue Anregungen und Ideen ins eigene Konzept zu integrieren</li></ul>
--	---

#### 4. Analyse der zentralen Rolle der Kundenbindung

<b>Modul:</b>	<b>FLER eLearning-Modul</b>
<b>Thema:</b>	Marketing
<b>Titel der betrieblichen Handlungssituation:</b>	Analyse der zentralen Rolle der Kundenbindung
<b>Handlungsort im virtuellen Einkaufscenter</b>	Weinladen
<b>Zuordnung einer Qualifizierungsstufe:</b>	Fort- und Weiterbildung
<b>Weitere Einsatzmöglichkeiten:</b>	Ausbildung zur individuellen Förderung, Marketing-Seminare
<b>Vorausgesetztes Fachwissen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ziele und Rolle der Kundenbindung im Handelsunternehmen</li> <li>▪ Instrumente der Kundenbindung</li> <li>▪ Recherche und Analyse kundenbezogener Daten</li> <li>▪ Interpretation kundenbezogener Daten</li> <li>▪ Systematisierung von Kundengruppen</li> </ul>
<b>Kompetenzen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ergebnisorientiertes Handeln</li> <li>▪ Analytische Fähigkeiten</li> <li>▪ Marktkenntnisse</li> </ul>
<b>Kompetenzziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ich entwickle ein Verständnis für den Zusammenhang von marketingstrategischen und warenwirtschaftlichen Prozessen in sich verändernden Rahmenbedingungen über die Zeit.</li> <li>▪ Ich kann die zeitlichen Dimensionen von strategischen Entscheidungen verstehen und beurteilen.</li> <li>▪ Ich kann die Wichtigkeit relevanter Einflussfaktoren auf die Prozesse in Marketing und Logistik beurteilen und</li> </ul>

	<p>notwendige Entscheidungen treffen.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Ich identifiziere erforderliche Daten für die Lösung von Entscheidungen in Marketing.</li><li>▪ Ich kann selbständig strategische, komplexe Aufgaben auf mittlerem bis höherem Anspruchsniveau planen und durchführen.</li><li>▪ Ich kann eigene Positionen kritisch überprüfen mit denen anderer Personen in einer Gruppe bzw. mit einer Lehrperson</li><li>▪ Ich verfolge und realisiere kontinuierlich Ziele mit großer Beharrlichkeit und Aktivität.</li><li>▪ Ich folge klaren und guten Maßstäben für mein Handeln und kann diese Maßstäbe auch verteidigen, wenn mich jemand danach fragt.</li><li>▪ Ich bin der Lage, Analysen zur Bindung von Stammkunden und zur Gewinnung von Neukunden zu realisieren.</li></ul>
--	--

## 5. Ziele und Maßnahmen der Kundenbindung

<b>Modul:</b>	<b>FLER eLearning-Modul</b>
<b>Thema:</b>	Marketing
<b>Titel der betrieblichen Handlungssituation:</b>	Ziele und Maßnahmen der Kundenbindung
<b>Handlungsort im virtuellen Einkaufscenter</b>	Weinladen
<b>Zuordnung einer Qualifizierungsstufe:</b>	Fort- und Weiterbildung
<b>Weitere Einsatzmöglichkeiten:</b>	Ausbildung zur individuellen Förderung, Marketing-Seminare
<b>Vorausgesetztes Fachwissen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ziele und Rolle der Kundenbindung im Handelsunternehmen</li> <li>▪ Instrumente der Kundenbindung</li> <li>▪ Kundenstrategien für Stammkunden, für Neukunden</li> <li>▪ Relevante Marktdaten, Konsumgewohnheiten</li> <li>▪ Kennzahlen zum Aufstellen von Budgets für Kundenbindungsmaßnahmen</li> </ul>
<b>Kompetenzen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ergebnisorientiertes Handeln</li> <li>▪ Planungsfähigkeit</li> <li>▪ Entscheidungsfähigkeit, Gestaltungswille</li> </ul>
<b>Kompetenzziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ich entwickle ein Verständnis für den Zusammenhang von marketingstrategischen und warenwirtschaftlichen Prozessen in sich verändernden Rahmenbedingungen über die Zeit.</li> <li>▪ Ich stelle Finanz- und Zeitpläne für die Umsetzung von Marketingstrategien zur Kundenbindung auf.</li> <li>▪ Ich kann die zeitlichen Dimensionen von strategischen Entscheidungen zur Stammkundenbindung verstehen und beurteilen.</li> <li>▪ Ich kann die Wichtigkeit relevanter Einflussfaktoren auf die Prozesse in Marketing beurteilen und notwendige</li> </ul>

	<p>Entscheidungen treffen.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Ich bin in der Lage, ausgehend von Wettbewerberstrategien Strategien für das eigene Unternehmen zu planen und zu entwickeln.</li><li>▪ Ich bin der Lage, einmal gefundene Lösungen durchzusetzen und flexibel genug, neue Anregungen und Ideen ins eigene Konzept zu integrieren.</li><li>▪ Ich kann Prioritäten setzen und vor Dritten begründen.</li><li>▪ Ich kann mit Unbestimmtheiten und Widersprüchen umgehen, die sich bei der Realisierung ergeben und bin in der Lage, Alternativen zu beurteilen und zu realisieren</li><li>▪ Ich kann eigene Positionen kritisch überprüfen mit denen anderer Personen in einer Gruppe bzw. mit einer Lehrperson</li></ul>
--	---

## 6. Ein neuer Vertriebsweg – Der Onlineshop

<b>Modul:</b>	<b>FLER eLearning-Modul</b>
<b>Thema:</b>	Warenwirtschaft / E-Commerce
<b>Titel der betrieblichen Handlungssituation:</b>	Ein neuer Vertriebsweg – Der Onlineshop
<b>Handlungsort im virtuellen Einkaufscenter</b>	Lampenspezialgeschäft
<b>Zuordnung einer Qualifizierungsstufe:</b>	Fort- und Weiterbildung
<b>Weitere Einsatzmöglichkeiten:</b>	Ausbildung zur individuellen Förderung, E-Commerce -Seminare
<b>Vorausgesetztes Fachwissen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Warenwirtschaftssystem, Arten, Funktionen, Daten</li> <li>▪ Warenwirtschaftliche Kennzahlen</li> <li>▪ Produktivitätskennzahlen</li> <li>▪ EDI, Standardisierung von Daten</li> <li>▪ Beschaffungsprozesse im E-Commerce</li> <li>▪ Scoring-Verfahren</li> <li>▪ Open Source Software, Shopsoftware</li> <li>▪ Marketingstrategien im E-Commerce</li> </ul>
<b>Kompetenzen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ergebnisorientiertes Handeln</li> <li>▪ Analytische Fähigkeiten (Beurteilungsvermögen, Folgebewusstsein, Sachlichkeit)</li> <li>▪ Planungsverhalten</li> </ul>
<b>Kompetenzziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ich kann komplexe ausgewählte Aufgaben mit Reflektions- und Korrekturmöglichkeit durch eine Lehrperson selbständig planen, ausführen, kontrollieren und bewerten.</li> <li>▪ Ich kann eigene Tätigkeiten (Vernetzte Handlungen) mit den Tätigkeiten einer Arbeitsgruppe koordinieren.</li> <li>▪ Ich bin in der Lage, typische Funktionen von Warenwirtschaftssystemen auf die vorliegende Situation anzuwenden und anderen zu erläutern.</li> <li>▪ Ich kann das Scoring-Verfahren anwenden</li> <li>▪ Ich verfüge über das notwendige</li> </ul>

	<p>methodische Wissen, um die Zusammenhänge zwischen einem WWS und einem Online-Shop und den daraus entstehenden Datenfluss zwischen beiden Systemen zu beurteilen.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Ich bin in der Lage, eine begründete Entscheidung für die Einführung eines Online-Shops auf Grund von qualitativen und quantitativen Kriterien zu treffen</li><li>▪ Ich kann eigene Positionen kritisch überprüfen mit denen anderer Personen in einer Gruppe bzw. mit einer Lehrperson</li></ul>
--	---