

# European Skills for International Trade & Logistics

## Tätigkeitsprofil

### **Kaufmann/Kauffrau für Groß- und Außenhandelsmanagement (International Trade Operational Manager)**

*Projektergebnis*

*Autor(en)*

*CGI*

*Mitwirkende*

*CECOA, Institut de Vic, KS1,  
Lycée Quinet, CCP, Netinvet*

*Ergebnisdatum*

*Februar 2022*

*Status*

*Final*



**ESITL**  
A Netinvet Project



Funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

# 1 Stellenbeschreibung

Der Kaufmann für Groß- und Außenhandelsmanagement/internationaler Handelsassistent ist im Bereich des internationalen Handels tätig und trägt zur nachhaltigen internationalen Entwicklung der Organisation bei durch:

- internationale Handelsaufträge wie Marktforschung, Akquise, Vermarktung von Waren und Dienstleistungen und Verhandlungsprozesse
- umweltfreundliche Optimierung des Handels durch ethisches und faires Verhalten
- administrative Aufgaben wie die Durchführung und Überwachung internationaler Tätigkeiten
- Einsatz digitaler Prozesse und Werkzeuge
- ständige Sorge um Nachhaltigkeit und Umweltauswirkungen von Entscheidungen und Handlungen

Er/Sie bereitet Informationen für das Marktinformationssystem auf, die für kaufmännische Entscheidungen in Übereinstimmung mit dem internationalen Marketing-Mix der Organisation verwendet werden. Er/sie nimmt an den Kaufverhandlungen teil, indem er/sie den Prozess in Bezug auf den internationalen Kaufvertrag unterstützt. Er/sie koordiniert die Import- und Exportaktivitäten und die Abläufe zwischen den verschiedenen Abteilungen der Organisation und/oder externen Partnern. Er/sie entwickelt die Handelsbeziehungen in einem interkulturellen Umfeld.

Um in seinem/ihrem Job erfolgreich zu sein, muss der/die Kaufmann/-frau für Groß- und Außenhandelsmanagement über Querschnittskompetenzen verfügen: Er/sie muss flexibel und selbständig sein. Was die Sprache betrifft, so muss er/sie die im Arbeitsumfeld verwendete(n) Sprache(n) und Englisch sowie nach Möglichkeit weitere Fremdsprachen gut beherrschen. Darüber hinaus muss er/sie über fundierte Wirtschafts-, Rechts- und Fachkenntnisse verfügen.

# 2 Arten von Organisationen

Die folgenden Arten von Organisationen benötigen die Dienste eines Kaufmanns für Groß- und Außenhandelsmanagement/internationalen Handelsassistenten:

- Exportunternehmen von Waren und Dienstleistungen
- Franchise-Händler
- Tochtergesellschaften
- Importeure
- Import-, Export- und Handelsunternehmen
- Logistikunternehmen, Versandbetriebe, Speditionen, Verlader, Frachtbetriebe, Verpackungsunternehmen, Zollagenturen...
- Handelsagenturen
- Banken
- Handelskammern
- Organisatoren internationaler Messen
- Internationale und nationale Entwicklungsagenturen
- Handels- und Rechtsberatungsunternehmen
- Versicherer
- Verbände, Institutionen und Nichtregierungsorganisationen

- Zertifizierungs- und Qualitätskontrollstellen

### **3 Position und Rolle**

Die Position und die Rolle des Kaufmanns für Groß- und Außenhandelsmanagement sind je nach Größe und Zielen der Arbeitgeberorganisation sehr unterschiedlich. Im Allgemeinen wird er/sie in einer kleinen Organisation mehr Verantwortung haben als in einem großen Konzern.

Die Stellung hängt von der Berufserfahrung ab – national oder international, der Vollzeit- oder Teilzeitbeschäftigung - und von der Art der angegliederten Abteilung (internationaler Vertrieb / internationales Marketing / internationale Vertriebsverwaltung / Logistik...).

Je nach Größe des Unternehmens hat der Kaufmann für Groß- und Außenhandelsmanagement verschiedene Aufgaben und Zuständigkeiten, wie z. B. die Verwaltung von Export- und Importvorgängen oder die Anpassung der (Dienst-)Leistung an die geltenden Handelsvorschriften entsprechend den Bedürfnissen und Erwartungen der Kunden und den Unternehmenszielen.

Was die Hierarchie anbelangt, so untersteht der Kaufmann für Groß- und Außenhandelsmanagement in einem KMU direkt der Geschäftsführung oder, falls es einen solchen gibt, dem internationalen Manager. In einem größeren Unternehmen kann er/sie der Leitung der Import- und Exportabteilung unterstellt sein.

Die Berufsbezeichnungen und Positionen innerhalb des Unternehmens können je nach Berufserfahrung der Unternehmensgründer und der Größe des Unternehmens sehr unterschiedlich sein.

#### **3.1 Junge Hochschulabsolventen, die eine erste Berufserfahrung machen:**

- Assistent für Marktforschung
- Assistent/in Import/Export
- Kaufmännischer Importassistent
- Assistent im Einkauf
- Assistentin/Kundenbetreuung
- Assistentin für digitales Marketing
- Internationale Assistentin für digitales Marketing
- Internationale Marketingassistentin
- Internationale Vertriebsassistentin
- Assistentin für Logistik und Kundenbetreuung
- Assistentin für Logistik
- Assistentin in der Abteilung für internationale Handelsgeschäfte
- Assistentin in der internationalen Handelsverwaltung
- Techniker in der internationalen Handelsverwaltung.
- Assistentin in der Verwaltung nach dem Verkauf
- Zollassistent / Zollbeteiligter / Zollagent / Zollvertreter
- Verwaltungsassistent im Exportgeschäft
- Assistent im internationalen Zahlungsverkehr

- Organisator internationaler Messen
- Assistentin in internationalen und nationalen Entwicklungsgremien

### **3.2 Nach einigen Jahren Berufserfahrung:**

- Koordinator für den Kundendienst im Export
- Export-Verkaufsverwalter
- Export-Verkaufsleiter
- Einkaufsleiter Import
- Internationaler Leiter
- Leiter des internationalen Marketings
- Verwaltungsleiter für den Exportverkauf
- Spezialist für Auftragsabwicklung
- Leiter der internationalen Vertriebsabteilung

## **4 Wirtschaftliches, technologisches und soziales Umfeld und Perspektiven**

Technologische Innovationen, veränderte Lebensgewohnheiten, ein zunehmend wettbewerbsorientiertes Umfeld sowie neue Vorschriften und umweltpolitische Maßnahmen haben den internationalen Handel in den letzten Jahren verändert.

Neue Technologien haben einen großen Einfluss auf internationalen Handelsassistenten. Die Integration von Informationstechnologie (z. B. Blockchain, künstliche Intelligenz, Automatisierung, Robotisierung, 5G usw.) und der zunehmende Einsatz digitaler Werkzeuge (z. B. Verfolgung und Rückverfolgung von Vorgängen zu jeder Zeit während des gesamten Verkaufsprozesses, entmaterialisierte Verfahren usw.) verändern die Aufgaben des Sektors tiefgreifend. In den kommenden Jahren werden sich die Verantwortlichen für den internationalen Handel mit immer mehr automatisierten Verfahren und neuen Formen der Handelsorganisation (z. B. der Dokumentation, der Organisation und Absicherung des internationalen Zahlungsverkehrs und der Handelsfinanzierung oder der Nutzung sozialer Netzwerke) auseinandersetzen müssen, was nicht nur die Organisation des operativen Marketings, sondern auch die Art und Weise der Verwaltung der Verkaufstätigkeit beeinflussen wird. Vor allem im internationalen Handel verändern Videokonferenz-Tools, die überall genutzt werden können, ebenso wie Messen und Ausstellungen in digitaler Form, die Art und Weise, wie wir verkaufen und kaufen. Diese rasche Entwicklung und der ständige Informationsfluss wirken sich stark auf die Arbeit aus und erfordern ein agiles Datenmanagement.

Der internationale Handelssektor ist in den letzten Jahren stark gewachsen. Internationale Handelsunternehmen operieren auf globalisierten Märkten und verlangen nach internationalen Strategien. Gleichzeitig erhöht der Trend zu einem nachhaltigeren Konsum die Bedeutung lokaler und überregionaler Märkte. Neue Verbrauchertrends und die Zunahme des Online-Handels (E-Commerce) haben einen starken Einfluss auf die gesamte Lieferkette und die Finanzierung von Handelsaktivitäten, wie z. B. "smarte Verträge".

Die Erwartungen der Kunden in Bezug auf Lieferzeiten, Preise, maßgeschneiderte Dienstleistungen und umweltfreundliche Lösungen steigen. Darüber hinaus verschärft sich der Wettbewerb in der Branche durch neue und globale Akteure. Internationale Handelsunternehmen müssen daher einen zukunftsorientierten Ansatz verfolgen, um sich sowohl an die sich ändernden Vorschriften als auch an die Erwartungen des Marktes anzupassen. Die Beobachtung von Neuigkeiten und Innovationen im internationalen Handel, die Suche nach innovativen Marketing- und Vertriebslösungen im B-to-B- und B-to-C-Bereich sowie die Notwendigkeit, Vertriebsorganisationen und -wege zu überdenken, haben einen erheblichen Einfluss auf die Bedingungen, unter denen der Beruf ausgeübt wird und sich in den kommenden Jahren entwickeln wird. Infolgedessen kann die Schaffung von Kooperationsplattformen und Partnerschaften zwischen internationalen Handelsunternehmen in Betracht gezogen werden, mit dem Ziel, wettbewerbsfähig zu bleiben, kundenorientierte Dienstleistungen anzubieten und Qualitätserwartungen und Zertifizierungen zu erreichen.

Das wachsende Bewusstsein der Bürger und der Wirtschaftswelt für die Gefahren des Klimawandels führt zu einer größeren Aufmerksamkeit für Umweltfragen. Globale politische Abkommen vereinbaren bis 2030 und darüber hinaus, die Umweltauswirkungen von Wirtschaft und Industrie zu verringern (z. B. die Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung, die 2015 von allen Mitgliedstaaten der Vereinten Nationen verabschiedet wurde). Nach Angaben der Europäischen Kommission verursacht der Verkehr fast ein Viertel der Treibhausgasemissionen in Europa und ist die Hauptursache für die Luftverschmutzung in den Städten. Der internationale Handel nutzt globale Verkehrswege und ist eng mit der Entwicklung des internationalen Verkehrs und seiner Globalisierung verbunden und davon abhängig.

In diesem Zusammenhang werden neue Rechts- und Verwaltungsvorschriften erlassen. Folglich müssen nachhaltige Ansätze zunehmend in das Entwicklungsmodell internationaler Handelsunternehmen integriert werden. Der Trend geht in Richtung Entwicklung und Umsetzung von Aktivitäten zur sozialen Verantwortung der Unternehmen. Die Unternehmen müssen ethisches Bewusstsein und die Achtung der Menschenrechte, faire Verhandlungen, Gleichberechtigung und Vielfalt einbeziehen. Die internationalen Handelsunternehmen sind auch bestrebt, ihr Image bei ihren Kunden zu verbessern, und diese Maßnahmen werden zu einem Bestandteil ihres Verkaufsgesprächs.

## 5 Aktivitäten und Aufgaben

### Tätigkeit 1: Unternehmensüberwachung

A1T1 Ständige Beobachtung des Marktes

A1T2 Sammeln von Informationen im Ausland

A1T3 Vorbereitung der Entscheidungsfindung

#### Arbeitsumfeld und berufliche Aufgaben

Der Kaufmann für Groß- und Außenhandelsmanagement definiert die Tiefe und Quellen von Informationen, die für das Marktinformationssystem (SIM) der Organisation und ihre Entscheidungsfindung erforderlich sind. Er/sie nutzt die Möglichkeiten der internen und externen Märkten.

Er/sie sammelt und analysiert systematisch und regelmäßig Informationen aus verschiedenen internen und externen Quellen über Produkte und Dienstleistungen, Zulieferer, Dienstleister, den Unternehmensmitbewerbern und andere Rahmenfaktoren, die für die Internationalisierungspolitik der Organisation relevant sind. Er/sie weiß, wie er/sie die Business Intelligence, ihr allgemeines Konzept, Software und Endanwendungen nutzt.

Er/sie informiert die Organisation über den Entscheidungsprozess, indem er/sie Geschäftsberichte erstellt und Schlussfolgerungen zieht, und zwar innerhalb einer bestimmten Frist, durch die Sammlung und statistische Analyse von Informationen aus verfügbaren Quellen, einschließlich des Marketing-Informationssystems.

Er/sie erkennt und führt Anwendungsmodelle auf einen Zielmarkt auf. Fremdsprachenkenntnisse sind erforderlich.

Er/sie ist seinem/seiner Vorgesetzten, der/die über den Grad der Selbständigkeit entscheidet, für den er/sie verantwortlich ist. Die Größe der Organisation ist ein wichtiger Faktor bei der Festlegung des Verantwortungsgrades.

Relevante Informationen für die Arbeit	Für die Aufgaben benötigte Ausrüstung	Geschäftskontakte
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Beruflicher Kontext</li> <li>- Informationen und Vorhaben der Europäische und internationale Institutionen (EU, WTO, ASEAN...)</li> <li>- Soziokulturelle Informationen und berufliche Verhaltensregeln des Ziellandes</li> <li>- Rechtliche, wirtschaftliche und Handelsinformationen</li> <li>- Informationen zur Anwendung der internationalen Marketing-Mix-Politik</li> <li>- Fachpresse; Zugang zur Website der GD Trade</li> <li>- Informationen über Kunden, Lieferanten oder</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Informations- und Kommunikationstechnologische Ausstattung (ICT)</li> <li>- Software für die Überwachung und Anwendungen</li> <li>- Arbeitsprotokoll für die Datenbank</li> <li>- Vorlagen für Berichte</li> <li>- Datenbank für Kunden, Lieferanten, Dienstleister</li> <li>- Internet, Intranet, Extranet</li> <li>- Dashboards und Managementdaten</li> <li>- Werkzeuge für die Zusammenarbeit; Software und Hardware für Webinare</li> <li>- Feste und mobile Endgeräte</li> </ul>	<p>Intern</p> <p>Er/sie steht in Kontakt mit den Abteilungen oder Mitarbeitern in den Bereichen Marketing, Recht, Einkauf, Finanzen und Buchhaltung, Logistik, Qualität und Produktion</p> <p>Extern</p> <p>Er/sie steht in direktem Kontakt mit Kunden, Lieferanten, Subunternehmen und staatlichen und lokalen Behörden auf nationaler oder internationaler Ebene.</p>

<p>Dienstleistungserbringer, Geschäftsberichte</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Relevante Informationen für den Umgang mit Mängel und/oder Beschwerden</li> <li>- Unternehmensziel der Nachhaltigkeit</li> <li>- Unternehmenskriterien für das CSR (Corporate Social Responsibility) und Verantwortung) und das ESG (Environmental Social Governance)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tools für die Zusammenarbeit im Vertrieb und Kommunikationswerkzeuge</li> <li>- Software-Pakte (ERP, CRM, etc.)</li> </ul>	
<p><u>Erwartete Ergebnisse</u></p> <p>Einhaltung des Zeitplans und der Prioritäten.</p> <p>Aussagekräftige, zuverlässige und aktuelle Marktinformationen.</p> <p>Aussagekräftige, aktuelle Informationen über den internationalen Handel und die im Ausland gesammelten Möglichkeiten.</p> <p>Einhaltung der zugewiesenen Zeit und des Budgets.</p> <p>Aktualisierung und Einspeisung von Geschäftsinformationen in Datenbanken</p> <p>Genaue Empfehlungen für Entscheidungsträger in Bezug auf Marktchancen und -bedrohungen für Unternehmen.</p> <p>Genaue Empfehlungen, die mögliche Verbesserungen der Verfahren ermöglichen.</p>		

## Aktivität 2: Export

A2T1 Sondierung zur Ausarbeitung von angepassten Angeboten (Vorverkaufsaktivitäten)

A2T2 Unterstützung der Kaufverhandlungen und des Verkaufs

A2T3 Follow-up/Nachbereitung der Verkäufe

### Arbeitsumfeld und berufliche Pflichten

Er/Sie bestimmt potenzielle Kunden in Übereinstimmung mit festgelegten Kriterien, um die Geschäftsziele der Organisation zu erreichen. Er/Sie ist am Exportmarketing beteiligt, indem er/sie Angebote einholt und ausarbeitet oder auf Ausschreibungen antwortet, und er/sie nimmt gemäß den festgelegten Verfahren Kontakt zu Kunden auf, wobei er/sie die Merkmale des Landes/der Kultur berücksichtigt, für die Entwicklung der Handelstätigkeit. Er/sie organisiert und betreut Kommunikations-/Werbungsmaßnahmen von Produkten/Dienstleistungen auf internationalen Messen und Veranstaltungen und optimiert die eingesetzten Ressourcen, um ihre Ergebnisse an die festgelegten Ziele anzupassen. Er/sie trägt zur Anpassung der Verfahren im Zusammenhang mit der internationalen Entwicklung der der Organisation bei.

Er/sie nimmt an bestimmten Aspekten der Verhandlung der internationaler Verkaufstransaktionen teil und unterstützt den Verhandlungs- und Durchführungsprozess des internationalen Verkaufs von Produkten und Dienstleistungen. Er/sie muss auch das Follow-up der Verkäufe sicherstellen, Kontrolle der Entwicklung und des Absatzes der Produkte/Dienstleistungen auf den internationalen Märkten, überprüft, ob die mit den Kunden oder Händlern vereinbarten Bedingungen eingehalten werden, um die geplanten Ziele zu erreichen. Er/sie definiert, entwickelt und führt Marketingmaßnahmen durch. Er/sie trifft die Auswahl geeigneter Instrumente des Marketing-Mix: Kundenbefragungen, Werbung..., sowie den Marketingplan und die Marketingmaßnahme. Er/sie implementiert die E-Commerce-Strategie mit digitalen Marketinginstrumenten und nutzt dabei soziale Netzwerke. Fremdsprachenkenntnisse sind erforderlich.

Er/sie kann dazu angeleitet werden, Verbesserungen vorzuschlagen und an der Gestaltung der Exportverkaufsverwaltung mitzuwirken.

Der Kaufmann für Groß- und Außenhandelsmanagement ist seiner Vorgesetzten unterstellt, die über den Grad der Autonomie entscheidet, für den er/sie für die er/sie verantwortlich gemacht wird. Die Größe der Organisation ist ein wichtiger Faktor bei der Festlegung des Grades der Verantwortung.

Relevante Informationen für die Arbeit	Für die Aufgaben benötigte Ausrüstung	Professionelle Kontakte
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Multikulturelle ethische und kulturelle Informationen</li> <li>- Ziele und Instrumente für die Kundenakquise</li> <li>- Verkaufsplan/-strategie</li> <li>- Datenbank mit Kunden und Interessenten</li> <li>- Aktionsplan für die Kundenwerbung; Budget</li> <li>- Gesetzliche und regulatorische Beschränkungen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT)</li> <li>- Feste und mobile Endgeräte</li> <li>- Datenbank von Kunden, Lieferanten, Dienstleistern</li> <li>- Internet, Intranet, Extranet</li> <li>- Dashboards und Managementdaten</li> <li>- Werkzeuge für die Zusammenarbeit; Webinare</li> <li>- Tools für die Vertriebskommunikation</li> </ul>	<p>Intern</p> <p>Er/sie steht in Kontakt mit den Abteilungen oder Mitarbeitern in den Bereichen Marketing, Recht, Einkauf, Finanzen und Buchhaltung, Logistik, Qualität und Produktion.</p> <p>Extern</p> <p>Er/sie steht im Rahmen eines nationalen und/oder internationalen Systems in Kontakt mit anderen</p>



<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tarife und Abrechnungsbedingungen der Organisation</li> <li>- Allgemeine Verkaufsbedingungen</li> <li>- Vertragsvorlagen, Handelsverträge, Verträge mit Dienstleistern</li> <li>- Qualitätsindikatoren</li> <li>- Professionelle Medien</li> <li>- Nationale und internationale Garantiebestimmungen</li> <li>- Unternehmensziel der Nachhaltigkeit</li> <li>- Unternehmenskriterien für das CSR (Corporate Social Responsibility) und das ESG (Environmental Social Governance)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Softwarepakete (ERP, CRM usw.)</li> </ul>	<p>Unternehmen und/oder Subunternehmern. Er/sie steht in Kontakt mit öffentlichen Diensten, der Regierung und/oder lokalen Behörden auf nationaler oder internationaler Ebene.</p>
<p><u>Erwartete Ergebnisse</u></p> <p>Erstellung eines geeigneten, detaillierten und aktualisierten Dossiers über potenzielle Kunden. Akquiseplan. Ein organisierter und wirksamer Plan für die Kommunikation mit potenziellen Kunden. Auf den Kunden zugeschnittene Angebote. Nachbereitung und Bearbeitung von Aufträgen. Beherrscht Steuerung der Verhandlungsgespräche. Genaue vertragliche Formulierungen der Vereinbarungen. Effiziente Pflege eines aktualisierten Akten- und Geschäftsinformationsdienstes. Optimale Bearbeitung von Beschwerden, Vorfällen und Konflikten. Regulierung von Garantieansprüchen. Vorschlag von genauen Qualitäts- und Ergebnisindikatoren für die Entscheidungsfindung. Empfehlungen zur möglichen Verbesserung von Verfahren.</p>		

### Tätigkeit 3: Import

A3T1 Vorbereitung der Importaktivitäten (Lieferantendatenbank)

A3T2 Unterstützung bei den Einkaufsverhandlungen

A3T3 Follow-up/Nachbereitung der Importaktivitäten

#### Arbeitsumfeld und berufliche Aufgaben

Er/sie bereitet die Importaktivitäten vor und erstellt und aktualisiert eine Datenbank mit potenziellen Lieferanten.

Er/sie identifiziert und wählt potenzielle Lieferanten nach festgelegten Kriterien aus, um die Geschäftsziele der Organisation zu erreichen und gleichzeitig die Umwelt durch ethisches und faires Verhalten zu respektieren und Risiken im Bereich der Menschenrechte entlang der Lieferkette und in den Tochtergesellschaften zu erkennen und zu vermeiden.

Er/sie nimmt gemäß den festgelegten Verfahren Kontakt zu den Lieferanten auf und berücksichtigt dabei die Besonderheiten des jeweiligen Landes/der jeweiligen Kultur für die Entwicklung der Einkaufstätigkeit.

Er/sie unterstützt die Einkaufsverhandlungen, indem er/sie die Ausschreibungen ausarbeitet und versendet und die eingegangenen Angebote analysiert.

Er/sie optimiert die Vorbereitung des Kaufgesprächs und gibt die Informationen an den Entscheidungsprozess für die Auswahl der Lieferanten weiter.

Er/sie sorgt für das Follow-up der Importaktivitäten und die effektive Durchführung und Abstimmung der Kaufaufträge.

Er/sie kümmert sich um Konflikte und Rechtsstreitigkeiten, bewertet die Effektivität der Dienstleistungen der Lieferanten und aktualisiert die Informationen in der Lieferantendatenbank.

Er/sie entwickelt dauerhafte Beziehungen durch direkten Kontakt mit einer angemessenen Anzahl von Partnern und Dienstleistungsanbietern in einem wettbewerbsintensiven Umfeld.

Fremdsprachenkenntnisse sind erforderlich.

Er/sie kann veranlasst werden, Verbesserungen vorzuschlagen und an der Bewertung des Einkaufsprozesses mitzuwirken.

Der Kaufmann für Groß- und Außenhandelsmanagement untersteht seinem Vorgesetzten, der den Grad der Autonomie festlegt, für den er verantwortlich ist. Die Größe der Organisation ist ein wichtiger Faktor bei der Festlegung seines/ihres Aufgabenbereichs und des Umfangs seiner/ihrer Verantwortung.

Relevante Informationen für die Arbeit	Für die Aufgaben benötigte Ausrüstung	Professionelle Kontakte
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sourcing-Websites</li> <li>- Marktvorschriften (Zölle, Normen)</li> <li>- Auswahlmethoden</li> <li>- Datenbank mit referenzierten Lieferanten, Dienstleistern, Unterauftragnehmern</li> <li>- Anforderungen an das Kaufangebots</li> <li>- Preislisten</li> <li>- Allgemeine Einkaufsbedingungen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Software für das Lieferantenmanagement</li> <li>- Planungs- und Verwaltungssoftware</li> <li>- Internet, Intranet, Extranet</li> <li>- Feste und mobile Endgeräte</li> <li>- Werkzeuge für die Zusammenarbeit; Webinare</li> <li>- Software-Suiten (ERP, CRM, usw.)</li> </ul>	<p>Intern</p> <p>Er/sie steht in Kontakt mit den Abteilungen oder Mitarbeitern von Marketing, Recht, Verkauf, Buchhaltung, Logistik, Qualität und Produktion.</p> <p>Extern</p> <p>Er/sie steht in direktem Kontakt mit Partnern (Interessenten, Lieferanten, Subunternehmern, Versicherern usw.),</p>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Versicherungsverträge</li> <li>- Wirtschaftliche und kulturelle Informationen über die Herkunftsländer</li> <li>- Leistungsindikatoren</li> <li>- Muster für Kaufverträge</li> <li>- Methoden zur Bewertung, Validierung und Auswahl von Lieferanten</li> <li>- Methoden der Kaufverhandlung</li> <li>- Ethische und Qualitätscharta</li> <li>- Unternehmensziel in der Nachhaltigkeit</li> <li>- Unternehmenskriterien für das CSR (Corporate Social Responsibility) und das ESG (Environmental Social Governance)</li> </ul>		<p>Zollbehörden und Kunden auf nationaler oder internationaler Ebene.</p>
<p><u>Erwartete Ergebnisse</u></p> <p>Bestimmung und genaue Auswahl von Anbietern / Subunternehmern</p> <p>Erstellung einer Datenbank mit potenziellen Lieferanten.</p> <p>Aktualisierung der Datenbankinformationen</p> <p>Ausarbeitung und Versand von Ausschreibungen.</p> <p>Analyse der eingegangenen Angebote.</p> <p>Information über den Entscheidungsprozess. Optimale Vorbereitung der Kaufgespräche.</p> <p>Optimale Bearbeitung von Rechtsstreitigkeiten; Bearbeitung und optimale Lösung von Beschwerden, Vorfällen und Konflikten.</p> <p>Ausarbeitung von Tätigkeitsberichten.</p> <p>Genaue Empfehlungen, die eine mögliche Verbesserung der Verfahren ermöglichen.</p>		

## Aktivität 4: Koordinierung der Prozesse für den Import und Export

A4T1 Auswahl von Dienstleistern (Versicherung, Logistik, Finanzierung...)

A4T2 Sicherstellung der Verwaltung der Vorgänge

<u>Arbeitsumfeld und berufliche Pflichten</u>		
<p>Der Kaufmann für Groß- und Außenhandelsmanagement führt die administrativen Aufgaben der internationalen Handelsgeschäfte in Übereinstimmung mit den Verfahren der Organisation aus. Er/sie bestimmt potenzielle Anbieter (Versicherung, Logistik, Finanzierung ...), holt Angebote ein und bewertet sie. Er/sie organisiert die Aufgaben, einschließlich der Dokumentationskette, gemäß den geltenden Vorschriften, kontrolliert sie und informiert die Kunden über den Fortgang ihres Auftrags, um ihre Erwartungen zu erfüllen und ihre Zufriedenheit zu erhalten. Er/sie bewertet die Leistung der Lieferanten und verwaltet Reklamationen, Streitfälle und deren Beilegung. Er/sie entwirft und analysiert Dashboards zur Überwachung des Betriebsmanagements. Er/sie muss die Anwendung ethischer und loyaler Geschäftspraktiken sicherstellen und dabei ökologische Aspekte und Nachhaltigkeit für das Unternehmen, die Kunden und die Lieferanten berücksichtigen. Er/sie berichtet an den Betriebs-, Filial- oder Abteilungsleiter, der über den Grad der Autonomie entscheidet, für den er/sie verantwortlich gemacht wird. Die Größe der Organisation ist ein wichtiger Faktor bei der Festlegung des Verantwortungsgrads.</p>		
Relevante Informationen für die Arbeit	Für die Aufgaben benötigte Ausrüstung	Professionelle Kontakte
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Verwaltungsverfahren für Import- oder Exportvorgänge (Logistik, Zollbestimmungen...)</li> <li>- Die KPIs der Organisation und die wirtschaftlichen Einschränkungen</li> <li>- Ethische und Qualitäts-Charta</li> <li>- Entscheidungen der Organisation in Bezug auf Versicherungen, Transporte, Spediteure, Finanzierung, Banken</li> <li>- Aktuelle Normen und Vorschriften; Zoll</li> <li>- Unternehmensziele in der Nachhaltigkeit</li> <li>- Unternehmenskriterien für das CSR (Corporate Social Responsibility) und das ESG (Environmental Social Governance)</li> <li>- Wichtigste Handelsverträge und Akten der Transaktionsdokumentation</li> <li>- Angebote von Dienstleistern</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Feste und mobile Endgeräte</li> <li>- Websites zu zollspezifischen Vorschriften</li> <li>- Software für das Supply-Chain-Management</li> <li>- Internet/Intranet/Extranet</li> <li>- Kollaborative Werkzeuge</li> <li>- Geschäfts- und Verwaltungssoftware</li> <li>- Tutorials für Verwaltungsaufgaben</li> </ul>	<p><b>Intern</b></p> <p>Er/sie steht in Kontakt mit den Abteilungen oder Mitarbeitern der Produktion, der Logistik, dem Verkauf und dem Einkauf, der Qualität und dem Kundendienst.</p> <p><b>Extern</b></p> <p>Er/sie steht in Kontakt mit Kunden, Anbietern, Versicherern, Banken, Transportunternehmen, Spediteuren, Zollbehörden, Zertifizierungsstellen, öffentlichen Diensten und der Regierung und/oder lokalen Behörden auf nationaler oder internationaler Ebene.</p>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Verfahren für das Management und die Lösung von Rückschlägen</li> <li>- Qualitätsverfahren gemäß einer möglichen Zertifizierung</li> </ul>		
<p><u>Erwartete Ergebnisse</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Auswahl von geeigneten und zuverlässigen Dienstleistern für alle ausgelagerten Tätigkeiten.</li> <li>- Optimale Überwachung der Aktivitäten der Dienstleister, um die Erwartungen des Kunden mit Effizienz / Rentabilität zu erfüllen</li> <li>- Effiziente, effektive, aktuelle und nachvollziehbare Verwaltung der Einkaufs- und Verkaufsaktivitäten</li> <li>- Effizientes Management von Aktivitäten, Partnern und Arbeitsprozessen unter Einhaltung der neuesten Qualitätskriterien und internationalen Standards</li> <li>- Empfehlungen für eine mögliche Verbesserung der Verfahren; Vorschläge für den Umgang mit Beschwerden und Streitigkeiten</li> <li>- Einhaltung von ökologischen und ethischen Standards.</li> </ul>		

## Aktivität 5: Beziehungsmanagement von verschiedenen Kulturen

A5T1 Kommunikation in einem interkulturellen Umfeld in einer Fremdsprache

A5T2 Umsetzung der Geschäftsbeziehung in einem interkulturellen Umfeld innerhalb und außerhalb der EU

<p><u>Arbeitsumfeld und berufliche Pflichten</u></p> <p>Bei jeder kaufmännischen und betrieblichen Tätigkeit, die der Kaufmann des Groß- und Außenhandelsmanagement ausüben muss, benötigt er/sie eine überzeugende Kommunikation in der Landessprache und in Fremdsprachen, wobei Englisch obligatorisch ist.</p> <p>Der Kaufmann für Groß- und Außenhandelsmanagement muss sich mündlich fließend und spontan in der Landessprache und in Englisch und/oder einer anderen Sprache verständigen, um die Bedürfnisse der Kunden zu erkennen und den Service zu gewährleisten, Beratungstätigkeiten auszuführen sowie mögliche Konflikte und Zwischenfälle zu beachten und zu lösen.</p> <p>Er/sie muss sich schriftlich in jeder Unterstützung auf stimmige Weise verständigen und Autonomie zeigen, um professionelle Dokumentation zu erstellen.</p> <p>Er/sie muss ein multikulturelles Netzwerk von Kontakten aufbauen und pflegen, das er/sie je nach Situation flexibel handhaben muss.</p> <p>Das Maß an Autonomie und Verantwortung hängt von der Größe der Organisation ab.</p>		
<p>Relevante Informationen für die Arbeit</p>	<p>Für die Aufgaben benötigte Ausrüstung</p>	<p>Professionelle Kontakte</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Netzwerkdatenbank (Organisationen, Partner, Personal)</li> <li>- Kommunikationstechniken in einem multikulturellen Kontext und in Fremdsprachen</li> <li>- Kulturelle Codes für die berufliche Kommunikation und Modelle für die berufliche Praxis</li> <li>- Kommunikationsprotokolle von Organisationen und Partnern</li> <li>- Genaue Beschreibung der Beziehung (Ziele, personelle und materielle Mittel)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Feste und mobile Endgeräte</li> <li>- Übersetzungswebsites zur Erleichterung der Kommunikation</li> <li>- Websites zur Vertiefung des Fremdsprachenlernens</li> <li>- Webinare von privaten oder öffentlichen Organisationen über verschiedene Kulturen und ausländische Märkte...</li> <li>- Internet / Intranet / Extranet</li> <li>- Kollaborative Werkzeuge</li> <li>- Software-Pakete</li> </ul>	<p>Intern</p> <p>Er/sie steht in Kontakt mit Mitarbeitern des Marketings, des Vertriebs, des Einkauf und des Qualitätsdienstes.</p> <p>Extern</p> <p>Er/sie steht in Kontakt mit Kunden, Dienstleistern, öffentlichen Diensten, Handelskammern und staatlichen und/oder lokalen Behörden auf nationaler oder internationaler Ebene.</p>
<p><u>Erwartete Ergebnisse</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ein gutes Verständnis der Berufspraktiken und des sozialen, wirtschaftlichen und kulturellen Umfelds in den Zielländern</li> <li>- Weitergabe notwendiger Informationen über die Geschäftspraktiken in den betreffenden Ländern an die betreffenden Mitarbeiter</li> <li>- Optimale Nutzung und Anpassung von Kommunikationstechniken je nach Person und Situation</li> <li>- Angemessene mündliche und schriftliche Kommunikation in der Landessprache und in der gewünschten Fremdsprache unter Beachtung der Codes und Normen des betreffenden Landes</li> <li>- Eine zugängliche, aktuelle Datenbank und Netzwerk von Geschäftskontakten</li> <li>- Pflege und Ausbau eines optimalen Kontaktnetzes und einer vertrauensvollen Beziehung.</li> </ul>		