

Erläuterungen und Praxishilfen
zur Ausbildungsordnung

Kaufmann/Kauffrau für Marketingkommunikation

forum kom^()



Deutscher Industrie- und
Handelskammertag



Vereinte Dienstleistungs-
gewerkschaft

Bundesinstitut
für Berufsbildung **BiBB**

- Forschen
- Beraten
- Zukunft gestalten

BW Bildung und Wissen

Bundesinstitut
für Berufsbildung **BiBB**

- ▶ Forschen
- ▶ Beraten
- ▶ Zukunft gestalten

Herausgeber:

Bundesinstitut für Berufsbildung
- Der Präsident -
Manfred Kremer
53142 Bonn

Erläuterungen und Redaktion:

Heike Krämer
Marlies Dorsch-Schweizer
Carl Schamel
Bundesinstitut für Berufsbildung
53142 Bonn
www.bibb.de

Mit Unterstützung der

Arbeitgeberorganisationen:

Die Verbände des forum kom:

AIW
Arbeitskreis Inhabergeführte Werbeagenturen

BDVT
Bund Deutscher Verkaufsförderer und Trainer

BVDW
Bundesverband Digitale Wirtschaft

DDV
Deutscher Direktmarketing Verband

DPRG
Deutsche Public Relations-Gesellschaft

FASPO
Fachverband für Sponsoring und
Sonderwerbformen

FFW
Fachverband Freier Werbetexter

FME
Forum Marketing-Eventagenturen

GPRA
Gesellschaft Public Relations Agenturen

GWA
Gesamtverband Kommunikationsagenturen
Kommunikationsverband
Berufsverband der Kommunikationswirtschaft

OMG
Organisation der Mediaagenturen im GWA,
werner.bitz@gwa.de

DIHK
Deutscher Industrie- und
Handelskammertag
Berlin
www.dihk.de

weitere Autoren:

Tanja Feller/BVDW

Christina Marx/RUGO Kommunikation
GmbH/GPRA

Martin Nitsche/Proximity Germany GmbH/
DDV

Ralf Neubauer/Axa Service AG/
Kommunikationsverband

Trina Roach-Raschke/creating tomorrow/
GWA

Tassilo Schwaller/GWA

Lutz E. Weidner/Bildungsinstitut der
Kommunikationswirtschaft e.V.

Arbeitnehmerorganisation:

ver.di
Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft
e.V.
Berlin
www.verdi.de

Bildquelle:

Pellens Kommunikationsdesign GmbH, Bonn

Alle Rechte vorbehalten,
Nachdruck – auch auszugsweise –
nicht gestattet.
© BW Bildung und Wissen
Verlag und Software GmbH
Nürnberg
1. Auflage 2006

ISBN-10: 3-8214-7191-3
ISBN-13: 978-3-8214-7191-4

Verlag:

**BW Bildung und Wissen
Verlag und Software GmbH**
Südwestpark 82
90449 Nürnberg

Vertrieb:

BW Bildung und Wissen Verlag
und Software GmbH
Postfach 82 01 50
90252 Nürnberg
Tel.: 0911 9676-175
Fax: 0911 9676-189

Lektorat:

Sabine Schmidt

Koordination:

Alexander Ehresmann

Satz:

Hans-Jörg Jolli

Druck:

Gleichstellungshinweis:

Ist zur besseren Lesbarkeit im nachfolgenden Text nur auf die weibliche oder männliche Person Bezug genommen, so sind damit immer beide Geschlechter gemeint!

Kaufmann/Kauffrau für Marketingkommunikation

Erläuterungen und Praxishilfen
zur staatlich anerkannten
Ausbildungsordnung

Herausgeber:

Bundesinstitut
für Berufsbildung **BiBB**
Forschen
Beraten
Zukunft gestalten

Vorwort

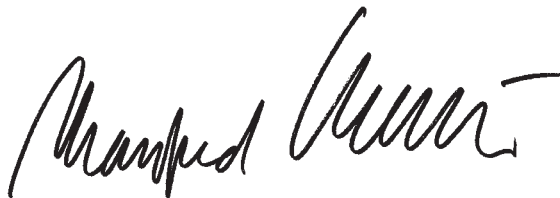
Bei der Entwicklung einer Ausbildungsordnung arbeiten Sachverständige aus der Berufsbildungspraxis und aus der Ausbildungsforschung eng zusammen. Welche Inhalte in den Ausbildungsrahmenplan aufgenommen oder nicht aufgenommen werden und wie der Ausbildungsverlauf sachlich und zeitlich gegliedert sein soll, wird nach eingehenden fachlichen Diskussionen entschieden.

Ausbilderinnen und Ausbilder sowie Berufsschullehrerinnen und Berufsschullehrer werden die neue Ausbildungsordnung „Kaufmann/Kauffrau für Marketingkommunikation“ in die Praxis umsetzen. Informationen zu den Überlegungen, die Erfahrungen aus der Innovation beruflicher Praxis und die Fakten, die für die Entscheidungen der „Ausbildungsordnungsmacher“ wesentlich waren, können dabei eine wichtige Hilfe sein.

Deshalb haben sich die Beteiligten dafür entschieden, gemeinsam Erläuterungen und Praxishilfen zur neuen Ausbildungsordnung „Kaufmann/Kauffrau für Marketingkommunikation“ zu erarbeiten. In diesen Erläuterungen werden die Ergebnisse der Neuordnung und die damit verbundenen Absichten und Ziele dargestellt und kommentiert. Darüber hinaus werden Handlungshilfen angeboten. Dabei handelt es sich nicht um „Vorschriften“, sondern um frei verwendbare Handreichungen für die Ausbildungs- und Unterrichtspraxis in Betrieben und Berufsschulen.

Wie bei den Ausbildungsordnungen ist die Praxisnähe auch bei den Erläuterungen das wichtigste Entwicklungsprinzip. Deshalb entstehen sie nicht am „grünen Tisch“, sondern in enger Zusammenarbeit zwischen den Experten und Expertinnen des Bundesinstituts für Berufsbildung und den Sachverständigen aus der Praxis der Betriebe und Berufsschulen, die am Neuordnungsverfahren beteiligt waren.

Ich wünsche mir, dass diese Praxishilfe von möglichst vielen betrieblichen Ausbilderinnen und Ausbildern, Auszubildenden, Berufsschullehrerinnen und Berufsschullehrern und sowie Prüferinnen und Prüfern genutzt wird und so zu einer guten Qualität der Berufsausbildung „Kaufmann/Kauffrau für Marketingkommunikation“ beiträgt.



Manfred Kremer
Präsident
Bundesinstitut für Berufsbildung

Geleitwort

Seit mehr als einem Vierteljahrhundert vollzieht sich der Wandel des Wettbewerbs von Produkten, Dienstleistungen und Ideen hin zum Kommunikationswettbewerb. Zeitgleich steigen die Anforderungen der Unternehmen (und gleichermaßen auch der nicht-wirtschaftlichen Organisationen) an die ganzheitliche Planung, Realisierung und Steuerung der kommunikativen Aufgaben und Prozesse.

In den Betrieben und den sie beratenden Agenturen ist der konzertierte (und damit aufeinander abgestimmte und zwingend effiziente) Einsatz von Instrumenten der „Marketingkommunikation“ längst Realität. Sie findet sich in Abteilungsaufgaben und -bezeichnungen ebenso wieder wie in den Firmierungen der beratenden Agenturen. Und sie ist auch Gegenstand der Weiterbildung an den Akademien der Branche sowie von Forschung und Lehre in den Fächern Betriebswirtschaftslehre, Kommunikationswirtschaft usw. Dieser Aufgabenstellung und Entwicklung entsprach das seit mehr als 50 Jahren bestehende und letztmalig 1989 überarbeitete Berufsbild der Werbekaufleute nicht mehr.

Ziele der Neuordnung:

Mit der Neuordnung der betrieblichen und schulischen Ausbildung wird entsprechend den Veränderungen im relevanten Arbeitsmarkt von den beteiligten Berufs- und Unternehmensverbänden, die sich im Forum Kom zusammengefunden haben ein Bündel von Zielen verfolgt.

- Im neuen Berufsbild geht es nicht mehr allein um Werbung; vielmehr deckt das neue Berufsbild den gesamten Bereich der „Kommunikation im Auftrag“ ab: von der innerbetrieblichen Information und Pressearbeit über die Produktwerbung, das Dialogmarketing bis hin zur Verkaufsförderung. Aber auch die speziellen Kommunikationsinstrumente wie Sponsoring oder Events, Multimedia oder Messen gehören zu den fachlichen Inhalten dieses kaufmännischen Berufes - vor allem aber die koordinierte Planung, der entsprechend abgestimmte Einsatz und die Kontrolle des gesamten Kommunikationsinstrumentariums (und nicht nur allein der Werbung – wie nach dem bisherigen Berufsbild „Werbekaufmann/-frau“.)
- Aus dem Katalog der zu vermittelnden Fähigkeiten wurden daher Funktionen herausgenommen, die in den Fachabteilungen der Unternehmen ohnehin nicht vorkamen und auch für die Agenturen inzwischen häufig von externen Dienstleistern erledigt werden, wie z. B. das Buchen von Geschäftsvorfällen.
- Mit dem neuen Berufsbild erhalten die Auszubildenden ihre praktische wie auch die schulische Unterweisung nach einem zukunftsorientierten Berufsbild - und das nicht mehr eingegrenzt auf die Werbung, sondern im Gesamtbereich der Marketingkommunikation.
- Diese moderne Ausrichtung entspricht den veränderten Anforderungen der Unternehmen und berücksichtigt auch die Entwicklungen der Branche, für die der integrierte Einsatz der Kommunikationsinstrumente – bei aller Differenzierung nach Arbeitsschwerpunkten – ein Muss für effizientes Arbeiten und die erfolgversprechende Investition in die Märkte ist.
- Das neue Berufsbild ist von seiner Struktur her offen für weitere Entwicklungen, wie sie für die Kommunikationswirtschaft absehbar sind.
- Mit dem Berufsbild der Kaufleute für Marketingkommunikation verbindet die Branche die Erwartung, dass künftig zusätzlich auch in Betrieben Ausbildungsplätze geschaffen werden, in denen bislang keine „Werbekaufleute“ ausgebildet wurden.
- Das neue Berufsbild verbessert die beruflichen Chancen der so ausgebildeten jungen Menschen durch eine erweiterte Einsetzbarkeit (Stichwort: berufliche Flexibilität), die weit über den bisher ausschließlich auf „Werbung“ begrenzten Teilbereich der Marketingkommunikation hinaus geht.
- Für die Betriebe geht es aber auch um eine weitere Attraktivierung eines auch heute schon nachgefragten Berufsfeldes. Für die weitere Personalentwicklung dieser Unternehmen, die in Deutschland ein Marktvolumen von ca. 65 Milliarden Euro betreuen und verantworten, steht die Gewinnung der für diesen Beruf in besonderem Maße geeigneten Interessenten im Vordergrund. Mit der Neuordnung stellt sich die Branche auch rechtzeitig auf die zu erwartende Verringerung der Nachfrage nach Ausbildungsplätzen ein.

Für die Verbände des Forum Kom¹⁾

Lutz E. Weidner

Bildungsinstitut der Kommunikationswirtschaft e.V.

1) Aufzählung der Verbände s. unter „Informationen, 1. Ansprechpartner“ (link-Liste = Mitglieder des Forum Kom).

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
Geleitwort	6
Einführung	9
1. Chancen durch Ausbildung	11
2. Intentionen der Neuordnung	12
Ausbildungsordnung und Ausbildungsrahmenplan	13
1. Ausbildungsordnung	14
1.1 Erläuterungen zu den Paragraphen der Ausbildungsordnung	14
§ 1 Staatliche Anerkennung des Ausbildungsberufes	15
§ 2 Ausbildungsdauer	16
§ 3 Zielsetzung der Berufsausbildung	16
§ 4 Ausbildungsberufsbild	17
§ 5 Ausbildungsrahmenplan	18
§ 6 Ausbildungsplan	19
§ 7 Schriftlicher Ausbildungsnachweis	19
§ 8 Zwischenprüfung	20
§ 9 Abschlussprüfung	21
§ 10 Bestehende Berufsausbildungsverhältnisse	23
§ 11 Inkrafttreten, Außerkrafttreten	23
2. Ausbildungsrahmenplan	24
2.1 Sachliche Gliederung des Ausbildungsrahmenplans mit Erläuterungen zu den Lernzielen	25
2.2 Zeitliche Gliederung des Ausbildungsrahmenplans mit Erläuterungen	52
Rahmenlehrplan	57
1. Erläuterungen zum KMK ¹⁾ -Rahmenlehrplan	58
2. KMK-Rahmenlehrplan	60
Hinweise zur Planung und Durchführung der Ausbildung	77
1. Voraussetzungen für die betriebliche Ausbildung	78
1.1 Organisationsstrukturen der Ausbildung	78
1.2 Ausbildungsbetrieb	78
• Eignung des Betriebes	78
• Art und Einrichtung des Ausbildungsbetriebes	79
• Zahl der Auszubildenden eines Ausbildungsbetriebes	79
• Aufgaben des Ausbildungsbetriebes	79
• Ausbilder	79
1.3 Alternative Ausbildungsorganisation/Ausbilden im Verbund	80
1.4 Ausbildung im Ausland	80

1) Kultusministerkonferenz der Länder der Bundesrepublik Deutschland

2. Zuständige Stellen	81
3. Ausbildungspraxis	82
3.1 Checklisten zur Ausbildungsplanung	82
3.2 Ausbildungsvertrag	86
• Ausbildungsdauer	86
• Unzulässige Vereinbarungen	87
• Ausbildungsvergütung	87
• Eintragung in das Verzeichnis der Berufsausbildungsverhältnisse	87
• Ende der Ausbildung/Kündigung	87
• Probezeit	88
• Urlaub	88
3.3 Erstellen eines betrieblichen Ausbildungsplans	88
3.4 Betriebliche Anpassungsmöglichkeiten (Flexibilitätsklausel)	89
3.5 Abstimmung zwischen den Lernorten Ausbildungsbetrieb und Berufsschule	89
3.6 Berufliche Handlungskompetenz	90
4. Aktive Lernformen und Lernmethoden	91
4.1 Lernformen	91
4.2 Didaktische Überlegungen und Prinzipien	92
4.3 Lerntypen	92
4.4 Erklärung/Erläuterung ausgewählter Lernmethoden	93
• Das Lehrgespräch	93
• Die Leittextmethode	94
• Die Fallmethode	96
• Das Rollenspiel	97
• Die Projektmethode	98
5. Schriftlicher Ausbildungsnachweis (Berichtsheft)	100
6. Das Ausbildungsprofil in deutscher, englischer und französischer Sprache	101
7. EUROPASS	102

Hinweise zur Prüfung..... 105

1. Allgemeine Prüfungsanforderungen	106
2. Prüfungsgegenstand	106
3. Zwischenprüfung	107
4. Abschlussprüfung	108
5. Checkliste zur Prüfungsvorbereitung	113

Muster/Beispiele..... 115

1. Muster eines Ausbildungsvertrags mit Erläuterungen	116
2. Beispiel eines betrieblichen Ausbildungsplans	130

Informationen..... 135

1. Ansprechpartner	136
2. Weiterbildung	137
3. Literaturhinweise	139

Einführung

Einführung

Der neu geordnete Ausbildungsberuf „Kaufmann/Kauffrau für Marketingkommunikation“ wurde am 31. März 2006 erlassen und trat am 1. August 2006 in Kraft.
(Bundesgesetzblatt 2006 Teil I Nr. 17 vom 13. April 2006, S. 808 ff.)

Der Inhalt dieser Verordnung wurde unter Federführung des Bundesinstituts für Berufsbildung (BIBB) im Einvernehmen mit dem

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) und dem Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF), gemeinsam mit den Ländern und Vertretern der nachfolgend aufgeführten Spitzenorganisationen von Arbeitgebern und Arbeitnehmern erarbeitet:

Arbeitgeber:

BiK Bildungsinstitut der Kommunikationswirtschaft e.V.
Konrad-Adenauer-Straße 16
53604 Bad Honnef

Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände
Breite Straße 29
10178 Berlin

DDV Deutscher Direktmarketing Verband e.V.
Hasengartenstraße 14
65189 Wiesbaden

Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA
Friedensstraße 11
60311 Frankfurt am Main

Bundesverband Digitale Wirtschaft e.V.
Kaistraße 14
40221 Düsseldorf

GPRA Gesellschaft Public Relations Agenturen e.V.
Wöhlerstraße 3-5
60323 Frankfurt/M.

Kommunikationsverband
Pöseldorfer Weg 23
20148 Hamburg

Kuratorium der Deutschen Wirtschaft für Berufsbildung
Ollenhauerstraße 4
53113 Bonn

Deutscher Industrie- und Handelskammertag (DIHK)
Breitestraße 29
10178 Berlin

Bund:

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie
53107 Bonn

Bundesministerium für Bildung und Forschung
Heinemannstraße 2
53175 Bonn

Arbeitnehmer:

Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft (ver.di)
Paula-Thiede-Ufer 10
10179 Berlin

Deutscher Gewerkschaftsbund (DGB)
Bundesvorstand
- Abteilung Berufliche Bildung -
Henriette-Herz-Platz 2
10187 Berlin

Länder:

Sekretariat der Ständigen Konferenz der Kultusminister der Länder der Bundesrepublik Deutschland
Lennéstr. 6
53113 Bonn

1. Chancen durch Ausbildung

Warum sollte ein Betrieb überhaupt ausbilden?

Niemand würde sich als Gegner des Prinzips der Berufsausbildung bezeichnen und daher nicht ausbilden. Aber zugegeben, es macht natürlich Arbeit, kostet Energie und Zeit! Man kann Personal auch extern auf dem Markt akquirieren. Warum also selbst ausbilden, was ist der Nutzen?

Selber ausbilden lohnt sich, weil

- der Nachwuchs der Fachkräfte am besten durch eigene Ausbildung zu sichern ist (keine Ausfallzeiten durch Fachkräftemangel),
- ein homogener Ausbildungsstand zu erreichen ist,
- ein selbst Ausgebildeter im Betrieb flexibler einsetzbar ist,
- im Laufe der Ausbildung ein Wertschöpfungsprozess einsetzt,
- es eine flexible Personalplanung (Übernahme) ermöglicht,
- es die Mitarbeiterbindung erhöht,
- ein niedrigeres Lebensalter die Entgeltkosten reduziert,
- die Kosten für die Personalgewinnung entfallen (Fehlbesetzungsrisiko entfällt),
- Einarbeitungs- und Weiterbildungskosten geringer sind,
- es auch die Kompetenzen der Mitarbeiter fördert, wenn sie in der Ausbildung mitwirken,
- es zum sozialen Auftrag der Betriebe gehört,
- das Unternehmen ein höheres Ansehen in der Öffentlichkeit erwirbt (Imagevorteil),
- sich der Nachwuchs mit dem Unternehmen identifiziert (höhere Mitarbeiterbindung / weniger Fluktuation).

Fazit

Ausbildung ist eine ökonomisch sehr interessante Variante der Personalgewinnung.

Mittelfristig übersteigt der Ausbildungsnutzen die Ausbildungskosten.

Betriebe, die bislang insbesondere aus Kostengründen nicht ausbilden, es aber durchaus könnten, sollten bedenken, dass sie Kosten zu tragen haben, die bei Ausbildungsbetrieben nicht anfallen.

2. Intentionen der Neuordnung

Nur wenige Branchen sind so stark von den technologischen und wirtschaftlichen Veränderungen der vergangenen Jahre gekennzeichnet wie die Medienbranche. Insbesondere die zunehmende Digitalisierung und Vernetzung der Produktion seit Beginn der 1990er Jahre hatte zur Folge, dass bislang arbeitsteilig geleistete Produktionsstufen integriert wurden und weitere Produktionsfelder, wie z. B. elektronische Medien, erschlossen werden konnten. Die Medienunternehmen agieren heute einerseits als Nutzer und Gestalter der medialen Welt, andererseits mussten und müssen sie sich in ihren eigenen Unternehmens- und Arbeitsorganisationsstrukturen den technologischen Wandlungsprozessen stellen. Insbesondere das Internet beeinflusst ihre Produkte, ihre Märkte und die Distribution.

Bereits Ende der neunziger Jahre wurde insbesondere durch den umfassenden Einsatz neuester Informationstechnologien ein grundlegender Wandel der Qualifikationsanforderungen gerade für den kaufmännisch-administrativen Bereich prognostiziert. Generell entwickeln sich kaufmännische Aufgaben in allen Medienbranchen von der Produktorientierung zur Kundenorientierung, von verwaltenden zu planenden, von kostenerfassenden zu kostenanalysierenden Aufgaben. Damit erhöht sich zum einen die Bedeutung sozialer Kompetenzen für kaufmännische Mitarbeiter in der Medienbranche, zum anderen die Anforderungen an solche – erlernbaren – Qualifikationen wie Kundenorientierung, analytisches Denken oder organisatorische Fähigkeiten. Diese prognostizierten Qualifikationsveränderungen spiegeln sich aktuell in der Werbe- und Kommunikationsbranche wider und führten folgerichtig zu inhaltlichen Veränderungen in der Berufsausbildung.

Der Beruf Kaufmann/Kauffrau für Marketingkommunikation löst den bisherigen Beruf Werbekaufmann/Werbekauffrau ab und greift die wirtschaftlichen, organisatorischen und technischen Änderungen auf. Dies wurde notwendig, da sich auch „die Werkzeuge“ der Branche in den vergangenen Jahren grundlegend verändert haben. Neben den klassischen Werbemedien TV, Print, Außenwerbung, Radio, Kino usw. wurden neue Geschäftsfelder entwickelt, die von Agenturen, Agenturverbänden und der Branche unter dem Begriff der Kommunikation zusammengefasst werden. Zum Tätigkeitsfeld gehören heute vielfältige Aktionen der Verkaufsförderung, die Beteiligung an Messen und Ausstellungen, Sponsoring und Event, Dialogmarketing und Öffentlichkeitsarbeit (PR). Diese Erweiterung ermöglicht ein vielfältiges und integriertes Kommunikationsangebot, das von Kaufleuten für Marketingkommunikation entwickelt, gesteuert und kontrolliert wird. Ihre Tätigkeit ist insbesondere von einer ausgeprägten Projekt- und Prozessorientierung gekennzeichnet, denn viele Kaufleute begleiten eigenverantwortlich Projekte während der gesamten Wertschöpfungskette. Dazu benötigen sie fachliche Kompetenzen, die das gesamte Spektrum der verschiedenen Kommunikationsbereiche umfassen und insbesondere soziale und personale Kompetenzen, wie Kommunikations- und Teamfähigkeit. Kaufleute für Marketingkommunikation sind bei Agenturen, Beratungsunternehmen und Dienstleistern sowie in Marketing- und Kommunikationsabteilungen von Unternehmen, Non-Profit-Organisationen und öffentlichen Institutionen tätig. Da viele Unternehmen mittlerweile im internationalen Rahmen tätig sind, sind Fremdsprachenkenntnisse ebenfalls von besonderer Bedeutung.

Mit dem neuen Berufsbild werden neben Werbeagenturen neue Branchen und Branchensegmente der Werbe- und Kommunikationswirtschaft angesprochen. Auch benötigen Kunden in zunehmendem Maße die Fachkompetenz dieser Unternehmen: Vor allem die Autobranche, die Investitionsgüterindustrie sowie die Sektoren Pharmazeutische Produkte, Computertechnik, Mode und Handeln holen verstärkt Kommunikationsfachleute in ihre Unternehmen und bilden selbst in diesem Bereich aus. Diese Entwicklungen lassen erwarten, dass das Ausbildungsplatzangebot für den Beruf Kaufmann/Kauffrau für Marketingkommunikation durch die Neuordnung ausgebaut werden kann.

Ausbildungsordnung und Ausbildungs- rahmenplan

1. Ausbildungsordnung

1.1 Erläuterungen zu den Paragraphen der Ausbildungsordnung

Ausbildungsordnungen sind als Rechtsverordnungen allgemein verbindlich. Das heißt, sie regeln bundeseinheitlich den betrieblichen Teil der dualen Berufsausbildung.

Verordnungstext farblich unterlegt

Erläuterungen zur Verordnung

**Verordnung
über die Berufsausbildung zum Kaufmann für Marketingkommunikation/
zur Kauffrau für Marketingkommunikation
Vom 31. März 2006**

Auf Grund des § 4 Abs. 1 in Verbindung mit § 5 des Berufsbildungsgesetzes vom 23. März 2005 (BGBl. I S. 931) und mit § 1 des Zuständigkeitsanpassungsgesetzes vom 16. August 2002 (BGBl. I S. 3165) sowie dem Organisationserlass vom 22. November 2005 (BGBl. I S. 3197) verordnet das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie im Einvernehmen mit dem Bundesministerium für Bildung und Forschung:

Ausbildungsordnung

Die Eingangsformel der Ausbildungsordnung beschreibt, auf welcher Rechtsgrundlage die Verordnung erlassen wird.

Ausbildungsordnungen beruhen auf § 4 Abs. 1 des Berufsbildungsgesetzes. Sie werden vom zuständigen Fachministerium, in diesem Fall vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) im Einvernehmen mit dem Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) als Rechtsverordnung erlassen.

Ausbildungsordnungen sind als Rechtsverordnung allgemein verbindlich und regeln bundeseinheitlich den betrieblichen Teil der dualen Berufsausbildung in anerkannten Ausbildungsberufen.

Daher sind sie für die an der Berufsausbildung Beteiligten, insbesondere Auszubildende, Ausbilder, zuständige Stellen (hier die Industrie- und Handelskammern), Berufsschullehrer, Prüfer, Auszubildende sowie Berufsberater (von Arbeitsämtern oder privaten Vermittlungsagenturen) bindend.

Rahmenlehrplan

Der schulische Teil der dualen Berufsausbildung (Berufsschulunterricht) wird unter Zuständigkeit der Bundesländer durch den Rahmenlehrplan geregelt. Er stellt eine Empfehlung für die Bundesländer dar, wird entweder von ihnen unmittelbar übernommen oder in landesspezifische Lehrpläne umgesetzt.

Seit 1974 werden die Ausbildungsrahmenpläne der Ausbildungsordnungen mit den Rahmenlehrplänen der Ständigen Konferenz der Kultusminister der Länder in der Bundesrepublik Deutschland (KMK) im Hinblick auf die Ausbildungsinhalte und den Zeitpunkt ihrer Vermittlung in Betrieb und Berufsschule miteinander abgestimmt.

Der Rahmenlehrplan der KMK für den Ausbildungsberuf zum Kaufmann/zur Kauffrau für Marketingkommunikation ist mit der Ausbildungsordnung im Bundesanzeiger veröffentlicht (vgl. Bundesanzeiger Jg. 58, Nr. 123a vom 05. Juli 2006).

§ 1 Staatliche Anerkennung des Ausbildungsberufes

Der Ausbildungsberuf Kaufmann für Marketingkommunikation/Kauffrau für Marketingkommunikation wird staatlich anerkannt.

Staatliche Anerkennung

In diesem Paragraphen wird die Berufsausbildung zum/zur Kaufmann/-frau für Marketingkommunikation als Ausbildungsgang staatlich anerkannt.

Die staatliche Anerkennung bedeutet, dass die Berufsausbildung bundeseinheitlich geregelt ist und somit die Grundlage für eine geordnete und einheitliche Berufsausbildung darstellt.

Ausbildungsberufsbezeichnung

Die Ausbildungsberufsbezeichnung soll den Inhalt eines Ausbildungsganges treffend wiedergeben und eine möglichst kurze und allgemeinverständliche Aussage über die beruflichen Funktionen und Tätigkeiten treffen. Nur sie darf für diesen Ausbildungsgang verwendet werden.

Nach dem Ausschließlichkeitsgrundsatz (§ 4 Abs. 2 BBiG) darf zum/zur Kaufmann/-frau für Marketingkommunikation nur nach dieser Verordnung ausgebildet werden.

Die Bezeichnung des Ausbildungsberufs ist Gegenstand des Berufsausbildungsvertrags und ist im Zeugnis der Abschlussprüfung aufgeführt.

Verzeichnis der anerkannten Ausbildungsberufe

Der neu geordnete Ausbildungsberuf wird auch in das Verzeichnis der anerkannten Ausbildungsberufe aufgenommen, das jährlich vom BIBB im Rahmen seines gesetzlichen Auftrags herausgegeben wird.

(erhältlich: service@wbv.de)

Zuständige Stelle

Für den Beruf Kaufmann/-frau für Marketingkommunikation sind die Industrie- und Handelskammern die zuständigen Stellen. Sie überwachen die Ausbildung und nehmen die Prüfungen ab.

Fundstelle der Verordnung

Diese Ausbildungsordnung wurde im Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB) mit Sachverständigen der fachlich zuständigen Organisationen der Arbeitgeber und der Gewerkschaften erarbeitet und vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie im Einvernehmen mit dem Bundesministerium für Bildung und Forschung am 31. März 2006 erlassen. Die Verordnung wurde am 13. April 2006 im BGBl, Teil I, Nr. 17, S. 808 ff., verkündet.

§ 2 Ausbildungsdauer

Die Ausbildung dauert drei Jahre.

Die Ausbildungszeit ist so bemessen, dass den Auszubildenden die für eine qualifizierte Berufstätigkeit zum/zur Kaufmann/-frau für Marketingkommunikation erforderlichen Ausbildungsinhalte vermittelt werden können und die Gelegenheit zum Erwerb der erforderlichen Berufserfahrung gegeben ist.

Die Ausbildung endet mit dem Ablauf der Ausbildungszeit. Besteht der Auszubildende die Abschlussprüfung vor Ablauf der Ausbildungszeit, so endet das Ausbildungsverhältnis mit Bekanntgabe des Ergebnisses durch den Prüfungsausschuss. Bei Nichtbestehen der Abschlussprüfung verlängert sich auf Verlangen des Auszubildenden das Berufsausbildungsverhältnis bis zur nächstmöglichen Wiederholungsprüfung, höchstens jedoch um ein Jahr (§ 21 BBiG).

Der Auszubildende darf die Abschlussprüfung höchstens zweimal wiederholen. (§ 37 Abs.1 BBiG).

Eine Verkürzung oder Verlängerung der Ausbildungsdauer ist auf der Grundlage der §§ 7, 8, 45 BBiG aus folgenden Gründen möglich:

- **Verkürzung durch Anrechnung beruflicher Vorbildung auf die Ausbildungszeit, § 7 BBiG**
- **Verkürzung durch vorzeitiges Erreichen des Ausbildungsziels, § 8, Abs. 1 BBiG**
- **Verkürzung aufgrund vorzeitiger Zulassung zur Abschlussprüfung, § 45 Abs. 1 BBiG**
- **Verlängerung zur Erreichung des Ausbildungsziels, § 8 Abs. 2 BBiG**

Siehe Seite 86 f.: „Ausbildungsdauer“

§ 3 Zielsetzung der Berufsausbildung

Die in dieser Verordnung genannten Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten sollen so vermittelt werden, dass die Auszubildenden zur Ausübung einer qualifizierten beruflichen Tätigkeit im Sinne des § 1 Abs. 3 des Berufsbildungsgesetzes befähigt werden, die insbesondere selbstständiges Planen, Durchführen und Kontrollieren einschließt. Diese Befähigung ist auch in den Prüfungen nach den §§ 8 und 9 nachzuweisen.

In einer modernen Ausbildung sollen berufliche Tätigkeiten nicht nur auf Anweisung erlernt und ausgeübt werden, sondern der fertig Ausgebildete soll in seinem Verantwortungsbereich selbstständig seine Aufgaben durchführen können. Dazu gehören auch planerische und auswertende Tätigkeiten.
(vgl. auch § 1 Abs. 3 BBiG)

Daher soll in allen Phasen und Abschnitten der Ausbildung durch geeignete praxisbezogene Methoden sichergestellt werden, dass den Auszubildenden die für die Ausübung des Berufes notwendigen Qualifikationen nicht mehr rein auf die Abwicklung funktionsbezogener Teilaufgaben, sondern auf reale Geschäftsprozesse hin vermittelt werden.

§ 4 Ausbildungsberufsbild

Gegenstand der Berufsausbildung sind mindestens die folgenden Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten:

1. Der Ausbildungsbetrieb:
 - 1.1 Stellung, Rechtsform und Struktur,
 - 1.2 Gesamt- und einzelwirtschaftliche Funktion der Marketing- und Kommunikationswirtschaft,
 - 1.3 Berufsbildung, arbeits- und sozialrechtliche Grundlagen,
 - 1.4 Sicherheit und Gesundheitsschutz bei der Arbeit,
 - 1.5 Umweltschutz;
2. Arbeitsorganisation, Informations- und Kommunikationssysteme:
 - 2.1 Arbeitsorganisation,
 - 2.2 Projektorganisation,
 - 2.3 Qualitätssichernde Maßnahmen,
 - 2.4 Informations- und Kommunikationssysteme;
3. Kommunikation und Kooperation:
 - 3.1 Kommunikation,
 - 3.2 Teamarbeit und Kooperation,
 - 3.3 Kundenbeziehungen,
 - 3.4 Anwenden einer Fremdsprache bei Fachaufgaben;
4. Marketing- und Kommunikationsstrategien:
 - 4.1 Marktbeobachtung und -analyse,
 - 4.2 Zielgruppen,
 - 4.3 Markenführung,
 - 4.4 Budgetplanung;
5. Vorbereitung und Planung von Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen:
 - 5.1 Briefing,
 - 5.2 Konzeptionierung,
 - 5.3 Steuerung der kreativen Umsetzung,
 - 5.4 Feinplanung des Medieneinsatzes,
 - 5.5 Rechte und Lizenzen;
6. Durchführung und Kontrolle von Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen:
 - 6.1 Auswahl und Beauftragung von Dienstleistern,
 - 6.2 Organisation interner und externer Herstellungsprozesse,
 - 6.3 Medieneinsatz,
 - 6.4 Kontrolle und Abschluss der Maßnahme;
7. Kaufmännische Steuerung und Kontrolle:
 - 7.1 Rechnungs- und Finanzwesen,
 - 7.2 Controlling.

Das Ausbildungsberufsbild nennt nach Sachthemen geordnet die Inhaltsbereiche (**Berufsbildpositionen**) der Ausbildung. Es gibt damit die Ziele der Ausbildung zusammengefasst in übersichtlicher Form wieder.

Die zu jeder laufenden Nummer der Berufsbildpositionen gehörenden Ausbildungsinhalte (**Lernziele**) sind im Ausbildungsrahmenplan (vgl § 5) aufgeführt.

Die Breite und Tiefe der zu vermittelnden Inhalte ist in den entsprechenden Erläuterungen zum Ausbildungsrahmenplan beschrieben.

Die Berufsbildpositionen sind innerhalb eines zeitlichen Rahmens zu vermitteln.

In welchem Ausbildungsabschnitt und mit welcher Zeitdauer (in Monaten) die Lernziele vermittelt werden sollen, ist der zeitlichen Gliederung des Ausbildungsrahmenplans zu entnehmen.

Mit der Reihenfolge der Berufsbildpositionen ist keine inhaltliche und zeitliche Wertung verbunden.

Siehe Seite 18, 24: Ausbildungsrahmenplan

§ 5 Ausbildungsrahmenplan

Die Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten nach § 4 sollen nach den in den Anlagen 1 und 2 enthaltenen Anleitungen zur sachlichen und zeitlichen Gliederung der Berufsausbildung (Ausbildungsrahmenplan) vermittelt werden. Eine von dem Ausbildungsrahmenplan abweichende sachliche und zeitliche Gliederung des Ausbildungsinhaltes ist insbesondere zulässig, soweit betriebspraktische Besonderheiten die Abweichung erfordern.

Intention des Ausbildungsrahmenplans

Die im Ausbildungsberufsbild aufgeführten Sachthemen sind im Ausbildungsrahmenplan sachlich und zeitlich gegliedert (siehe Anlage zu § 5 der Verordnung).

Zusätzlich stellt der Ausbildungsrahmenplan eine Anleitung zur sachlichen und zeitlichen Gliederung des jeweils zu erstellenden (betrieblichen) Ausbildungsplans dar. (vgl. § 6 VO)

Sachliche Gliederung

Die sachliche Gliederung des Ausbildungsrahmenplans konkretisiert die einzelnen Berufsbildpositionen als Lernziele.

Diese geben das zu erreichende Endverhalten an, das die dazu notwendigen theoretischen Kenntnisse sowie die praktischen Fertigkeiten und Fähigkeiten mit umfasst. Diese zu erwerbenden Qualifikationen stellen den Mindeststandard an zu vermittelnde Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten dar. Der Betrieb darf daher über diesen Mindeststandard hinaus ausbilden.

Zeitliche Gliederung (Zeitrahen-Methode)

Die zeitliche Gliederung erfolgt in Form der Zeitrahenmethode. In den einzelnen Ausbildungsjahren werden Lernziele in Ausbildungsabschnitten verknüpft, die einen Zeitraum von mehreren Monaten umfassen. Innerhalb dieses Zeitvolumens sol-

len die zugeordneten Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten (Lernziele) schwerpunktmäßig vermittelt werden. Die angegebenen Zeitrahen stellen im Mittel auf das Ausbildungsjahr bezogene Bruttozeiten dar.

Die Zeitrahenmethode ermöglicht, insbesondere die individuelle Lernfähigkeit der Auszubildenden zu berücksichtigen, in dem z. B. andere Schwerpunkte gesetzt werden, wenn Ausbildungsziele in kürzeren Zeiten erreicht werden können.

Ausbildungsmethoden

Dem Auszubildenden ist die Wahl der Methode sowie der sachliche Weg freigestellt, um eine systematische Ausbildung sicherzustellen.

siehe Abschnitt: „Lernformen und Lernmethoden“, Seite 91

Abweichungen vom Ausbildungsrahmenplan

Abweichungen vom Ausbildungsrahmenplan sind bei erforderlichen betriebspraktischen Besonderheiten möglich, z. B. wenn die Ausbildung im Verbund mit anderen Betrieben durchgeführt wird oder Teile der Ausbildung in einer überbetrieblichen Ausbildungsstätte durchlaufen werden, ferner wenn weitere vertiefende oder zusätzliche Ausbildungsinhalte über die Mindestanforderungen hinaus vermittelt werden, und nicht zuletzt wenn Auszubildende das Ausbildungsziel in kürzerer Zeit erreichen können.

§ 6 Ausbildungsplan

Die Ausbildenden haben unter Zugrundelegung des Ausbildungsrahmenplans für die Auszubildenden einen Ausbildungsplan zu erstellen.

Zielsetzung des betrieblichen Ausbildungsplans

Berufliche Handlungsfähigkeit als Ziel der Berufsausbildung soll vornehmlich im Ausbildungsbetrieb durch die handlungsorientierte Vermittlung der im Ausbildungsrahmenplan aufgeführten Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten erzielt werden.

Vor diesem Hintergrund muss vom Ausbildungsbetrieb ein betrieblicher Ausbildungsplan erstellt werden (§ 14 BBiG). Er berücksich-

tigt - auf der Basis des Ausbildungsrahmenplans - die konkreten betrieblichen Bedingungen für die Ausbildung. Das heißt, dass Arbeitsaufgaben für die Berufsausbildung ausgewählt werden, die mit den im Ausbildungsrahmenplan aufgeführten Fertigkeiten, Kenntnissen und Fähigkeiten abgestimmt sind.

siehe Seite 88: „betrieblicher Ausbildungsplan“

§ 7 Schriftlicher Ausbildungsnachweis

Die Auszubildenden haben einen schriftlichen Ausbildungsnachweis zu führen. Ihnen ist Gelegenheit zu geben, den schriftlichen Ausbildungsnachweis während der Ausbildungszeit zu führen. Die Ausbildenden haben den schriftlichen Ausbildungsnachweis regelmäßig durchzusehen.

Stellenwert und Zielsetzung des Ausbildungsnachweises

Der Ausbildungsnachweis (Berichtsheft) ist ein wesentliches Instrument zur Information über den Stand des individuellen Ausbildungsgeschehens in Betrieb und Berufsschule. Besondere Bedeutung hat das Berichtsheft für die Prüfungsausschüsse zur Feststellung der betrieblichen Ausbildungsschwerpunkte und zur Durchführung des fallbezogenen Fachgespräches.

Es ist gemäß § 43 Abs.1 Nr. 2 BBiG Voraussetzung für die Zulassung zur Abschlussprüfung.

siehe Seite 100: „Schriftlicher Ausbildungsnachweis (Berichtsheft)“

§ 8 Zwischenprüfung

- (1) Zur Ermittlung des Ausbildungsstandes ist eine Zwischenprüfung durchzuführen. Sie soll in der Mitte des zweiten Ausbildungsjahres stattfinden.
- (2) Die Zwischenprüfung erstreckt sich auf die in den Anlagen 1 und 2 für das erste Ausbildungsjahr aufgeführten Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten sowie auf den im Berufsschulunterricht zu vermittelnden Lehrstoff, soweit er für die Berufsausbildung wesentlich ist.
- (3) Die Zwischenprüfung ist schriftlich anhand praxisbezogener Aufgaben oder Fälle in höchstens 120 Minuten in folgenden Gebieten durchzuführen:
 1. Arbeitsgestaltung und Informationsverarbeitung,
 2. Planung von Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen,
 3. Kaufmännische Geschäftsprozesse,
 4. Wirtschafts- und Sozialkunde.

Die Zwischenprüfung basiert auf § 48 Abs. 1 BBiG.

Termin der Zwischenprüfung

Der Termin wird von der jeweils zuständigen der IHK festgelegt und im Internet veröffentlicht. Der ausbildende Betrieb ist verpflichtet, die Auszubildenden zur Prüfung anzumelden und freizustellen. Die Anmeldung sollte so erfolgen, dass die Zwischenprüfung nach einem Jahr tatsächlicher Ausbildungszeit abgelegt wird.

Stellenwert der Zwischenprüfung

Gegenstand der Zwischenprüfung sind die im Ausbildungsrahmenplan und Rahmenlehrplan entsprechend der zeitlichen Gliederung für das erste Ausbildungsjahr aufgeführten Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten.

Durch die Zwischenprüfung soll der erreichte Ausbildungsstand ermittelt werden. Um dieses Ziel zu erreichen, muss der Prüfungsausschuss eine differenzierte Rückmeldung geben, damit die Auszubildenden, die Ausbilder und die Berufsschullehrer die Möglichkeit haben, Mängel in der Leistung der Auszubildenden zu erkennen sowie den Ausbildungsverlauf zu korrigieren und Ausbildungsinhalte zu ergänzen oder zu vertiefen.

Das Ergebnis der Zwischenprüfung hat **keine** rechtlichen Folgen für die Fortsetzung des Ausbildungsverhältnisses und geht auch nicht in das Ergebnis der Abschlussprüfung ein.

Jedoch ist die Teilnahme an der Zwischenprüfung Voraussetzung für die Zulassung zur Abschlussprüfung. (§ 43 Abs. 1 Nr. 2 BBiG) siehe Abschnitt: „Zwischenprüfung“, Seite 107

§ 9 Abschlussprüfung

(1) Die Abschlussprüfung erstreckt sich auf die in der Anlage 1 aufgeführten Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten sowie auf den im Berufsschulunterricht zu vermittelnden Lehrstoff, soweit er für die Berufsausbildung wesentlich ist.

(2) Die Abschlussprüfung besteht aus vier Prüfungsbereichen:

1. Entwicklung von Marketing- und Kommunikationskonzepten,
2. Umsetzung und Steuerung von Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen,
3. Wirtschafts- und Sozialkunde,
4. Fallbezogenes Fachgespräch.

Die Prüfung ist in den Prüfungsbereichen nach den Nummern 1 bis 3 schriftlich und im Prüfungsbereich Fallbezogenes Fachgespräch mündlich durchzuführen.

(3) Die Anforderungen in den Prüfungsbereichen sind:

1. im Prüfungsbereich Entwicklung von Marketing- und Kommunikationskonzepten:

In höchstens 150 Minuten soll der Prüfling praxisbezogene Aufgaben oder Fälle insbesondere aus den folgenden Gebieten:

- a) Marktanalyse und Zielgruppenbestimmung,
- b) Marketing- und Kommunikationsplanung,
- c) Maßnahmenkonzeption und Feinplanung des Medieneinsatzes,
- d) Budgetplanung und Kalkulation

bearbeiten und dabei zeigen, dass er Sachverhalte und Zusammenhänge analysieren sowie Marketing- und Kommunikationskonzepte ergebnis- und kundenorientiert entwickeln kann;

2. im Prüfungsbereich Umsetzung und Steuerung von Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen:

In höchstens 90 Minuten soll der Prüfling praxisbezogene Aufgaben oder Fälle insbesondere aus den folgenden Gebieten:

- a) Beauftragung von Dienstleistern,
- b) Herstellung und Medieneinsatz,
- c) Maßnahmencontrolling

bearbeiten und dabei zeigen, dass er Arbeitsabläufe organisieren und steuern, Ergebnisse kontrollieren und daraus kaufmännische Schlussfolgerungen ableiten kann. Ferner soll er zeigen, dass er rechtliche Vorschriften beachten und Aspekte der Wirtschaftlichkeit berücksichtigen kann;

3. im Prüfungsbereich Wirtschafts- und Sozialkunde:

In höchstens 60 Minuten soll der Prüfling praxisbezogene Aufgaben oder Fälle bearbeiten und dabei zeigen, dass er wirtschaftliche und gesellschaftliche Zusammenhänge der Berufs- und Arbeitswelt darstellen kann;

4. im Prüfungsbereich Fallbezogenes Fachgespräch:

Der Prüfling soll im Rahmen eines Fachgesprächs anhand einer von zwei ihm zur Wahl gestellten praxisbezogenen Aufgaben zeigen, dass er Aufgabenstellungen analysieren, Lösungsvorschläge erarbeiten und präsentieren sowie kundenorientiert kommunizieren kann. Bei der Aufgabenstellung ist der betriebliche Bereich, in dem der Auszubildende überwiegend ausgebildet wurde, zu berücksichtigen. Dem Prüfling ist nach Wahl der Aufgabe eine Vorbereitungszeit von höchstens 20 Minuten einzuräumen. Das Fachgespräch soll eine Dauer von 20 Minuten nicht überschreiten.

noch § 9

(4) Sind die Prüfungsleistungen in bis zu zwei schriftlichen Prüfungsbereichen mit „mangelhaft“ und in den übrigen schriftlichen Prüfungsbereichen mit mindestens „ausreichend“ bewertet worden, so ist auf Antrag des Prüflings oder nach Ermessen des Prüfungsausschusses in einem der mit „mangelhaft“ bewerteten Prüfungsbereiche die schriftliche Prüfung durch eine mündliche Prüfung von etwa 15 Minuten zu ergänzen, wenn diese für das Bestehen der Prüfung den Ausschlag geben kann. Der Prüfungsbereich ist vom Prüfling zu bestimmen. Bei der Ermittlung des Ergebnisses für diesen Prüfungsbereich sind die Ergebnisse der schriftlichen Arbeit und der mündlichen Ergänzungsprüfung im Verhältnis 2 : 1 zu gewichten.

(5) Bei der Ermittlung des Gesamtergebnisses haben die einzelnen Prüfungsbereiche folgendes Gewicht:

Entwicklung von Marketing- und Kommunikationskonzepten	30 Prozent,
Umsetzung und Steuerung von Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen	30 Prozent,
Wirtschafts- und Sozialkunde	10 Prozent,
Fallbezogenes Fachgespräch	30 Prozent.

Zum Bestehen der Abschlussprüfung müssen im Gesamtergebnis und in mindestens zwei der in Absatz 2 Nr. 1 bis 3 genannten Prüfungsbereiche sowie im Prüfungsbereich Fallbezogenes Fachgespräch mindestens ausreichende Prüfungsleistungen erbracht werden. Werden die Prüfungsleistungen in einem Prüfungsbereich mit „ungenügend“ bewertet, so ist die Prüfung nicht bestanden.

Für die Abschlussprüfung gelten die Vorschriften der §§ 37 ff. BBiG.

Struktur und Gegenstand der Abschlussprüfung

Gegenstand der Abschlussprüfung vor der IHK sind die während der gesamten Ausbildungszeit nach der Ausbildungsordnung zu vermittelnden Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten sowie der im Berufsschulunterricht vermittelte, für die Berufsausbildung wesentliche Lehrstoff. Die Ausbildungsordnung ist zugrunde zu legen. (§ 38 BBiG)

Die Abschlussprüfung besteht aus drei schriftlichen Prüfungsbereichen und einem mündlichen Prüfungsbereich, in denen der Prüfling nachweisen muss, dass er zu einer qualifizierten beruflichen Tätigkeit befähigt ist, die selbstständiges Planen, Durchführen und Kontrollieren einschließt.

Die Prüfungsbereiche:

- Entwicklung von Marketing- und Kommunikationskonzepten,
- Umsetzung und Steuerung von Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen,
- Wirtschafts- und Sozialkunde,
- Fallbezogenes Fachgespräch.

siehe Seite 108: „Abschlussprüfung“

Durchführung der Abschlussprüfung

Die Durchführung der Abschlussprüfung obliegt dem Prüfungsausschuss. Er legt die Prüfungstermine und die Art der Durchführung fest und beschließt grundsätzlich über die Prüfungsaufgaben.

§ 10 Bestehende Berufsausbildungsverhältnisse

Berufsausbildungsverhältnisse, die bei Inkrafttreten dieser Verordnung bestehen, können unter Anrechnung der bisher zurückgelegten Ausbildungszeit nach den Vorschriften dieser Verordnung fortgesetzt werden, wenn die Vertragsparteien dies vereinbaren.

Geregelt wird die Fortführung für bestehende Berufsausbildungsverhältnisse nach der alten Ausbildungsordnung, (Werbekaufmann/Werbekauffrau von 1989) sofern die Vertragsparteien sich nicht auf die Anwendung dieser Ausbildungsordnung einigen.

§ 11 Inkrafttreten, Außerkrafttreten

Diese Verordnung tritt am 1. August 2006 in Kraft. Gleichzeitig tritt die Verordnung über die Berufsausbildung zum Werbekaufmann/zur Werbekauffrau vom 28. November 1989 (BGBl. I S. 2095) außer Kraft.

Berlin, den 31. März 2006

Der Bundesminister
für Wirtschaft und Technologie

In Vertretung
Georg Wilhem Adamowitsch

Die Ausbildungsverordnung zum/zur Werbekaufmann/Werbekauffrau galt nur noch für Ausbildungsverhältnisse, die bei Inkrafttreten dieser Ausbildungsordnung am 01. August 2006 bestanden.

2. Ausbildungsrahmenplan

Hinweise zum Ausbildungsrahmenplan

Der Ausbildungsrahmenplan - Anleitung für die Ausbildung

Der Ausbildungsrahmenplan regelt die Ausbildung in den Betrieben, der Rahmenlehrplan den Unterricht in den Berufsschulen (siehe Seite 60 ff.). Beide Rahmenpläne zusammen sind Grundlage der Ausbildung.

Der Ausbildungsrahmenplan ist eine Anleitung zur sachlichen und zeitlichen Gliederung der betrieblichen Ausbildung. Er beschreibt zu den im Ausbildungsberufsbild aufgeführten Inhalten detailliert die Ausbildungsziele (zu vermittelnde Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten).

Die Ausbildungsinhalte im Ausbildungsrahmenplan beschreiben Mindestanforderungen. Die Ausbildungsbetriebe können hinsichtlich Vermittlungstiefe und Vermittlungsbreite des Ausbildungsinhaltes über die Mindestanforderungen hinaus ausbilden, wenn die individuellen Lernfortschritte des Auszubildenden es erlauben und die betriebs-spezifischen Gegebenheiten es zulassen oder gar erfordern.

Wie innerhalb einer Berufsbildposition die Zeiten für die Vermittlung und Vertiefung auf die einzelnen Lernziele verteilt werden, liegt im Ermessen des Ausbilders. Er sollte sich dabei vom Ausbildungsstand des Auszubildenden leiten lassen oder Schwerpunkte nach dem betrieblichen Erfordernis setzen.

Auf der Grundlage des Ausbildungsrahmenplans werden die **betrieblichen Ausbildungspläne** erarbeitet, welche die organisatorische und pädagogisch-didaktische Durchführung der Ausbildung betriebs-spezifisch regeln (siehe Beispiel im Abschnitt „Muster/Beispiele“, Seite 130 ff.).

Methodisches Vorgehen zum Erreichen des Ausbildungsziels

Im Ausbildungsrahmenplan sind die Ausbildungsziele beschrieben und mit Absicht nicht die Wege (Ausbildungsmethoden) genannt, die zu diesen Zielen führen. Damit ist dem Ausbilder die Wahl der Methoden freigestellt, mit denen er sein Ausbildungskonzept für den gesamten Ausbildungsgang zusammenstellen kann. Das heißt: für die einzelnen Ausbildungsabschnitte sind - bezogen auf die jeweilige Ausbildungssituation - die geeigneten Ausbildungsmethoden anzuwenden. Diese Offenheit in der Methodenfrage sollte der Ausbilder als eine Chance verstehen, die es ihm ermöglicht, bei unterschiedlichen Ausbildungssituationen methodisch flexibel vorzugehen.

In § 3 der Ausbildungsordnung wird aber ein wichtiger methodischer Akzent mit der Forderung gesetzt, die genannten Ausbildungsinhalte so zu vermitteln, „dass der Auszubildende zur Ausübung einer qualifizierten beruflichen Tätigkeit im Sinne des § 1 Abs. 2 des Berufsbildungsgesetzes befähigt wird, die insbesondere selbstständiges Planen, Durchführen und Kontrollieren einschließt“.

In der betrieblichen Ausbildungspraxis sollte daher das Ausbildungsziel „selbstständiges Handeln“ durchgehendes Prinzip der Ausbildung sein und systematisch vermittelt werden.

2.1 Sachliche Gliederung des Ausbildungsrahmenplans mit Erläuterungen zu den Lernzielen

Legende zur Erläuterung der sachlichen Gliederung des Ausbildungsrahmenplanes:

fett gedruckt	Positionen des Ausbildungsberufsbildes
leicht gedruckt und farbig unterlegt	zu vermittelnde Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten (Lernziele) in dem Ausbildungsberuf Kaufmann/Kauffrau für Marketingkommunikation
leicht gedruckt	Text der Erläuterungen zum Ausbildungsrahmenplan

Die Erläuterungen zu den zu vermittelnden Fertigkeiten, Kenntnissen und Fähigkeiten sind differenziert nach Inhalten und Hinweisen.

Exemplarische Inhalte enthalten Informationen und Beispiele zum Gegenstand der Vermittlung. Sie machen die Ausbildungsinhalte für die Praxis greifbarer.

Hinweise enthalten Anmerkungen zum Umfeld, Hintergrund oder zur Bedeutung einzelner Lernziele, geben methodische Anregungen, die Lernfeldzuordnung oder einfach Raum für Notizen.

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr und Zeitrahmen der zeitlichen Gliederung)</i>	Exemplarische Inhalte	Hinweise <i>(zusätzlich Lernfeldzuordnung nach Ausbildungsjahren der Berufsschule)</i>
1	Der Ausbildungsbetrieb (§ 4 Nr. 1)	<p>In dieser Pflichtqualifikation sind im Überblick Ausbildungsinhalte angesiedelt, die sich auf rechtliche, wirtschaftliche, ökologische, gesellschaftliche und branchenspezifische Aspekte der Kommunikationswirtschaft beziehen (Auftraggeber, Agenturen/sonstige Dienstleister, Medien).</p> <p>Durch die Aneignung dieser Inhalte soll der Einstieg in den Ausbildungsbetrieb begleitet werden, indem die Branche und die Teilfunktion des Ausbildungsunternehmens, deren innere Struktur und Ablauf, berufsbildungsbezogene Inhalte, arbeits- und sozialrechtliche Zusammenhänge, Umweltschutz und Arbeitssicherheit thematisiert werden.</p>	
1.1	Stellung, Rechtsform und Struktur (§ 4 Nr. 1.1) 1. Aj. ZR: 3 - 5 Monate; <i>gilt für alle Lernziele dieser Berufsbildposition</i>	<p>Inhalte: Darstellung der Unternehmensstruktur/ Vernetzung von Geschäftsprozessen Ziele, Strukturen und wirtschaftlich-gesellschaftlicher Kontext</p>	<p><i>Lernfeldzuordnung: Lernfeld (Lf) 1 im 1. Ausbildungsjahr (Aj); gilt für alle Lernziele dieser Berufsbildposition</i></p>
	a) Branchenstruktur der Marketing- und Kommunikationswirtschaft beschreiben, anzutreffende Betriebsformen, Branchensegmente und Tätigkeitsfelder darstellen	<ul style="list-style-type: none"> ■ Kommunikationswirtschaft als arbeitsteilig organisiertes System innerhalb des Marketing ■ Wirtschaftsbereiche und ihre kommunikativen Aufgaben (z. B. in Industrie, Dienstleistungsunternehmen) ■ Aufbau von Fachabteilungen (Industrie etc.) 	<p>Erläuterung durch Ausbilder/in: Kommunikative Aufgabenstellungen der Wirtschaft, Zusammenwirken der Marktpartner</p> <p>Organigramm, Entscheidungsbefugnisse und Verhalten</p>
	b) Ausbildungsbetrieb in die Branchenstruktur einordnen	<ul style="list-style-type: none"> ■ Agenturbranchen (PR, Werbung, Vkf, Dialog, Multimedia, Sponsoring, Event, Design, Media etc.) ■ Betriebsgrößen ■ Sonstige Dienstleister und Zulieferer ■ Wettbewerber/Mitbewerber im regionalen/nationalen Umfeld, Europäische Aspekte ■ Bestimmung und Einordnung des Ausbildungsbetriebes in das Gesamtwirtschaftssystem: <ul style="list-style-type: none"> - Branche - Betriebsgröße - Bedeutung für die Region 	<p>Erkundung der Branche und des Umfeldes nebst Spezialfachgebiet des Ausbildungsbetriebes</p>

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr und Zeitrahmen der zeitlichen Gliederung)</i>	Exemplarische Inhalte	Hinweise <i>(zusätzlich Lernfeldzuordnung nach Ausbildungsjahren der Berufsschule)</i>
	noch lfd. Nr. 1.1, b)	<ul style="list-style-type: none"> ■ Position des Ausbildungsbetriebes am Markt ■ Aktivitäten des Ausbildungsbetriebes im Umfeld, Wettbewerb/Mitbewerber ■ Kooperationen ■ Unternehmensphilosophie, Corporate Identity, Leitbild, Logo ■ Homepage ■ Außendarstellung ■ Internationale Aktivitäten 	
	c) Rechtsform des Ausbildungsbetriebes erläutern	<ul style="list-style-type: none"> ■ Gesamtbetrieb, Produktions- und Dienstleistungsangebot, Betriebsgrößen ■ Ausgewählte Rechtsformen, OHG, AG, KG, GmbH, Einzelunternehmen, Kapital- und Personengesellschaft, Holding, Konzern, Niederlassung 	<p>Erkundung der Mitbewerber und deren Tätigkeitsfelder</p> <p>Aktionsfelder des Unternehmens bzw. der Kunden</p> <p>Aufgabe: Unternehmensform erkunden und präsentieren</p>
	d) Aufbau, Struktur und Leitbild des Ausbildungsbetriebes erläutern	<ul style="list-style-type: none"> ■ Gliederung in Abteilungen/Bereiche, Organigramm, Leitbild, Mission, Selbstverständnis, Positionierung am Markt 	<p>Aufgabe: Organisation und Leitbild erkunden und präsentieren</p>
	e) Zusammenarbeit des Ausbildungsbetriebes mit Wirtschaftsorganisationen, Behörden, Verbänden, Gewerkschaften und Berufsvertretungen beschreiben	<ul style="list-style-type: none"> ■ Bedeutung und Funktion der Partner für Ausbildungsbetrieb und Beschäftigte ■ Fachorganisationen der Kommunikationswirtschaft (national, international) ■ örtliche IHK, Gewerkschaften, Behörden (Gewerbeaufsichtsamt, Finanzamt, Arbeitsagenturen, Kommunalverwaltung, Berufsgenossenschaft der Branche, Rolle und Bedeutung der Sozialpartner 	

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr und Zeitrahmen der zeitlichen Gliederung)</i>	Exemplarische Inhalte	Hinweise <i>(zusätzlich Lernfeldzuordnung nach Ausbildungsjahren der Berufsschule)</i>
1.2	<p>Gesamt- und einzelwirtschaftliche Funktion der Marketing- und Kommunikationswirtschaft (§ 4 Nr. 1.2)</p> <p>1. Aj. ZR: 3 - 5 Monate; gilt für alle Lernziele dieser Berufsbildposition</p>		
	a) Aufgabe und Bedeutung von Marketing und Kommunikation im Rahmen der Gesamtwirtschaft und der Gesellschaft darstellen	<ul style="list-style-type: none"> ■ Kommunikationsabteilungen, Agenturen und Medien als Teil der Wirtschaft 	<p>einfacher Wirtschaftskreislauf und Beiträge von Marketing und Kommunikation</p> <p><i>Lernfeld (Lf) 1 im 1. Ausbildungsjahr (Aj.) Lf 12 im 3. Aj.</i></p>
	b) Funktion und Bedeutung von Marketing und Kommunikation für Unternehmen, Verbände und Institutionen beschreiben	<ul style="list-style-type: none"> ■ Produktion, Distribution, Konsum, Wirtschaftssektoren (Industrie, Dienstleistungen, Handwerk, Handel, nicht-wirtschaftliche Organisationen) 	<p><i>Lf 1 im 1. Aj.</i></p>
	c) Zielsetzung, Aufgaben und Stellung des Ausbildungsbetriebes im gesamtwirtschaftlichen Zusammenhang beschreiben	<ul style="list-style-type: none"> ■ Zusammenarbeit von betrieblichen Fachabteilungen mit Agenturen und sonstigen Dienstleistern (vice versa) ■ Größen und Struktur dieser Leistungsbereiche ■ Arbeitsfeld und CI des Ausbildungsbetriebes 	<p><i>Lf 1 im 1. Aj. Lf 12 im 3. Aj.</i></p>
	d) Bereiche und Strukturen der Teilbranchen in der Marketing- und Kommunikationswirtschaft erläutern	<ul style="list-style-type: none"> ■ Funktionen von Abt./Agenturen für Werbung, PR, Dialog, Vkf. etc. ■ Medien (als Werbeträger, Pressefreiheit, Informationsträger, Meinungsvielfalt), Messen; Standort, Erfahrungsschwerpunkte (Aufgaben/Branchen) 	<p><i>Lf 1 im 1. Aj.</i></p>
	e) Arten von Marketingkommunikation unterscheiden, Bereiche voneinander abgrenzen und deren Beziehungen zueinander darstellen	<ul style="list-style-type: none"> ■ Struktur und Größenordnung der einzelnen Bereiche der Marketingkommunikation/Umsätze/Fachleute/Qualifikation (Gliederung: Fullservice, spezielle Leistungsbereiche) 	<p><i>Lf 4 im 1. Aj.</i></p>

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr und Zeitrahmen der zeitlichen Gliederung)</i>	Exemplarische Inhalte	Hinweise <i>(zusätzlich Lernfeldzuordnung nach Ausbildungsjahren der Berufsschule)</i>
	noch lfd. Nr. 1.2, e)	<ul style="list-style-type: none"> ■ Marktorientierte Steuerung von Unternehmen und sonstigen Organisationen/Institutionen ■ Funktionales Zusammenwirken von Marketingkommunikation (Werbung, PR, Vkf, Dialogmarketing, Design, etc.), Kooperationspartner des Betriebes feststellen 	
	f) Stellung des Ausbildungsbetriebes im Vergleich zu Mitbewerbern ermitteln	<ul style="list-style-type: none"> ■ Markterkundung (Ausbildungsbetrieb) 	Lf 1 im 1. Aj.
	g) Geschäftsfelder des Ausbildungsbetriebes darstellen	<ul style="list-style-type: none"> ■ Arbeits- und Leistungsschwerpunkte ■ Auslagerung/Outsourcing, Kooperation 	Lf 1 im 1. Aj.
1.3	Berufsbildung, arbeits- und sozialrechtliche Grundlagen (§ 4 Nr. 1.3) 1. Aj. ZR: 2 - 4 Monate; gilt für alle Lernziele dieser Berufsbildposition	Inhalte: Grundzüge von Berufsbildungs-, Arbeits- und Sozialrecht	Lf 1 im 1. Aj.; gilt für alle Lernziele dieser Berufsbildposition
	a) Rechte und Pflichten aus dem Ausbildungsvertrag darstellen und die Aufgaben der Beteiligten im dualen System beschreiben	<ul style="list-style-type: none"> ■ Regelungstatbestände in Ausbildungsordnung und Ausbildungsvertrag ■ Inhalt des Ausbildungsvertrages (Beginn und Dauer, tägliche Arbeitszeit, Probezeit, Vergütungs- und Urlaubsregelungen, Kündigungsbedingungen, Folgen bei Nichtbeachtung von Rechten und Pflichten ■ Vorteile der Ausbildung im dualen System ■ Lernorte: Betrieb und Berufsschule (Absprachen, Arbeitskreise, Abstimmung des Zeitpunktes der Vermittlung der Inhalte/Rahmenlehrplan für die Schulen) ■ Aufgabe von Ausbildungsbetrieb, Berufsschule und Kammer im Rahmen der Ausbildung 	Aufgabe für Auszubildende: inhaltliche und zeitliche Vorgaben des Ausbildungsrahmenplans ebenso wie die Inhalte des Rahmenlehrplans für das erste Ausbildungsjahr zusammenfassen, betrieblichen Ausbildungsplan analysieren, Abweichungen beider Pläne feststellen und begründen

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr und Zeitrahmen der zeitlichen Gliederung)</i>	Exemplarische Inhalte	Hinweise <i>(zusätzlich Lernfeldzuordnung nach Ausbildungsjahren der Berufsschule)</i>
	<p>noch lfd. Nr. 1.3</p> <p>b) betrieblichen Ausbildungsplan mit der Ausbildungsordnung vergleichen und unter Nutzung von Arbeits- und Lerntechniken zu seiner Umsetzung beitragen</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Ausbildungsrahmenplan (sachliche und zeitliche Gliederung) ■ Zuordnung der Lernziele des Ausbildungsrahmenplans zu den Inhalten des betrieblichen Ausbildungsplans unter Berücksichtigung betrieblicher Besonderheiten und der Flexibilitätsklausel ■ Rahmenlehrplan für die berufsschulische Ausbildung 	
	<p>c) lebensbegleitendes Lernen als Voraussetzung für berufliche und persönliche Entwicklung begründen; branchenbezogene Fortbildungsmöglichkeiten ermitteln</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Erwerb von Grund- und Fachqualifikationen für Persönlichkeits- und Berufsentwicklung ■ Berufliches Fortkommen und Aufstiegsmöglichkeiten im Unternehmen ■ Gründe für lebensbegleitendes Lernen: z. B. organisatorischer, technischer Wandel, europäische Integration, beruflicher Aufstieg/Karriere, Arbeitsplatzsicherung, persönliche Interessen ■ Umgang mit Veränderungen, positive Einstellung zum Lernen und zur Weiterbildung ■ Regelungen und Möglichkeiten für interne und externe Weiterbildung in Betrieb und Branche ■ Bildungseinrichtungen für die Kommunikationswirtschaft ■ Auslandsaufenthalte 	
	<p>d) Fachinformationen nutzen</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Persönliche Weiterbildung: Studium von Fachliteratur, Selbstlernmaterialien 	

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr und Zeitrahmen der zeitlichen Gliederung)</i>	Exemplarische Inhalte	Hinweise <i>(zusätzlich Lernfeldzuordnung nach Ausbildungsjahren der Berufsschule)</i>
	<p><i>noch lfd. Nr. 1.3</i></p> <p>e) wesentliche Inhalte eines Arbeitsvertrages erklären</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ unbefristeter, Zeitvertrag, freier Mitarbeitervertrag ■ Probezeit ■ Kündigungsfrist ■ Vergütung ■ Vollzeit, Teilzeit, geringfügig Beschäftigte, Aushilfen 	
	<p>f) arbeits-, sozial- und mitbestimmungsrechtliche Vorschriften sowie die für den Ausbildungsbetrieb geltenden tariflichen Regelungen beachten</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Grundsätze des Arbeitsrechts wesentliche Bestimmungen aus den relevanten Rechtsgebieten, wie: <ul style="list-style-type: none"> - BerufsbildungsG - JugendarbeitsschutzG - ArbeitsstättenVO, ArbeitszeitG - KündigungsschutzG - MutterschaftsschutzG - BetriebsverfassungsgR ■ Tarifverträge ■ Sozialversicherung, Lohnsteuer 	
1.4	<p>Sicherheit und Gesundheitsschutz bei der Arbeit (§ 4 Nr. 1.4)</p> <p><i>1. Aj. ZR: 2 - 4 Monate; gilt für alle Lernziele dieser Berufsbildposition</i></p>	<p>Inhalte: Standardposition zur Sicherheit und zum Gesundheitsschutz bei der Arbeit in allen Ausbildungsberufen</p>	
	<p>a) Gefährdungen von Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz feststellen und Maßnahmen zu ihrer Vermeidung ergreifen</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Arbeitsplatzbedingte Gefahren ■ betriebliche Einrichtungen zum Arbeitsschutz ■ Sicherheitsbeauftragte ■ Vorsorgeuntersuchungen (z. B. Augen/ Bildschirmarbeit, Sitzplatz), Suchtgefahren 	<p>mit den arbeitsschutzrechtlichen Vorschriften vertraut machen</p> <p><i>Lf 1 im 1. Aj. Lf 8 / 9 im 3. Aj.</i></p>

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr und Zeitrahmen der zeitlichen Gliederung)</i>	Exemplarische Inhalte	Hinweise <i>(zusätzlich Lernfeldzuordnung nach Ausbildungsjahren der Berufsschule)</i>
	noch lfd. Nr. 1.4		
	b) berufsbezogene Arbeitsschutz- und Unfallverhütungsvorschriften anwenden	<ul style="list-style-type: none"> ■ Grundlagen der Arbeitssicherheit im Betrieb (Überwachung durch Berufsgenossenschaft, Gewerbeaufsicht) 	Lf 1 im 1. Aj.
	c) Verhaltensweisen bei Unfällen beschreiben sowie erste Maßnahmen einleiten	<ul style="list-style-type: none"> ■ Erste Hilfe-Maßnahmen ■ Notrufe ■ Abfolge der Meldungen ■ Evakuierung ■ Dokumentation 	Lf 1 im 1. Aj.
	d) Vorschriften des vorbeugenden Brandschutzes anwenden; Verhaltensweisen bei Bränden beschreiben und Maßnahmen zur Brandbekämpfung ergreifen	<ul style="list-style-type: none"> ■ Brandschutzmaßnahmen ■ Verhaltensregeln ■ Brandschutzmittel 	Lf 1 im 1. Aj.
1.5	Umweltschutz (§ 4 Nr. 1.5) 1. Aj. ZR: 2 - 4 Monate; gilt für alle Lernziele dieser Berufsbildposition	Inhalte: Standardposition zum Umweltschutz in allen Ausbildungsberufen	
	Zur Vermeidung betriebsbedingter Umweltbelastungen im beruflichen Einwirkungsbereich beitragen, insbesondere	Umweltbewusstsein fördern und praktischen Umweltschutz vermitteln	
	a) mögliche Umweltbelastungen durch den Ausbildungsbetrieb und seinen Beitrag zum Umweltschutz an Beispielen erklären	<ul style="list-style-type: none"> ■ rationelle Energien- und Ressourcenverwendung ■ Emissionen und Immissionen ■ Wiederverwertung ■ Lärmschutz ■ Abfallvermeidung 	Lf 1 / 3 im 1. Aj. Lf 10 im 3. Aj.

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr und Zeitrahmen der zeitlichen Gliederung)</i>	Exemplarische Inhalte	Hinweise <i>(zusätzlich Lernfeldzuordnung nach Ausbildungsjahren der Berufsschule)</i>
	noch lfd. Nr. 1.5 b) für den Ausbildungsbetrieb geltende Regelungen des Umweltschutzes anwenden	z. B. <ul style="list-style-type: none"> ■ Verpackungsverordnung (VerpackV) ■ Kreislaufwirtschafts- und Abfallgesetz (KrW-/AbfG) ■ Elektrogerätegesetz ■ Gefahrstoffverordnung ■ Bundesimmissionsschutzgesetz (BImSchG) ■ FCKW-Holon-Verbotsverordnung/ Ozonschichtverordnung ■ EU-Recht etc. ■ Infektionsschutzgesetz (IfSG) ■ Strahlenschutzbestimmungen ■ Hygienevorschriften 	Lf 1 / 3 im 1. Aj. Lf 10 im 3. Aj.
	c) Möglichkeiten der wirtschaftlichen und umweltschonenden Energie- und Materialverwendung nutzen	<ul style="list-style-type: none"> ■ arbeitsplatzbedingte Beispiele rationalen Einsatzes von Material und Energie 	Lf 1 im 1. Aj. Lf 10 im 3. Aj.
	d) Abfälle vermeiden; Stoffe und Materialien einer umweltschonenden Entsorgung zuführen	<ul style="list-style-type: none"> ■ Möglichkeiten der Abfallvermeidung, -reduzierung und -verwertung in den Betriebsbereichen ■ Entsorgung und Trennung der Wertstoffe 	Lf 1 im 1. Aj. Lf 10 im 3. Aj.

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr und Zeitrahmen der zeitlichen Gliederung)</i>	Exemplarische Inhalte	Hinweise <i>(zusätzlich Lernfeldzuordnung nach Ausbildungsjahren der Berufsschule)</i>
2	Arbeitsorganisation, Informations- und Kommunikationssysteme (§ 4 Nr. 2)	Inhalte: Grundlegende Aspekte von Zusammenarbeit und Organisation der eigenen Arbeit. Umgang mit Informations- und Kommunikationssystemen	
2.1	Arbeitsorganisation (§ 4 Nr. 2.1)		
	a) Aufbau, Aufgaben und Zuständigkeiten der Funktionsbereiche des Ausbildungsbetriebes erläutern 1. Aj. ZR: 3 - 5 Monate	<ul style="list-style-type: none"> ■ Spezifisches Dienstleistungsangebot des Ausbildungsbetriebes ■ Stellenbeschreibungen, Stellenplan, Organigramm, Schnittstellen 	Lf 1 im 1. Aj.
	b) Arbeitsabläufe im eigenen Funktionsbereich und Schnittstellen zu anderen Funktionsbereichen berücksichtigen 1. Aj. ZR: 3 - 5 Monate	<ul style="list-style-type: none"> ■ Jobverfolgung ■ Leistungserfassung ■ Netzplan der Projektbearbeitung 	Lf 1 im 1. Aj.
	c) Arbeits- und Organisationsmittel sowie Informations- und Kommunikationsmittel einsetzen 1. Aj. ZR: 3 - 5 Monate	<ul style="list-style-type: none"> ■ EDV-gestützte Jobverfolgung ■ Dokumentation, Reports, Berichtswesen 	Lf 1 / 3 / 4 im 1. Aj. Lf 6 im 2. Aj.
	d) eigene Arbeit systematisch, qualitätsbewusst und unter Berücksichtigung organisatorischer, technischer und wirtschaftlicher Notwendigkeiten planen, durchführen und kontrollieren 2. Aj. ZR: 4 - 6 Monate	<ul style="list-style-type: none"> ■ Arbeitsplanung ■ zielorientiertes und wirtschaftliches Arbeiten ■ Zeit-, Selbst- und Stressmanagement-techniken ■ betriebliche Lösungswege ■ Umgang mit Störungen ■ Bedeutung von Zeitmanagement ■ verschiedene Zeitmanagement-Systeme 	Lf 3 im 1. Aj. Lf 6 im 2. Aj.

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr und Zeitrahmen der zeitlichen Gliederung)</i>	Exemplarische Inhalte	Hinweise <i>(zusätzlich Lernfeldzuordnung nach Ausbildungsjahren der Berufsschule)</i>
	<i>noch lfd. Nr. 2.1, d)</i>	<ul style="list-style-type: none"> ■ betriebliche Systeme zur Terminplanung und -verwaltung bedienen ■ Terminplanungssysteme 	
	e) Lern- und Arbeitstechniken einsetzen, Zusammenarbeit aktiv gestalten und Aufgaben teamorientiert bearbeiten 2. Aj. ZR: 4 - 6 Monate	<ul style="list-style-type: none"> ■ Arbeitsberichte vortragen ■ Feedback verarbeiten ■ Ressourcenplanung/Kapazitätsplanung 	Lf 1 im 1. Aj. Lf 6 / 8 im 2. Aj.
2.2	Projektorganisation (§ 4 Nr. 2.2)		
	a) Inhaltliche, organisatorische, zeitliche, personelle und finanzielle Aspekte bei der Projektarbeit berücksichtigen 2. Aj. ZR: 3 - 5 Monate	<ul style="list-style-type: none"> ■ Entscheidungsstruktur ■ Zuständigkeiten ■ Budgetvorgabe und -kontrolle 	Lf 6 / 8 im 2. Aj.
	b) Instrumente des Projektmanagements anwenden 3. Aj. ZR: 4 - 6 Monate	<ul style="list-style-type: none"> ■ Informationsstrukturen einrichten ■ Informationspflichten kommunizieren ■ Verantwortlichkeiten bekannt geben Projektabläufe und -ergebnisse dokumentieren ■ Zielerreichung kontrollieren 	Lf 6 / 8 im 2. Aj. Lf 9 im 3. Aj.
2.3	Qualitätssichernde Maßnahmen (§ 4 Nr. 2.3)		
	a) Qualitätssicherungsmaßnahmen im eigenen Arbeitsbereich anwenden 1. Aj. ZR: 3 - 5 Monate	<ul style="list-style-type: none"> ■ Ziele, Aufgaben und Instrumente des Qualitätsmanagements anhand betrieblicher Beispiele erläutern und anwenden ■ Möglichkeiten der Qualitätssicherung (z. B. ISO 9001 ff), Qualitätshandbuch/-manual, Arbeitsanweisungen 	Lf 3 im 1. Aj. Lf 8 im 2. Aj. Lf 9 / 10 im 3. Aj.

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr und Zeitrahmen der zeitlichen Gliederung)</i>	Exemplarische Inhalte	Hinweise <i>(zusätzlich Lernfeldzuordnung nach Ausbildungsjahren der Berufsschule)</i>
	<p>noch lfd. Nr. 2.3</p> <p>b) Service-, Kundendienst- und Gewährleistungen als Teil der Qualitätssicherung situationsgerecht anwenden</p> <p>2. Aj. ZR: 3 - 5 Monate</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Kundenspezifischer Qualitätsbegriff ■ QS-Handbuch 	<p>Lf 8 im 2. Aj. Lf 9 / 10 im 3. Aj.</p>
2.4	Informations- und Kommunikationssysteme (§ 4 Nr. 2.4)	Inhalt: Vermitteln von Kenntnissen und Techniken von aufgabenbezogenen Informationen, betriebsinternen IuK- Systemen	siehe Rahmenlehrplan, berufsbezogene Vorbemerkungen.
	<p>a) Informations- und Kommunikationssysteme aufgabenorientiert einsetzen</p> <p>1. Aj. ZR: 3 - 5 Monate</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ betriebl. EDV-System (Hardware, Softwareausstattung, Aufbau, Einsatz) ■ Vernetzung der Betriebsteile ■ Einführungskurse, IT-Coaching ■ Bedienung der Telefonanlage, Zugang und Nutzung ■ Tel.-Konferenzen, Videokonferenzen organisieren ■ Fax-Funktionen ■ Erstellung/Eingabe und Pflege von Stamm- und Leistungsdaten ■ Auswirkung von fehlerhaften Daten (Erfolgsrechnung, betriebliche Prozesse) ■ Maßnahmen zur Behebung von Störungen (Support- und Hotline) ■ Datenbanken auswerten ■ Auslastung, Deckungsbeitrag ■ Personalplanung, Lieferanten (Statistiken erstellen) 	

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr und Zeitrahmen der zeitlichen Gliederung)</i>	Exemplarische Inhalte	Hinweise <i>(zusätzlich Lernfeldzuordnung nach Ausbildungsjahren der Berufsschule)</i>
	noch lfd. Nr. 2.4, a)	<ul style="list-style-type: none"> ■ Auswertung von Kennziffern und Statistiken ■ Konsequenzen für Projektbetreuung/ Maßnahmen 	
	b) interne und externe Dienste und Netze nutzen 1. Aj. ZR: 3 - 5 Monate	<ul style="list-style-type: none"> ■ Recherche in Internet und Datenbanken ■ Branchen- und Datenarchive ■ Internetseiten von Geschäftspartnern und Lieferanten 	
	c) Leistungsmerkmale und Kompatibilität von Hardware- und Softwarekomponenten beachten 2. Aj. ZR: 4 - 6 Monate	<ul style="list-style-type: none"> ■ betriebliche Datenschutz- und Computerrichtlinien befolgen 	
	d) Maßnahmen des Datenschutzes, der Datensicherheit und der Datensicherung aufgabenorientiert anwenden 2. Aj. ZR: 4 - 6 Monate	<ul style="list-style-type: none"> ■ Grundlagen und Maßnahmen von Datensicherung, Datensicherheit, Datenschutz 	
3	Kommunikation und Kooperation (§ 4 Nr. 3)	Inhalt: Kommunikation im technischen und sozialen Sinne	
3.1	Kommunikation (§ 4 Nr. 3.1)		
	a) Kommunikationsregeln berücksichtigen und zielgruppen- und mediengerecht anwenden 1. Aj. ZR: 4 - 6 Monate	<ul style="list-style-type: none"> ■ Training 	Grafische Darstellung/CD <i>Lf 1 im 1. Aj.</i>
	b) Informationen zielgruppengerecht aufbereiten und bedarfsgerecht nutzen 1. Aj. ZR: 4 - 6 Monate	<ul style="list-style-type: none"> ■ Informations- und Datenreduktion, Visualisierung 	<i>Lf 1 im 1. Aj.</i>

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr und Zeitrahmen der zeitlichen Gliederung)</i>	Exemplarische Inhalte	Hinweise <i>(zusätzlich Lernfeldzuordnung nach Ausbildungsjahren der Berufsschule)</i>
	noch lfd. Nr. 3.1		
	c) situationsgerecht kommunizieren 1. Aj. ZR: 4 - 6 Monate	<ul style="list-style-type: none"> ■ Rhetorik, Gesprächstechnik ■ Fragetechnik ■ Körpersprache ■ Menschenbild 	Lf 1 im 1. Aj.
	d) Moderationstechniken anwenden 3. Aj. ZR: 4 - 6 Monate	<ul style="list-style-type: none"> ■ Gesprächsführung: Schulung und Einsatz 	Lf 6 / 8 im 2. Aj.
	e) Arbeitsergebnisse situationsgerecht präsentieren und begründen 3. Aj. ZR: 4 - 6 Monate	<ul style="list-style-type: none"> ■ Aufgabe/Zielsetzung, Lösungsweg (ggf. Alternativen) ■ Begründung für die Richtigkeit 	Lf 6 / 8 im 2. Aj.
3.2	Teamarbeit und Kooperation (§ 4 Nr. 3.2)	Inhalte: Zusammenarbeit, innerbetriebliche Kommunikation und Kommunikation mit Partnern und Kunden, Kommunikationsstörungen, Lern- und Arbeitstechniken, Selbstlernen, Beschaffung und Auswerten von Fachinformationen	
	a) Rückmeldungen über Arbeitsergebnisse geben, mit Kritik konstruktiv umgehen 1. Aj. ZR: 4 - 6 Monate	<ul style="list-style-type: none"> ■ Berichts- und Informationssystem (QS) ■ Gespräche mit Vorgesetzten, Kollegen, Mitarbeitern 	Lf 3 im 1. Aj.
	b) Strategien zur Konfliktlösung nutzen 2. Aj. ZR: 3 - 5 Monate	<ul style="list-style-type: none"> ■ Prävention ■ Konfliktbereitschaft, Konfliktfähigkeit ■ Kommunikation und Entscheidung 	Lf 6 / 8 im 2. Aj.
	c) Aufgaben im Team planen und unter Beachtung individueller Fähigkeiten verteilen und bearbeiten 3. Aj. ZR: 4 - 6 Monate	<ul style="list-style-type: none"> ■ Teambildung, Teamentwicklung, Entscheidungsfindung im Team ■ Rollenverteilung ■ Motivierung von Teammitgliedern 	Lf 6 / 8 im 2. Aj.

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr und Zeitrahmen der zeitlichen Gliederung)</i>	Exemplarische Inhalte	Hinweise <i>(zusätzlich Lernfeldzuordnung nach Ausbildungsjahren der Berufsschule)</i>
	<i>noch lfd. Nr. 3.2, c)</i>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Kennen und Einsatz der spezifischen Fähigkeiten der Mitarbeiter/innen ■ Führungsstil, Leitung von Projektgruppen ■ Konfliktregelung im Interesse eines sachbezogenen Ergebnisses ■ faire Zusammenarbeit, Achtung der Partner 	
3.3	Kundenbeziehungen (§ 4 Nr. 3.3)	Inhalte: Rolle, Aufgaben und Verhalten des Personals, Kundenwünsche und -erwartungen, Kundenverhalten, sprachliche und nicht-sprachliche Kommunikationsmittel, Gesprächsführung, Fragen, Einwände, Kommunikationsstörungen, Konfliktlösung sowie alternative Angebote, Serviceleistungen, Kundenzufriedenheit, Kundenbindung	
	a) Wertschätzung, Respekt und Vertrauen als Grundlage kundenorientierten Verhaltens und erfolgreicher Zusammenarbeit berücksichtigen <i>1. Aj. ZR: 4 - 6 Monate</i>	<ul style="list-style-type: none"> ■ betriebliche Grundsätze der Zusammenarbeit ■ gesellschaftliche Werteordnung ■ Persönlichkeitsrechte ■ vertrauensvolle Zusammenarbeit 	<i>Lf 3 im 1. Aj.</i>
	b) Maßnahmen der Kundenbetreuung und -bindung umsetzen <i>2. Aj. ZR: 2 - 4 Monate</i>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Analyse der Kundenzufriedenheit ■ Rolle der Mitarbeiter zur Kundenbindung ■ Kundenbindungsinstrumente des Unternehmens bewerten, einsetzen. 	<i>Lf 7 / 8 im 2. Aj.</i>

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr und Zeitrahmen der zeitlichen Gliederung)</i>	Exemplarische Inhalte	Hinweise <i>(zusätzlich Lernfeldzuordnung nach Ausbildungsjahren der Berufsschule)</i>
	noch lfd. Nr. 3.3		
	c) Beschwerden entgegennehmen und betriebsübliche Maßnahmen umsetzen 3. Aj. ZR: 4 - 6 Monate	<ul style="list-style-type: none"> ■ interne Regelungen/Zuständigkeiten ■ Leistungsversprechen und Leistungsumfang ■ Nachbesserung ■ Kulanzregeln ■ Gewährleistung 	Lf 10 im 3. Aj.
	d) kulturelle Besonderheiten bei geschäftlichen Kontakten berücksichtigen 3. Aj. ZR: 4 - 6 Monate	<ul style="list-style-type: none"> ■ Unterschiede feststellen und danach arbeiten 	Lf 10 im 3. Aj.
3.4	Anwenden einer Fremdsprache bei Fachaufgaben (§ 4 Nr. 3.4)		siehe Rahmenlehrplan, berufsbezogene Vorbemerkungen.
	a) fremdsprachige Fachbegriffe anwenden 1. Aj. ZR: 3 - 5 Monate	<ul style="list-style-type: none"> ■ Fachtermini (Fachwörterbuch) 	
	b) im Ausbildungsbetrieb übliche fremdsprachige Informationen auswerten 2. Aj. ZR: 4 - 6 Monate	<ul style="list-style-type: none"> ■ Zugang, Umlauf, Auswertung, Nutzung 	
	c) Auskünfte erteilen und einholen, auch in einer Fremdsprache 3. Aj. ZR: 2 - 4 Monate	<ul style="list-style-type: none"> ■ Telefontraining, Schriftverkehr 	

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr und Zeitrahmen der zeitlichen Gliederung)</i>	Exemplarische Inhalte	Hinweise <i>(zusätzlich Lernfeldzuordnung nach Ausbildungsjahren der Berufsschule)</i>
4	Marketing- und Kommunikationsstrategien (§ 4 Nr. 4)		
4.1	Marktbeobachtung und -analyse (§ 4 Nr. 4.1)		
	a) Märkte beschreiben und eingrenzen 2. Aj. ZR: 4 - 6 Monate	<ul style="list-style-type: none"> ■ Markt definieren ■ Marktdaten recherchieren ■ Berichte auswerten 	<i>Lf 4 im 1. Aj. Lf 6 / 8 im 2. Aj. Lf 12 im 3. Aj.</i>
	b) Informationen über Mitbewerber und Marktentwicklungen beschaffen und auswerten 2. Aj. ZR: 4 - 6 Monate	<ul style="list-style-type: none"> ■ Wettbewerber-Analyse in Bezug auf <ul style="list-style-type: none"> - Produkte/Dienstleistungen - Positionierung - Preisgefüge - Distribution - Marketingmaßnahmen/Kommunikation 	<i>Lf 6 / 8 im 2. Aj.</i>
	c) Instrumente der Marktbeobachtung und der Marktanalyse auswählen 3. Aj. ZR: 2 - 4 Monate	<ul style="list-style-type: none"> ■ Marktforschung ■ Sekundärquellen ■ Deskresearch 	<i>Lf 4 im 1. Aj. Lf 6 / 8 im 2. Aj.</i>
	d) Absatzpotenziale ermitteln 3. Aj. ZR: 2 - 4 Monate	<ul style="list-style-type: none"> ■ Beurteilung der Marktentwicklung, Marktprognose 	<i>Lf 4 im 1. Aj. Lf 6 / 8 im 2. Aj. Lf 12 im 3. Aj.</i>
4.2	Zielgruppen (§ 4 Nr. 4.2)		<i>Lf 6 / 8 im 2. Aj.;</i> <i>gilt für alle Lernfelder dieser Berufsbildposition</i>
	a) Informationsquellen für die Erschließung von Zielgruppen und Märkten nutzen 2. Aj. ZR: 4 - 6 Monate	<ul style="list-style-type: none"> ■ aml. Statistik ■ Medien-Analyse ■ Typologie der Wünsche ■ Sinus-Milieus ■ Panels 	

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr und Zeitrahmen der zeitlichen Gliederung)</i>	Exemplarische Inhalte	Hinweise <i>(zusätzlich Lernfeldzuordnung nach Ausbildungsjahren der Berufsschule)</i>
	<p>noch lfd. Nr. 4.2</p> <p>b) Konsumentenverhalten erfassen und analysieren</p> <p>2. Aj. ZR: 4 - 6 Monate</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Identifikation nach Wissen, Einstellungen, Verhalten 	
	<p>c) Zielgruppen analysieren, definieren und segmentieren, dabei kulturelle und gesellschaftliche Verhaltensweisen, Werte und Normen berücksichtigen</p> <p>3. Aj. ZR: 2 - 4 Monate</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Basiszielgruppen des Unternehmens: <ul style="list-style-type: none"> - Kunden - Lieferanten - Mitarbeiter - Handel - Meinungsbildner ■ Zielgruppen der speziellen kommunikativen Maßnahme(n) <p>Beschreibung:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Soziodemografie - Psychografie, Konsum/Besitz 	
4.3	Markenführung (§ 4 Nr. 4.3)		
	<p>a) Merkmale einer Marke darstellen</p> <p>1. Aj. ZR: 4 - 6 Monate</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Nachfrager- oder anbieterorientierter Ansatz ■ objektbezogener Ansatz ■ Begriff, Zeichen, Symbol ■ Wertesystem ■ Markenpersönlichkeit, Image ■ Risikominimierer ■ Zusatznutzen, Gedächtnisstütze ■ Identitätssystem, Positionierung ■ Goodwill, Vision 	<p>Lf 4 im 1. Aj. Lf 6 / 8 im 2. Aj.</p>

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr und Zeitrahmen der zeitlichen Gliederung)</i>	Exemplarische Inhalte	Hinweise <i>(zusätzlich Lernfeldzuordnung nach Ausbildungsjahren der Berufsschule)</i>
	noch lfd. Nr. 4.3		
	b) Instrumente der Markenführung beschreiben 2. Aj. ZR: 4 - 6 Monate	<ul style="list-style-type: none"> ■ Markenmanagement ■ Branding ■ Kommunikation ■ Markendehnung, Markenanreicherung ■ Ingredient Branding ■ Handelsmarken ■ Markenkontrolle 	Lf 4 im 1. Aj. Lf 6 / 8 im 2. Aj.
	c) Markenwert aufzeigen 3. Aj. ZR: 2 - 4 Monate	<ul style="list-style-type: none"> ■ Verwendungszwecke von Markenwert ■ Ansätze der Markenbewertung 	Lf 6 / 8 im 2. Aj.
	d) Markenessenz feststellen 3. Aj. ZR: 2 - 4 Monate	<ul style="list-style-type: none"> ■ Markenanalyse: <ul style="list-style-type: none"> - Positionierung - Strategie - Markenwahrnehmung - Markenidentität 	Lf 6 / 8 im 2. Aj.
4.4	Budgetplanung [§ 4 Nr. 4.4] 3. Aj. ZR: 2 - 4 Monate; gilt für alle Lernfelder dieser Berufsbildposition		
	a) Budgetplanungsarten unterscheiden	<ul style="list-style-type: none"> ■ Verhältnismethode ■ Ziel-/Aufgabenmethode 	Lf 6 / 8 im 2. Aj.
	b) Eckwerte von Marketingplänen berücksichtigen	<ul style="list-style-type: none"> ■ Differenzierung nach der Art der einbezogenen Marketinginstrumente 	Lf 6 / 8 im 2. Aj.
	c) Budgets nach Zeit, Aktionen und Instrumenten des Marketingmix aufteilen	<ul style="list-style-type: none"> ■ Gesamtbudgets ■ Projektbudgets ■ Hilfsmittel/Checklisten 	Lf 6 / 8 im 2. Aj.

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr und Zeitrahmen der zeitlichen Gliederung)</i>	Exemplarische Inhalte	Hinweise <i>(zusätzlich Lernfeldzuordnung nach Ausbildungsjahren der Berufsschule)</i>
	noch lfd. Nr. 4.4		
	d) Kapazitäten planen und mit der Produkt-, Marketing- und Vertriebsplanung abgleichen	■ Personaleinsatz	Lf 6 / 8 im 2. Aj. Lf 10 im 3. Aj.
	e) Kommunikationsplanung, Produktplanung und Vertrieb aufeinander abstimmen	■ Synchronisierung der Produktions- und Absatzprozesse	Lf 6 / 8 im 2. Aj. Lf 10 im 3. Aj.
5	Vorbereitung und Planung von Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen (§ 4 Nr. 5)		
5.1	Briefing (§ 4 Nr. 5.1)		Lf 6 / 8 im 2. Aj.; gilt für alle Lernfelder dieser Berufsbildposition
	a) Briefingbestandteile recherchieren und verifizieren 1. Aj. ZR: 4 - 6 Monate	■ Produkt/Marke, Markt, Mitbewerber ■ Zielgruppen, Marketingziele, Kommunikationsziele ■ Methodenkonzept (Elemente des Kommunikationsmix)	
	b) Briefing anhand eines Musterbriefings formulieren 1. Aj. ZR: 4 - 6 Monate	■ betriebliches Muster	
	c) Briefing auf Vollständigkeit überprüfen 2. Aj. ZR: 3 - 5 Monate	■ Reflektion des Briefings, Fragenentwicklung, Diskussion, Klärung	
	d) Fragenkatalog für das Re-Briefing erstellen und bearbeiten 2. Aj. ZR: 3 - 5 Monate	■ s. o.	

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr und Zeitrahmen der zeitlichen Gliederung)</i>	Exemplarische Inhalte	Hinweise <i>(zusätzlich Lernfeldzuordnung nach Ausbildungsjahren der Berufsschule)</i>
5.2	Konzeptionierung (§ 4 Nr. 5.2)		
	a) an der Entwicklung von Strategien für Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen mitwirken 2. Aj. ZR: 3 - 5 Monate	<ul style="list-style-type: none"> ■ Ermittlung der IST-Positionierung ■ Kommunikationsanalyse ■ Zielgruppenanalyse ■ Bestimmung der SOLL-Positionierung ■ Konzipierung alternativer kommunikativer Differenzierungsstrategien 	Lf 6 / 17 / 8 im 2. Aj.
	b) Konzepte hinsichtlich der Aufgabenstellung und Ziele bewerten 3. Aj. ZR: 4 - 6 Monate	<ul style="list-style-type: none"> ■ Konzepttest veranlassen und auswerten 	Lf 5 / 6 / 17 / 8 im 2. Aj.
	c) Kommunikationsmix und Kommunikationsmittel bestimmen 3. Aj. ZR: 4 - 6 Monate	<ul style="list-style-type: none"> ■ Auswahl einer geeigneten Strategie ■ Mediaplanung durchführen 	Lf 6 / 17 / 8 im 2. Aj.
	d) Produktion und Ressourcen planen 3. Aj. ZR: 4 - 6 Monate	<ul style="list-style-type: none"> ■ Überprüfung der personellen und sachlichen Ressourcen ■ Planerstellung (personell, sachlich, zeitlich) 	Lf 6 / 8 im 2. Aj. Lf 10 im 3. Aj.
	e) Projektbudget kalkulieren und vorschlagen 3. Aj. ZR: 4 - 6 Monate	<ul style="list-style-type: none"> ■ Kalkulation erstellen anhand des Stundenbedarfs (Konzeption, Kreation, Media)/Vollkosten 	Lf 6 / 8 im 2. Aj. Lf 10 im 3. Aj.
5.3	Steuerung der kreativen Umsetzung (§ 4 Nr. 5.3)		
	a) kreative Umsetzungen mit Briefing abgleichen 2. Aj. ZR: 3 - 5 Monate	<ul style="list-style-type: none"> ■ Inhalt ■ Botschaft ■ Benefit ■ reason why 	Lf 6 / 8 im 2. Aj. Lf 9 im 3. Aj.

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr und Zeitrahmen der zeitlichen Gliederung)</i>	Exemplarische Inhalte	Hinweise <i>(zusätzlich Lernfeldzuordnung nach Ausbildungsjahren der Berufsschule)</i>
	<i>noch lfd. Nr. 5.3, a)</i>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Stil ■ Tonalität, formal nach Marken und Medien 	
	b) Vorgaben für die Kreation formulieren <i>3. Aj. ZR: 4 - 6 Monate</i>	<ul style="list-style-type: none"> ■ s. o. zu a) 	<i>Lf 6 / 8 im 2. Aj.</i>
	c) Kreativitätstechniken nutzen <i>3. Aj. ZR: 4 - 6 Monate</i>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Fragenkataloge/Checklisten ■ Morphologische Analyse ■ Brainstorming, Brainwriting, Synektik 	<i>Lf 6 / 8 im 2. Aj. Lf 9 im 3. Aj.</i>
5.4	Feinplanung des Medieneinsatzes (§ 4 Nr. 5.4) <i>3. Aj. ZR: 4 - 6 Monate; gilt für alle Lernfelder dieser Berufsbildposition</i>		<i>Lf 8 im 2. Aj. Lf 9 im 3. Aj. gilt für alle Lernfelder dieser Berufsbildposition</i>
	a) Mediaziele festlegen und Medienmix vorschlagen	<ul style="list-style-type: none"> ■ Kommunikative Zielsetzung des Medieneinsatzes ■ Inter- und Intramediaselektion ■ Zusammenführung in einer Entscheidungsgrundlage 	
	b) Einsatzplan entwickeln	<ul style="list-style-type: none"> ■ Konkretisierung des vorgeschlagenen Plans (Kosten, Frequenzen, Zeit) 	
	c) Optimierungsmöglichkeiten prüfen	<ul style="list-style-type: none"> ■ Korrektur: <ul style="list-style-type: none"> - Werbedruck - Platzierung - Zeit - Medienmix 	

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr und Zeitrahmen der zeitlichen Gliederung)</i>	Exemplarische Inhalte	Hinweise <i>(zusätzlich Lernfeldzuordnung nach Ausbildungsjahren der Berufsschule)</i>
5.5	Rechte und Lizenzen (§ 4 Nr. 5.5) 2. Aj. ZR: 3 - 5 Monate; gilt für alle Lernziele dieser Berufsbildposition		<i>Lf 5 im 2. Aj. gilt für alle Lernfelder dieser Berufsbildposition</i>
	a) berufsspezifische Rechtsquellen, Normen und Regeln erschließen und anwenden	<ul style="list-style-type: none"> ■ Grundsätze: Wahrheit, Klarheit ■ Quellen: <ul style="list-style-type: none"> - Vertragsmuster der Betriebes - Musterverträge - ICC-Verhaltensregeln - Selbstbeschränkungsregeln - Branchenregeln 	Bildrechte, GEMA-Gebühren etc., Einsatz von Software (lizenzfrei oder lizenziert)
	b) rechtliche Vorschriften, insbesondere zum Wettbewerbs-, Urheber-, Verwertungs-, Marken- und Persönlichkeitsrecht anwenden	<ul style="list-style-type: none"> ■ Überprüfung von Kampagnen, Maßnahmen, Aktionen (UWG, Presserecht, etc.) ■ Überprüfung mit der Sorgfalt des Kaufmanns/Grenzen der Prüfung/ anwaltliche Beratung ■ abgaberechtliche Bestimmungen des KSVG (Erfassung, Erklärung) 	
	c) bei der Vertragsgestaltung sowie an der Beschaffung von Rechten und Lizenzen mitwirken	<ul style="list-style-type: none"> ■ Projektvertrag ■ Agenturvertrag ■ Verträge mit Freelancern und sonstigen Dienstleistern und Lieferanten 	
	d) zur Sicherung von Rechten und zur Vermeidung von Missbrauch beitragen	<ul style="list-style-type: none"> ■ Information/Weitergabe von Nutzungs- und Verfügungsvorhalten ■ Überwachung ■ Lizenzvereinbarungen (Erwerb von Rechten) 	

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr und Zeitrahmen der zeitlichen Gliederung)</i>	Exemplarische Inhalte	Hinweise <i>(zusätzlich Lernfeldzuordnung nach Ausbildungsjahren der Berufsschule)</i>
6	Durchführung und Kontrolle von Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen (§ 4 Nr. 6)		
6.1	Auswahl und Beauftragung von Dienstleistern (§ 4 Nr. 6.1)		
	a) Bedingungen für Ausschreibungen und Wettbewerbspräsentationen feststellen <i>1. Aj. ZR: 4 - 6 Monate</i>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Produkt-/Branchenerfahrung ■ Leistungsfähigkeit ■ Originalität ■ Kreativität ■ Pitch ■ Honorierung 	<i>Lf 3 im 1. Aj.</i>
	b) Ausschreibung formulieren <i>2. Aj. ZR: 2 - 4 Monate</i>	<ul style="list-style-type: none"> ■ entsprechend den Marketingzielsetzungen ggf. unter Berücksichtigung von Ausschreibungsrichtlinien 	<i>Lf 6 / 8 im 2. Aj.</i>
	c) Konzeptionen, Angebote und Präsentationen bewerten und auswählen <i>2. Aj. ZR: 2 - 4 Monate</i>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Übereinstimmung mit Briefing und Konzeption ■ Originalität ■ Wirtschaftlichkeit ■ angestrebte Einsatzmöglichkeit/ Flexibilität 	<i>Lf 6 / 8 im 2. Aj.</i>
	d) Vereinbarung mit Dienstleistern formulieren <i>3. Aj. ZR: 3 - 5 Monate</i>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Standardvereinbarungen ggf. individualisieren und einsetzen ■ Auftragserteilung nach Genehmigung bzw. Freigabe vornehmen 	<i>Lf 10 im 3. Aj.</i>

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr und Zeitrahmen der zeitlichen Gliederung)</i>	Exemplarische Inhalte	Hinweise <i>(zusätzlich Lernfeldzuordnung nach Ausbildungsjahren der Berufsschule)</i>
6.2	Organisation interner und externer Herstellungsprozesse [§ 4 Nr. 6.2] 2. Aj. ZR: 2 - 4 Monate, gilt für alle Lernfelder dieser Berufsbildposition		
	a) Herstellungsprozesse und Aktivitäten planen	<ul style="list-style-type: none"> ■ Mittel der Projektplanung einsetzen (Netzplan) 	Lf 8 im 2. Aj. Lf 10 im 3. Aj.
	b) Herstellungsprozesse und Aktivitäten überwachen, insbesondere hinsichtlich Zeit, Kosten und Qualität	<ul style="list-style-type: none"> ■ Zugang zum Herstellungsprozess sichern ■ Kontrollen durchführen, ggf. Experten hinzuziehen 	Lf 8 im 2. Aj. Lf 10 im 3. Aj.
	c) Abnahme von Einzelleistungen durchführen	<ul style="list-style-type: none"> ■ Leistungen auf Mängel und Abweichungen prüfen, ggf. rügen ■ Ansprüche geltend machen bzw. das Werk abnehmen 	Lf 10 im 3. Aj.
6.3	Medieneinsatz [§ 4 Nr. 6.3]		Lf 9 im 3. Aj. gilt für alle Lernfelder dieser Berufsbildposition
	a) Medieneinsatz steuern und überprüfen 2. Aj. ZR: 2 - 4 Monate	<ul style="list-style-type: none"> ■ Versand ■ Veröffentlichung ■ Einsatz der Kommunikationsmittel 	
	b) Resonanz erfassen und dokumentieren 2. Aj. ZR: 2 - 4 Monate	<ul style="list-style-type: none"> ■ Recall, Veröffentlichung, Werbemittelsinsatz (ggf. aufbereiten) ■ Ergebnis dokumentieren und darstellen 	
	c) Medieneinsatz optimieren 3. Aj. ZR: 3 - 5 Monate	<ul style="list-style-type: none"> ■ Fehlerquellen beseitigen ■ Planung und Maßnahmen an veränderte Bedingungen anpassen 	

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr und Zeitrahmen der zeitlichen Gliederung)</i>	Exemplarische Inhalte	Hinweise <i>(zusätzlich Lernfeldzuordnung nach Ausbildungsjahren der Berufsschule)</i>
6.4	Kontrolle und Abschluss der Maßnahme (§ 4 Nr. 6.4)		
	a) Ergebnisse der Marketing- und Kommunikationsmaßnahme dokumentieren <i>2. Aj. ZR: 2 - 4 Monate</i>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Soll/Ist-Vergleich der Maßnahmen im vorgegebenen Zeitraum 	<i>Lf 11 im 3. Aj.</i>
	b) Budgetkontrolle durchführen, bei Abweichungen Nachkalkulation vornehmen <i>3. Aj. ZR: 3 - 5 Monate</i>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Zusammenführung der berechneten und abzurechnenden Kosten und Leistungen 	<i>Lf 6 / 8 im 2. Aj.</i>
	c) Rentabilität ermitteln <i>3. Aj. ZR: 3 - 5 Monate</i>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Kosten und Erlöse des Projektes ■ Gemeinkosten der Kostenstelle belasten ■ Deckungsbeitrag der Projekte/Etats 	<i>Lf 11 im 3. Aj.</i>
	d) Folgerungen für künftige Maßnahmen ableiten <i>3. Aj. ZR: 3 - 5 Monate</i>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Budget- bzw. Kostenanpassung ■ Maßnahmen der Erlössteigerung 	<i>Lf 11 im 3. Aj.</i>
7	Kaufmännische Steuerung und Kontrolle (§ 4 Nr. 7)		
7.1	Rechnungs- und Finanzwesen (§ 4 Nr. 7.1)		Korrekte Ablage und Erfassung aller Kosten (intern + extern) für die Projektarchivierung
	a) Rechnungswesen als Instrument kaufmännischer Steuerung und Kontrolle beschreiben <i>1. Aj. ZR: 2 - 4 Monate</i>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Kosten- und Leistungsrechnung als Informations- und Kontrollinstrument (Transparenz der Kostenstrukturen, Leistungskennzahlen, Kapitalverzinsung) ■ Notwendigkeit von Investitionen ■ Existenzsicherung 	<i>Lf 2 im 1. Aj.</i>

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr und Zeitrahmen der zeitlichen Gliederung)</i>	Exemplarische Inhalte	Hinweise <i>(zusätzlich Lernfeldzuordnung nach Ausbildungsjahren der Berufsschule)</i>
	<p><i>noch lfd. Nr. 7.1</i></p> <p>b) Organisation des Rechnungs- und Finanzwesens im Ausbildungsbetrieb darstellen</p> <p>1. Aj. ZR: 2 - 4 Monate</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ intern/extern, Zahlungs- und Kreditverkehr ■ Schnittstelle zum Controlling 	Lf 2 im 1. Aj.
	<p>c) Verfahren der Kosten- und Leistungsrechnung des Ausbildungsbetriebes anwenden</p> <p>2. Aj. ZR: 2 - 4 Monate</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Kostenstellen und -arten im Betrieb ■ Umlage von Gemeinkosten ■ Gewinn- und Verlustrechnung ■ Projektbezogene Durchführung/Anwendung 	Lf 2 im 1. Aj. Lf 11 im 3. Aj.
7.2	Controlling (§ 4 Nr. 7.2)		
	<p>a) betriebliche Controllingsysteme und -instrumente anwenden</p> <p>1. Aj. ZR: 2 - 4 Monate</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Kostenträger/Kostenstellenrechnung 	Lf 2 im 1. Aj. Lf 6 / 8 im 2. Aj. Lf 11 im 3. Aj.
	<p>b) betriebliche Leistungskennzahlen beschaffen und anwenden</p> <p>2. Aj. ZR: 2 - 4 Monate</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Kundenbezogen: <ul style="list-style-type: none"> - Anforderungen und Entwicklung des Etats - Personaleinsatz ■ Mitarbeiterbezogen: <ul style="list-style-type: none"> - Kreatives Team - Serviceabteilungen ■ Rohgewinn, Kalkulation ■ Deckungsbeitrag 	Lf 2 im 1. Aj. Lf 11 im 3. Aj.
	<p>c) Ergebnisse des Rechnungswesens für das Controlling nutzen</p> <p>3. Aj. ZR: 3 - 5 Monate</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Einflussnahme auf Prämissen, Prozesse, Ergebnisse (Stundensätze, Verrechnungskosten, Personalplanung, Fixkosten) 	Lf 11 im 3. Aj.
	<p>d) Wirtschaftlichkeit der vertraglichen Vereinbarungen prüfen</p> <p>3. Aj. ZR: 3 - 5 Monate</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Rückwärtskalkulation, ggf. Zusammenfassung verschiedener Projekte eines Auftraggebers 	Lf 11 im 3. Aj.

2.2 Zeitliche Gliederung des Ausbildungsrahmenplans mit Erläuterungen

Nach § 5 Abs. 1, Nr. 4 BBiG wird festgelegt, dass eine Anleitung zur sachlichen und zeitlichen Gliederung der Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten erforderlich ist.

Die zeitliche Gliederung stellt einen bildungspolitischen Eckwert dar, der im Antragsgespräch beim zuständigen Fachministerium vereinbart wird. Eine Methode für die zeitliche Gliederung des Ausbildungsrahmenplanes ist die Gliederung nach Ausbildungsjahren mit Zeiträumen (Zeiträhmenmethode), die auf einer Empfehlung des Hauptausschusses des BIBB vom 16. Mai 1990 (vgl. Bundesanzeiger Nr. 110 vom 19. Juni 1990) basiert. Sie wird bei kaufmännischen Ausbildungsberufen vorwiegend genutzt, so auch bei diesem Beruf, Kaufmann/Kauffrau für Marketingkommunikation.

Die Zeiträhmenmethode ist in erster Linie eine pädagogisch orientierte Umsetzungshilfe, die den Ausbildungsverantwortlichen in den Betrieben helfen soll, den gesetzlich erforderlichen betrieblichen Ausbildungsplan aufzustellen. Diese Methode der zeitlichen Gliederung bietet eine zeitliche Flexibilität, was insbesondere für die betrieblichen Umsetzung der Ausbildungsordnung von Bedeutung ist.

Sie wurde geschaffen, um den integrativen Vermittlungsansatz zu realisieren, d.h. unterschiedliche Inhalte aus ganzen Berufsbildteilpositionen und/oder Lernziele zu verbinden und gemeinsam zu vermitteln. Die einzelnen Ausbildungsblöcke sollen komplex sein und keine schmalen Qualifikationen enthalten.

Bei der Zeiträhmenmethode werden die Ausbildungsinhalte nach Ausbildungsjahren differenziert und in drei Ausbildungsblöcke pro Ausbildungsjahr gegliedert. Die Ausbildungsblöcke haben in der Regel einen Zeiträhmen von mindestens 1 bis maximal 6 Monate. Diese Mindest- und Höchstwerte pendeln um einen Wert von 9-15 Monaten. Die Zeitwerte pro Ausbildungsjahr müssen insgesamt 12 Monate betragen.

Innerhalb des angegebenen Zeiträhmens sollen die zugeordneten Qualifikationen schwerpunktmäßig „vermittelt“ werden. Sie können in anderer Kombination zu einem späteren Zeitpunkt erweitert und somit „fortgeführt“ werden.

Die vorgesehenen Zeitanteile des Zeiträhmens geben aber auch Auskunft über die Bedeutung der Inhalte.

Der formulierte Zeiträhmen bietet in den Betrieben vor Ort Gestaltungsspielraum, er sagt etwas aus über die Gewichtung, jedoch nicht über die zeitliche Reihenfolge der zu vermittelnden Ausbildungsinhalte. Die Reihenfolge der Vermittlung im Verlauf der Ausbildung kann – je nach betrieblichen Gegebenheiten – auch verändert werden. Nur im 1. Ausbildungsjahr muss der Betrieb berücksichtigen, dass die Inhalte des 1. Ausbildungsjahres in dieser Zeit vermittelt und nicht zeitlich nach hinten verschoben werden, weil sie für die Zwischenprüfung beherrscht werden müssen.

**Ausbildungsrahmenplan
für die Berufsausbildung zum Kaufmann für Marketingkommunikation/
zur Kauffrau für Marketingkommunikation
- zeitliche Gliederung -**

Erstes Ausbildungsjahr

(1) In einem Zeitraum von insgesamt drei bis fünf Monaten sind schwerpunktmäßig die Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten der Berufsbildpositionen

- 1.1 Stellung, Rechtsform und Struktur,
- 1.2 Gesamt- und einzelwirtschaftliche Funktion der Marketing- und Kommunikationswirtschaft,
- 2.1 Arbeitsorganisation, Lernziele a bis c,
- 2.3 Qualitätssichernde Maßnahmen, Lernziel a,
- 2.4 Informations- und Kommunikationssysteme, Lernziele a und b,
- 3.4 Anwenden einer Fremdsprache bei Fachaufgaben, Lernziel a,

zu vermitteln.

(2) In einem Zeitraum von vier bis sechs Monaten sind schwerpunktmäßig die Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten der Berufsbildpositionen

- 3.1 Kommunikation, Lernziele a bis c,
- 3.2 Teamarbeit und Kooperation, Lernziel a,
- 3.3 Kundenbeziehungen, Lernziel a,
- 4.3 Markenführung, Lernziel a,
- 5.1 Briefing, Lernziele a und b,
- 6.1 Auswahl und Beauftragung von Dienstleistern, Lernziel a,

zu vermitteln.

(3) In einem Zeitraum von zwei bis vier Monaten sind schwerpunktmäßig die Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten der Berufsbildpositionen

- 1.3 Berufsbildung, arbeits- und sozialrechtliche Grundlagen,
- 1.4 Sicherheit und Gesundheitsschutz bei der Arbeit,
- 1.5 Umweltschutz,
- 7.1 Rechnungs- und Finanzwesen, Lernziele a und b,
- 7.2 Controlling, Lernziel a,

zu vermitteln.

Zweites Ausbildungsjahr

(1) In einem Zeitraum von insgesamt vier bis sechs Monaten sind schwerpunktmäßig die Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten der Berufsbildpositionen

- 2.1 Arbeitsorganisation, Lernziele d und e,
- 2.4 Informations- und Kommunikationssysteme, Lernziele c und d,
- 3.4 Anwenden einer Fremdsprache bei Fachaufgaben, Lernziel b,
- 4.1 Marktbeobachtung und -analyse, Lernziele a und b,
- 4.2 Zielgruppen, Lernziele a und b,
- 4.3 Markenführung, Lernziel b,

zu vermitteln.

(2) In einem Zeitraum von insgesamt drei bis fünf Monaten sind schwerpunktmäßig die Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten der Berufsbildpositionen

- 2.2 Projektorganisation, Lernziel a,
- 2.3 Qualitätssichernde Maßnahmen, Lernziel b,
- 3.2 Teamarbeit und Kooperation, Lernziel b,
- 5.1 Briefing, Lernziele c und d,
- 5.2 Konzeptionierung, Lernziel a,
- 5.3 Steuerung der kreativen Umsetzung, Lernziel a,
- 5.5 Rechte und Lizenzen

zu vermitteln.

(3) In einem Zeitraum von insgesamt zwei bis vier Monaten sind schwerpunktmäßig die Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten der Berufsbildpositionen

- 3.3 Kundenbeziehungen, Lernziel b,
- 6.1 Auswahl und Beauftragung von Dienstleistern, Lernziele b und c,
- 6.2 Organisation interner und externer Herstellungsprozesse,
- 6.3 Medieneinsatz, Lernziele a und b,
- 6.4 Kontrolle und Abschluss einer Maßnahme, Lernziel a,
- 7.1 Rechnungs- und Finanzwesen, Lernziel c,
- 7.2 Controlling, Lernziel b,

zu vermitteln.

Drittes Ausbildungsjahr

(1) In einem Zeitraum von insgesamt zwei bis vier Monaten sind schwerpunktmäßig die Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten der Berufsbildpositionen

3.4 Anwenden einer Fremdsprache bei Fachaufgaben, Lernziel c,

4.1 Marktbeobachtung und -analyse, Lernziele c und d,

4.2 Zielgruppen, Lernziel c,

4.3 Markenführung, Lernziele c und d,

4.4 Budgetplanung

zu vermitteln.

(2) In einem Zeitraum von insgesamt vier bis sechs Monaten sind schwerpunktmäßig die Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten der Berufsbildpositionen

2.2 Projektorganisation, Lernziel b,

3.1 Kommunikation, Lernziele d und e,

3.2 Teamarbeit und Kooperation, Lernziel c,

3.3 Kundenbeziehungen, Lernziele c und d,

5.2 Konzeptionierung, Lernziele b bis e,

5.3 Steuerung der kreativen Umsetzung, Lernziele b und c,

5.4 Feinplanung des Medieneinsatzes

zu vermitteln.

(3) In einem Zeitraum von insgesamt drei bis fünf Monaten sind schwerpunktmäßig die Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten der Berufsbildpositionen

6.1 Auswahl und Beauftragung von Dienstleistern, Lernziel d,

6.3 Medieneinsatz, Lernziel c,

6.4 Kontrolle und Abschluss der Maßnahme, Lernziele b bis d,

7.2 Controlling, Lernziele c und d,

zu vermitteln.

Rahmenlehrplan

1. Erläuterungen zum KMK - Rahmenlehrplan

Lernfeldkonzept

Intentionen des 1996 von der Kultusministerkonferenz im Einvernehmen mit den für die Berufsausbildung zuständigen Bundesressorts verabschiedeten Strukturierungsmodells „Lernfeldkonzept“ waren zum einen die stärkere Verzahnung von Theorie und Praxis – wie von der Wirtschaft angemahnt – durch Schaffung von Praxisnähe auch in der theoretischen Ausbildung, zum anderen die Beförderung der in der Rahmenvereinbarung über die Berufsschule (Beschluss der KMK vom 15.03.1991) vorgegebenen Ziele, insbesondere die Vermittlung einer umfassenden Handlungskompetenz. Entsprechend stellt das Lernfeldkonzept die Entwicklung von Handlungskompetenz in den Mittelpunkt des Unterrichts und fördert die Vermittlung eines umfassenden Verständnisses betrieblicher Strukturen und Prozesse. Gleichzeitig ermöglicht es neben fachbezogenen Inhalten stärker sozialkommunikative, personale und methodische Aspekte in der schulischen Ausbildung zu berücksichtigen.

Gegenüber dem traditionellen fächerorientierten Unterricht stellt das Lernfeldkonzept die Umkehrung der Perspektive dar. Ausgangspunkt des lernfeldbezogenen Unterrichts ist nicht mehr die fachwissenschaftliche Theorie, zu deren Verständnis möglichst viele praktische Beispiele herangezogen wurden, sondern vielmehr die aus dem beruflichen Handlungsfeld abgeleitete und didaktisch aufbereitete berufliche Problemstellung, anhand derer theoretisches Wissen erarbeitet wird. Praxisnähe kann dabei auf unterschiedliche Weise geschaffen werden, auch durch gedanklichen Nachvollzug der beruflichen Aufgaben und Handlungsabläufe anderer. Fachwissenschaftliche Systematiken stehen nicht mehr im Mittelpunkt der Betrachtungen, fachwissenschaftliche Anteile werden aber nicht ignoriert. Im Gegenteil: Die Mehrdimensionalität, die Handlungen kennzeichnet (z. B. ökonomische, rechtliche, mathematische, kommunikative, soziale Aspekte), ermöglicht eine breitere Betrachtungsweise als die Perspektive einer einzelnen Fachdisziplin. So ist aus den Anforderungen der vorgegebenen Aufgabenstellungen abzuleiten, welche Theorie in welchem Zusammenhang zu vermitteln ist. Der Anwendungsbezug des Wissens ist somit unmittelbar gegeben.

Über den Perspektivwechsel und die damit verbundene Orientierung an beruflichen Handlungsfeldern hinaus ermöglicht das Lernfeldkonzept durch offenere und abstraktere Formulierungen eine bessere Anpassung an aktuelle und regionale Besonderheiten. Die vorgegebenen Inhalte stellen Mindestangaben dar, die Aktualisierungen und regionale Ausdeutungen ermöglichen und somit für die Aufnahme aktueller Erfahrungen und Entwicklungen in der beruflichen Realität offen sind, ohne jedoch die regionale betriebliche Praxis genau abzubilden. Vielmehr geht es im Lernfeld um die Spiegelung der beruflichen Praxis unter didaktischen Gesichtspunkten und unter Berücksichtigung des Bildungsauftrages der Partner in der dualen Berufsausbildung.

Lernfelder

Jedes Lernfeld eines KMK¹⁾ - Rahmenlehrplanes ist jeweils durch Titel, Zielformulierungen, Inhaltsangaben und Zeitrichtwerte beschrieben und eindeutig einem bestimmten Ausbildungsjahr zugeordnet. Den Kern des Lernfeldes bilden dabei jeweils die Zielformulierungen. Gemäß den Handreichungen für die Erarbeitung von Rahmenlehrplänen der Kultusministerkonferenz (KMK) für den berufsbezogenen Unterricht in der Berufsschule und ihre Abstimmung mit Ausbildungsordnungen des Bundes für anerkannte Ausbildungsberufe beschreiben sie die Qualifikationen und Kompetenzen am Ende des Lernprozesses, umfassen selbstständiges Planen, Durchführen und Beurteilen von Arbeitsaufgaben im Rahmen der Berufstätigkeit und richten sich damit auf die Entwicklung einer umfassenden Handlungskompetenz. Sie bringen den didaktischen Schwerpunkt des Lernfeldes zum Ausdruck und sind zu unterscheiden von den Lernzielen einzelner Unterrichtsstunden.

Die angegebenen Inhalte sind den Zielformulierungen zur Präzisierung oder Ergänzung zuzuordnen. Im Sinne des Lernfeldansatzes geht es nicht um die Angabe von Stoffkatalogen, sondern um die Eingrenzung der Stofffülle zugunsten der Vermittlung eines Überblickswissens als Voraussetzung für das Denken in Zusammenhängen. Auch vor diesem Hintergrund haben die genannten Inhalte den Charakter von Mindestanforderungen. Sie müssen im Unterricht erschlossen worden sein, um das Ausbildungsziel des Lernfeldes zu erreichen.

Die den Lernfeldern zugeordneten Zeitrichtwerte sind Annäherungen, die nur zu etwa drei Viertel mit Inhalten gefüllt sind. Auf diese Weise werden Freiräume geschaffen, um im Unterricht notwendige Lern- und Leistungskontrollen und die Behandlung aktueller Ereignisse oder regionaler Besonderheiten sowie die Durchführung von Exkursionen, Betriebsbesichtigungen u. dergl. zu ermöglichen. Gleichwohl geben auch sie Hinweise auf die Breite und Tiefe der zu behandelnden Thematik.

In ihrer Gesamtheit bilden die Lernfelder eines Rahmenlehrplans den Beitrag der Berufsschule zur Berufsqualifikation ab. Nach den Vorgaben der KMK sollen sie sich am Arbeitsprozess orientieren. Dazu ist eine intensive Abstimmung bei der Entwicklung der Ordnungsmittel zwischen den Sachverständigen des Bundes zur Erarbeitung der Ausbildungsordnung und den Sachverständigen der Länder zur Erarbeitung des Rahmenlehrplanes notwendig, und zwar bereits zu Beginn der Erarbeitungsphase. Dies ist nach dem Gemeinsamen Ergebnisprotokoll für das Verfahren bei der Abstimmung von Ausbildungsordnungen und Rahmenlehrplänen im Bereich der beruflichen Bildung von der Bundesregierung und den Kultusministern (-senatoren) der Länder vorgesehen worden und auch in der Neuordnung der Berufsausbildung zum/zur Kaufmann/Kauffrau für Marketingkommunikation.

Mit dem neuen Rahmenlehrplan macht die Kultusministerkonferenz deutlich, dass sie eine moderne praxisnahe Ausbildung in diesem Beruf durch ein zeitgemäßes Ordnungsmittel unterstützen möchte.

1) Kultusministerkonferenz der Länder

Es gilt jetzt, die in den Ordnungsmitteln vorhandenen Anker zur Entwicklung einer umfassenden Handlungskompetenz zu nutzen, um die Auszubildenden zu einem sachlich durchdachten und individuell wie sozial verantwortlichen Verhalten zu befähigen. Der duale Partner „Schule“ wird seinen Beitrag dazu leisten. Die genaue unterrichtliche Umsetzung der Lernfelder in Lernsituationen ist Aufgabe der Lehrerteams vor Ort und bedarf der Regelungen der Länder, die die Rahmenlehrpläne der KMK unmittelbar übernehmen oder - unter Beachtung der Mindestanforderungen - eigene Lehrpläne entwickeln. Dabei wird neben dem berufsbezogenen Teil auch der berufsübergreifende Unterricht festgelegt und die Stundentafel geregelt.

Mehr als im traditionellen fächerorientierten Unterricht ist aber beim Unterricht nach Lernfeldern wegen deren Offenheit **die Kooperation mit den Betrieben gefordert**. Gegenseitige Information, Absprache und Beratung, gemeinsame Fortbildungen für Lehrkräfte, Ausbilder und Prüfer, Betriebspraktika für Lehrer, Bereitstellung praxisüblicher Materialien und Arbeitsmittel u. dergl. können daher für alle Beteiligten eine Bereicherung sein. Dies gilt auch im Hinblick auf die Entwicklung und Durchführung ganzheitlicher, handlungsorientierter Prüfungen.

2. KMK - Rahmenlehrplan

Rahmenlehrplan für den Ausbildungsberuf Kaufmann für Marketingkommunikation/ Kauffrau für Marketingkommunikation

(Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 08. März 2006)

Teil I Vorbemerkungen

Dieser Rahmenlehrplan für den berufsbezogenen Unterricht der Berufsschule ist durch die Ständige Konferenz der Kultusminister und -senatoren der Länder (KMK) beschlossen worden.

Der Rahmenlehrplan ist mit der entsprechenden Ausbildungsordnung des Bundes (erlassen vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie oder dem sonst zuständigen Fachministerium im Einvernehmen mit dem Bundesministerium für Bildung und Forschung) abgestimmt.

Der Rahmenlehrplan baut grundsätzlich auf dem Hauptschulabschluss auf und beschreibt Mindestanforderungen.

Auf der Grundlage der Ausbildungsordnung und des Rahmenlehrplans, die Ziele und Inhalte der Berufsausbildung regeln, werden die Abschlussqualifikation in einem anerkannten Ausbildungsberuf sowie - in Verbindung mit Unterricht in weiteren Fächern - der Abschluss der Berufsschule vermittelt. Damit werden wesentliche Voraussetzungen für eine qualifizierte Beschäftigung sowie für den Eintritt in schulische und berufliche Fort- und Weiterbildungsgänge geschaffen.

Der Rahmenlehrplan enthält keine methodischen Festlegungen für den Unterricht. Bei der Unterrichtsgestaltung sollen jedoch Unterrichtsmethoden, mit denen Handlungskompetenz unmittelbar gefördert wird, besonders berücksichtigt werden. Selbstständiges und verantwortungsbewusstes Denken und Handeln als übergreifendes Ziel der Ausbildung muss Teil des didaktisch-methodischen Gesamtkonzepts sein.

Die Länder übernehmen den Rahmenlehrplan unmittelbar oder setzen ihn in eigene Lehrpläne um. Im zweiten Fall achten sie darauf, dass das im Rahmenlehrplan erzielte Ergebnis der fachlichen und zeitlichen Abstimmung mit der jeweiligen Ausbildungsordnung erhalten bleibt.

Teil II Bildungsauftrag der Berufsschule

Die Berufsschule und die Ausbildungsbetriebe erfüllen in der dualen Berufsausbildung einen gemeinsamen Bildungsauftrag.

Die Berufsschule ist dabei ein eigenständiger Lernort. Sie arbeitet als gleichberechtigter Partner mit den anderen an der Berufsausbildung Beteiligten zusammen. Sie hat die Aufgabe, den Schülern und Schülerinnen berufliche und allgemeine Lerninhalte unter besonderer Berücksichtigung der Anforderungen der Berufsausbildung zu vermitteln.

Die Berufsschule hat eine berufliche Grund- und Fachbildung zum Ziel und erweitert die vorher erworbene allgemeine Bildung. Damit will sie zur Erfüllung der Aufgaben im Beruf sowie zur Mitgestaltung der Arbeitswelt und Gesellschaft in sozialer und ökologischer Verantwortung befähigen. Sie richtet sich dabei nach den für die Berufsschule geltenden Regelungen der Schulgesetze der Länder. Insbesondere der berufsbezogene Unterricht orientiert sich außerdem an den für jeden staatlich anerkannten Ausbildungsberuf bundeseinheitlich erlassenen Ordnungsmitteln:

- Rahmenlehrplan der Ständigen Konferenz der Kultusminister und -senatoren der Länder (KMK)

- Verordnung über die Berufsausbildung (Ausbildungsordnung) des Bundes für die betriebliche Ausbildung.

Nach der Rahmenvereinbarung über die Berufsschule (Beschluss der KMK vom 15. März 1991) hat die Berufsschule zum Ziel,

- „eine Berufsfähigkeit zu vermitteln, die Fachkompetenz mit allgemeinen Fähigkeiten humaner und sozialer Art verbindet

- berufliche Flexibilität zur Bewältigung der sich wandelnden Anforderungen in Arbeitswelt und Gesellschaft auch im Hinblick auf das Zusammenwachsen Europas zu entwickeln

- die Bereitschaft zur beruflichen Fort- und Weiterbildung zu wecken

- die Fähigkeit und Bereitschaft zu fördern, bei der individuellen Lebensgestaltung und im öffentlichen Leben verantwortungsbewusst zu handeln.“

Zur Erreichung dieser Ziele muss die Berufsschule

- den Unterricht an einer für ihre Aufgabe spezifischen Pädagogik ausrichten, die Handlungsorientierung betont

- unter Berücksichtigung notwendiger beruflicher Spezialisierung berufs- und berufsfeldübergreifende Qualifikationen vermitteln

- ein differenziertes und flexibles Bildungsangebot gewährleisten, um unterschiedlichen Fähigkeiten und Begabungen sowie den jeweiligen Erfordernissen der Arbeitswelt und Gesellschaft gerecht zu werden

- Einblicke in unterschiedliche Formen von Beschäftigung einschließlich unternehmerischer Selbstständigkeit vermitteln, um eine selbstverantwortliche Berufs- und Lebensplanung zu unterstützen

- im Rahmen ihrer Möglichkeiten Behinderte und Benachteiligte umfassend stützen und fördern
- auf die mit Berufsausübung und privater Lebensführung verbundenen Umweltbedrohungen und Unfallgefahren hinweisen und Möglichkeiten zu ihrer Vermeidung bzw. Verminderung aufzeigen.

Die Berufsschule soll darüber hinaus im allgemeinen Unterricht, soweit es im Rahmen des berufsbezogenen Unterrichts möglich ist, auf Kernprobleme unserer Zeit wie zum Beispiel:

- Arbeit und Arbeitslosigkeit,
- friedliches Zusammenleben von Menschen, Völkern und Kulturen in einer Welt unter Wahrung kultureller Identität,
- Erhaltung der natürlichen Lebensgrundlage sowie
- Gewährleistung der Menschenrechte

eingehen.

Die aufgeführten Ziele sind auf die Entwicklung von **Handlungskompetenz** gerichtet. Diese wird hier verstanden als die Bereitschaft und Befähigung des Einzelnen, sich in beruflichen, gesellschaftlichen und privaten Situationen sachgerecht durchdacht sowie individuell und sozial verantwortlich zu verhalten. Handlungskompetenz entfaltet sich in den Dimensionen von Fachkompetenz, Humankompetenz und Sozialkompetenz.

Fachkompetenz bezeichnet die Bereitschaft und Befähigung, auf der Grundlage fachlichen Wissens und Könnens Aufgaben und Probleme zielorientiert, sachgerecht, methodengeleitet und selbstständig zu lösen und das Ergebnis zu beurteilen.

Humankompetenz bezeichnet die Bereitschaft und Befähigung, als individuelle Persönlichkeit die Entwicklungschancen, Anforderungen und Einschränkungen in Familie, Beruf und öffentlichem Leben zu klären, zu durchdenken und zu beurteilen, eigene Begabungen zu entfalten sowie Lebenspläne zu fassen und fortzuentwickeln. Sie umfasst Eigenschaften wie Selbstständigkeit, Kritikfähigkeit, Selbstvertrauen, Zuverlässigkeit, Verantwortungs- und Pflichtbewusstsein. Zu ihr gehören insbesondere auch die Entwicklung durchdachter Wertvorstellungen und die selbstbestimmte Bindung an Werte.

Sozialkompetenz bezeichnet die Bereitschaft und Befähigung, soziale Beziehungen zu leben und zu gestalten, Zuwendungen und Spannungen zu erfassen und zu verstehen sowie sich mit Anderen rational und verantwortungsbewusst auseinander zu setzen und zu verständigen.

Hierzu gehört insbesondere auch die Entwicklung sozialer Verantwortung und Solidarität.

Bestandteil sowohl von Fachkompetenz als auch von Humankompetenz als auch von Sozialkompetenz sind Methodenkompetenz, kommunikative Kompetenz und Lernkompetenz.

Methodenkompetenz bezeichnet die Bereitschaft und Befähigung zu zielgerichtetem, planmäßigem Vorgehen bei der Bearbeitung von Aufgaben und Problemen (zum Beispiel bei der Planung der Arbeitsschritte).

Kommunikative Kompetenz meint die Bereitschaft und Befähigung, kommunikative Situationen zu verstehen und zu gestalten. Hierzu gehört es, eigene Absichten und Bedürfnisse sowie die der Partner wahrzunehmen, zu verstehen und darzustellen.

Lernkompetenz ist die Bereitschaft und Befähigung, Informationen über Sachverhalte und Zusammenhänge selbstständig und gemeinsam mit Anderen zu verstehen, auszuwerten und in gedankliche Strukturen einzuordnen. Zur Lernkompetenz gehört insbesondere auch die Fähigkeit und Bereitschaft, im Beruf und über den Berufsbereich hinaus Lerntechniken und Lernstrategien zu entwickeln und diese für lebenslanges Lernen zu nutzen.

Teil III Didaktische Grundsätze

Die Zielsetzung der Berufsausbildung erfordert es, den Unterricht an einer auf die Aufgaben der Berufsschule zugeschnittenen Pädagogik auszurichten, die Handlungsorientierung betont und junge Menschen zu selbstständigem Planen, Durchführen und Beurteilen von Arbeitsaufgaben im Rahmen ihrer Berufstätigkeit befähigt.

Lernen in der Berufsschule vollzieht sich grundsätzlich in Beziehung auf konkretes, berufliches Handeln sowie in vielfältigen gedanklichen Operationen, auch gedanklichem Nachvollziehen von Handlungen Anderer. Dieses Lernen ist vor allem an die Reflexion der Vollzüge des Handelns (des Handlungsplans, des Ablaufs, der Ergebnisse) gebunden. Mit dieser gedanklichen Durchdringung beruflicher Arbeit werden die Voraussetzungen für das Lernen in und aus der Arbeit geschaffen. Dies bedeutet für den Rahmenlehrplan, dass das Ziel und die Auswahl der Inhalte berufsbezogen erfolgt.

Auf der Grundlage lerntheoretischer und didaktischer Erkenntnisse werden in einem pragmatischen Ansatz für die Gestaltung handlungsorientierten Unterrichts folgende Orientierungspunkte genannt:

- Didaktische Bezugspunkte sind Situationen, die für die Berufsausübung bedeutsam sind (Lernen für Handeln).
- Den Ausgangspunkt des Lernens bilden Handlungen, möglichst selbst ausgeführt oder aber gedanklich nachvollzogen (Lernen durch Handeln).
- Handlungen müssen von den Lernenden möglichst selbstständig geplant, durchgeführt, überprüft, gegebenenfalls korrigiert und schließlich bewertet werden.
- Handlungen sollten ein ganzheitliches Erfassen der beruflichen Wirklichkeit fördern, zum Beispiel technische, sicherheitstechnische, ökonomische, rechtliche, ökologische, soziale Aspekte einbeziehen.
- Handlungen müssen in die Erfahrungen der Lernenden integriert und in Bezug auf ihre gesellschaftlichen Auswirkungen reflektiert werden.

- Handlungen sollen auch soziale Prozesse, zum Beispiel der Interessenerklärung oder der Konfliktbewältigung, sowie unterschiedliche Perspektiven der Berufs- und Lebensplanung einbeziehen.

Handlungsorientierter Unterricht ist ein didaktisches Konzept, das fach- und handlungssystematische Strukturen miteinander verschränkt. Es lässt sich durch unterschiedliche Unterrichtsmethoden verwirklichen.

Das Unterrichtsangebot der Berufsschule richtet sich an Jugendliche und Erwachsene, die sich nach Vorbildung, kulturellem Hintergrund und Erfahrungen aus den Ausbildungsbetrieben unterscheiden. Die Berufsschule kann ihren Bildungsauftrag nur erfüllen, wenn sie diese Unterschiede beachtet und Schüler und Schülerinnen - auch benachteiligte oder besonders begabte - ihren individuellen Möglichkeiten entsprechend fördert.

Teil IV Berufsbezogene Vorbemerkungen

Der vorliegende Rahmenlehrplan für die Berufsausbildung zum Kaufmann für Marketingkommunikation/zur Kauffrau für Marketingkommunikation ist mit der Verordnung über die Berufsausbildung zum Kaufmann für Marketingkommunikation/zur Kauffrau für Marketingkommunikation vom 31. März 2006 (BGBl. I S. 808) abgestimmt.

Der Rahmenlehrplan für den Ausbildungsberuf Werbekaufmann/Werbekauffrau (Beschluss der KMK vom 19. Dezember 1989) wird durch den vorliegenden Rahmenlehrplan aufgehoben.

Die Vermittlung von fremdsprachlichen Qualifikationen gemäß der Ausbildungsordnung zur Entwicklung entsprechender Kommunikationsfähigkeit ist mit 40 Stunden in die Lernfelder integriert. Darüber hinaus können 80 Stunden berufsspezifische Fremdsprachenvermittlung als freiwillige Ergänzung der Länder angeboten werden.

Die Anwendung von Informations- und Kommunikationstechniken ist integrativer Bestandteil der Lernfelder.

Die Lernfelder mit ihren Zielformulierungen orientieren sich an exemplarischen Handlungsfeldern. Sie sind didaktisch-methodisch so umzusetzen, dass sie zur beruflichen Handlungskompetenz führen. Die Zielformulierungen beschreiben den Qualifikationsstand am Ende des Lernprozesses. Sie sind im Sinne der Nachhaltigkeit, ökologischer, sozialer und ökonomischer Entwicklung zu interpretieren. Ergänzt durch die Inhalte umfassen sie den Mindestumfang zu vermittelnder Kompetenzen.

Eine ganzheitliche Sichtweise auf komplexe Probleme und die Erarbeitung zukunftsverträglicher Lösungen ist daher als durchgängiges Unterrichtsprinzip zu berücksichtigen.

Die Lernfelder dieses Rahmenlehrplanes orientieren sich an typischen Geschäftsprozessen eines Unternehmens aus der Kommunikations- oder Medienbranche. Die unterstützende Begleitung von Marketing- und Kommunikationsprojekten wird als wesentlicher Kernprozess betrachtet, aus dem heraus sich Prozesse mit Schnittstellen zu weiteren Kernprozessen ergeben. Sie greifen die zunehmende Projektarbeit in den Betrieben auf und leisten über die Entwicklung einer umfangreichen Eigenverantwortlichkeit im Hinblick auf die Einschätzungen und Optimierungen von Abläufen einen wesentlichen Beitrag zur beruflichen Qualifizierung.

Als berufstypische Kompetenzen werden die Teamarbeit sowie die Kommunikationsfähigkeit integrativ in verschiedenen Lernfeldern eingesetzt und systematisch gefördert.

Teil V Lernfelder

Übersicht über die Lernfelder für den Ausbildungsberuf Kaufmann für Marketingkommunikation/Kauffrau für Marketingkommunikation				
Lernfelder		Zeitrichtwerte in Unterrichtsstunden		
Nr.		1. Jahr	2. Jahr	3. Jahr
1	Den Ausbildungsbetrieb präsentieren	80		
2	Werteströme und Werte erfassen, dokumentieren und auswerten	80		
3	Beschaffungsprozesse planen, steuern und kontrollieren	80		
4	Märkte analysieren und bewerten	80		
5	Werbe- und medienrechtliche Rahmenbedingungen analysieren und bewerten		40	
6	Marketingkonzepte entwickeln und präsentieren		80	
7	Kommunikationsinstrumente analysieren und bewerten		80	
8	Integrierte Kommunikationskonzepte entwickeln und präsentieren		80	
9	Bei der Mediaplanung mitwirken			80
10	Die Produktion von Kommunikationsmitteln vorbereiten und kontrollieren			80
11	Betriebliche Werteprozesse steuern, kontrollieren und dokumentieren			80
12	Gesamtwirtschaftliche Einflüsse auf das Kommunikationsunternehmen berücksichtigen			40
	Summen: insgesamt 880 Stunden	320	280	280

Lernfeld 1:**Den Ausbildungsbetrieb präsentieren****1. Ausbildungsjahr
Zeitrichtwert: 80 Stunden****Ziel:**

Die Schülerinnen und Schüler präsentieren ihren Ausbildungsbetrieb. Sie setzen sich mit den Leitbildern, Umgangsformen, ökonomischen und ökologischen Zielsetzungen sowie der gesamtgesellschaftlichen Bedeutung der Unternehmen und Institutionen ihrer Branche auseinander. Sie stellen die Leistungsschwerpunkte, Arbeitsgebiete, Leistungsprozesse und Arbeitsabläufe von Kommunikations- oder Medienunternehmen im Überblick dar. Sie beschreiben die Aufbau- und Ablauforganisation sowie die Rechtsform ihres Unternehmens. Die Schülerinnen und Schüler setzen sich mit den Regelungen sowie Aufgaben, Rechten und Pflichten der Beteiligten im Dualen System der Ausbildung und im Arbeitsverhältnis auseinander. Sie kennen die für die Berufsausbildung

wesentlichen Rechtsvorschriften, artikulieren ihre eigenen Interessen, wägen diese unter Beachtung ihrer neuen Position ab und nehmen sie wahr. Sie sind mit den wesentlichen arbeits- und sozialrechtlichen Grundlagen der Kommunikations- oder Medienwirtschaft vertraut und können ihre Rechte als Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer beurteilen und wahrnehmen. Die Schülerinnen und Schüler bearbeiten Aufgabenstellungen selbständig oder in der Gruppe, wenden grundlegende Lern- und Arbeitstechniken sowie Problem lösende Methoden an. Sie präsentieren und dokumentieren ihre Arbeitsergebnisse strukturiert unter Verwendung angemessener Medien.

Inhalte:

- Ausbildungsvertrag, Berufsbildungsgesetz
- Betriebsverfassungsgesetz
- Unternehmensziele, Corporate Identity
- Kommunikationsregeln
- Einzelunternehmung, KG, GmbH, AG
- Leistungen in der Kommunikations- oder Medienbranche
- Wirtschaftsorganisationen, berufsständische Organisationen

Korrespondierende Berufsbildpositionen (BBP) der Ausbildungsordnung:**BBP 1.1; 1.2a-d, f, g; 1.3; 1.4; 1.5;
2.1a-c, e; 3.1**

Lernfeld 2:**Werteströme und Werte erfassen, dokumentieren und auswerten****1. Ausbildungsjahr
Zeitrichtwert: 80 Stunden****Ziel:**

Die Schülerinnen und Schüler erfassen Werteflüsse von Kommunikations- oder Medienunternehmen, die im Rahmen von Geschäftsprozessen anfallen.

Sie erstellen Inventar und Bilanz eines Kommunikations- oder Medienunternehmens und bilden die wesentlichen Aufwendungen und Erträge auf der Grundlage der geltenden Rechtsvorschriften ab.

Sie ermitteln den Erfolg und leiten aus dem vorläufigen Jahresabschluss Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage ab. Sie erkennen die Dokumentations-, Informationsfunktion und Kontrollfunktion des Rechnungswesens in ihrer Bedeutung für unterschiedliche Interessentenkreise.

Inhalte:

- HGB
- Bilanz
- Gewinn- und Verlustrechnung
- Abschreibungen
- Geschäftsfälle

**Korrespondierende Berufsbildpositionen (BBP) der Ausbildungsordnung:
BBP 7.1; 7.2a, b**

Lernfeld 3: Beschaffungsprozesse planen, steuern und kontrollieren

1. Ausbildungsjahr
Zeitrichtwert: 80 Stunden

Ziel:

Die Schülerinnen und Schüler planen und kontrollieren Beschaffungsprozesse und treffen die für die Bereitstellung der Dienstleistungen, Betriebsmittel und Werkstoffe betriebswirtschaftlich notwendigen Entscheidungen unter Berücksichtigung der Umweltverträglichkeit. Sie übernehmen die Qualitätskontrolle bei der Abnahme der Leistungen. Dazu informieren sie sich über rechtliche Regelungen der Branche und bereiten Datenmaterial für Entscheidungszwecke auf.

Sie analysieren vertragliche Vereinbarungen unter rechtlichen Aspekten, wenden Rechtsnormen an und schließen Verträge. Sie entwickeln auch im Team Lösungsvorschläge bei Vertragsstörungen und setzen diese um. Sie bereiten Entscheidungen im Rahmen der Beschaffung finanzieller Mittel auf der Basis der Grundkenntnisse der Finanzierung vor.

- Inhalte:
- Angebotsvergleich
 - Rechts- und Geschäftsfähigkeit
 - Kaufvertrag, Dienstvertrag, Werkvertrag
 - Leasing, Darlehen, Kontokorrentkredit

Korrespondierende Berufsbildpositionen (BBP) der Ausbildungsordnung:
BBP 1.5a, b; 2.1c, d; 2.3a; 3.2a; 3.3a;
6.1a

Lernfeld 4:**Märkte analysieren und bewerten****1. Ausbildungsjahr**
Zeitrichtwert: 80 Stunden**Ziel:**

Die Schülerinnen und Schüler analysieren und beurteilen Produkte und Dienstleistungen und bewerten die entsprechenden Marketingstrategien. Dabei nutzen sie die relevanten Methoden der Marktforschung und deren Quellen und wenden gängige Informationstechnologien an. Sie verschaffen sich einen Überblick über produkt-, preis-, distributions- und kommunikationspolitische Maßnahmen. Sie hinterfragen

Strategieansätze im Marketing unter Berücksichtigung ökonomischer, gesellschaftlicher und ökologischer Folgen.

Die Schülerinnen und Schüler bearbeiten Text-, Bild- und Grafikdaten digital und beachten dabei unterschiedliche mediale Darstellungsarten und Datenformate und setzen konzeptionelle Vorgaben zielgruppenorientiert um.

- Inhalte:
- Marketingziele und Zielhierarchien
 - Marktanalyse, -beobachtung, -prognose
 - Produkt- und Markenstrategien
 - Portfolioanalyse
 - Produktlebenszyklus
 - Preisstrategien
 - Distributionsstrategien
 - Gestaltungsgrundsätze

Korrespondierende Berufsbildpositionen (BBP) der Ausbildungsordnung:
BBP 1.2e; 2.1c; 4.1; 4.3a, b

Lernfeld 5:**Werbe- und medienrechtliche Rahmenbedingungen analysieren und bewerten****2. Ausbildungsjahr
Zeitrhythmuswert: 40 Stunden****Ziel:**

Die Schülerinnen und Schüler wirken mit an der Vorbereitung des Einkaufs und der Sicherung von Rechten und Lizenzen auch unter Beachtung internationaler Aspekte.

Die Schülerinnen und Schüler informieren sich über aktuelle rechtliche Regelungen der Branche. Sie nutzen Informations- und Kommunikationssysteme zur Recherche der gesetzlichen und freiwilligen

ligen Rahmenbedingungen der Werbe- und Medienwirtschaft und bereiten Datenmaterial für Entscheidungszwecke auf.

Die Schüler überprüfen Konzepte hinsichtlich werbe- und medienrechtlicher Vorschriften.

Sie berücksichtigen Vorschriften und Entscheidungen der freiwilligen Selbstkontrolle der Werbewirtschaft.

- Inhalte:
- Werbe- und Medienrecht
 - Markenrecht
 - Urheberrechte
 - Verwertungsrechte
 - Patentrecht, Gebrauchsmusterrecht, Geschmacksmusterrecht
 - Art Buying
 - Preisangabenverordnung
 - Werberat

**Korrespondierende Berufsbildpositionen (BBP) der Ausbildungsordnung:
BBP 5.2b; 5.5**

Lernfeld 6: Marketingkonzepte entwickeln und präsentieren

2. Ausbildungsjahr
Zeitrhythmuswert: 80 Stunden

Ziel:

Auf der Grundlage eines vorgegebenen Briefings und Budgets sowie der Ergebnisse einer entsprechenden Marktforschung entwickeln die Schülerinnen und Schüler im Team ein Marketingkonzept für ein konkretes Produkt bzw. für eine Dienstleistung. Hierbei berücksichtigen sie auftretende Zielkonflikte der Marketingkonzeption und reflektieren ihren Lösungsansatz.

Unter Berücksichtigung der Marketingziele wenden sie produkt-, preis- und distributionspolitische Instrumente an und zeigen Grundstrukturen der Kommunikationspolitik auf.

Zur Ergebnisdarstellung nutzen sie gängige Informations-, Kommunikations- und Präsentationstechniken. Sie wenden geeignete Formen des Projektmanagements und Kreativitätstechniken an.

- Inhalte:
- Budgetierungsverfahren
 - Operationalisierung von Marketingzielen
 - Produktdifferenzierung, - variation, - diversifikation, - elimination
 - Skimming- und Penetrationsstrategie
 - Akquisitorische Distribution
 - Kommunikationszielgruppen

Korrespondierende Berufsbildpositionen (BBP) der Ausbildungsordnung:
BBP 2.1c-e; 2.2; 3.1d, e; 3.2b, c; 4.1;
4.2; 4.3; 4.4; 5.1; 5.2; 5.3; 6.1b, c;
6.4b; 7.2a

Lernfeld 7:**Kommunikationsinstrumente und -strategien analysieren und bewerten****2. Ausbildungsjahr
Zeitrichtwert: 80 Stunden****Ziel:**

Die Schülerinnen und Schüler analysieren und bewerten die Instrumente der Kommunikationspolitik. Hierzu entwickeln sie Bewertungskriterien. Sie diskutieren die Bedeutung einer Vernetzung der einzelnen Maßnahmen zur Optimierung des Kommunikationserfolgs. Sie setzen sich mit den wesentlichen Elementen einer Kommunikationsstrategie (Kommunikationsziele, -zielgruppen, -inhalte und Copy Strategie) auseinander.

Sie kennen gängige Modelle zur Kommunikationswirkung und Verfahren der Erfolgskontrolle und verfügen über entsprechende Methoden ihre Kenntnisse kurzfristig zu aktualisieren.

- Inhalte:
- Zielgruppentypologien
 - Kommunikationsinstrumente
 - Integrierte Kommunikation
 - Unique selling proposition, unique advertising proposition
 - consumer benefit
 - Reason why, tonality
 - claim, slogan
 - Subjektive und objektive Werbewirkungsforschung
 - response
 - recall, recognition

**Korrespondierende Berufsbildpositionen (BBP) der Ausbildungsordnung:
BBP 3.3b; 5.2a-c**

Lernfeld 8:**Integrierte Kommunikationskonzepte entwickeln und präsentieren**

2. Ausbildungsjahr
Zeitrichtwert: 80 Stunden

Ziel:

Die Schülerinnen und Schüler entwickeln integrierte Kommunikationskonzepte auf der Grundlage von Briefings und detaillierten Situationsanalysen. Hierzu prüfen, hinterfragen und reflektieren sie die Inhalte der Briefings und formulieren Rebriefings.

Sie konkretisieren Kommunikationsziele, leiten mit Hilfe geeigneter Instrumente Kommunikationszielgruppen ab und formulieren treffende Copy-Strategien.

Sie wählen die geeigneten Kommunikationsinstrumente aus, entwickeln Vorschläge für die Struktur und den Ablauf der kommunikativen Maßnahmen und machen Vorschläge zur Werbewirkungskontrolle.

Sie dokumentieren und präsentieren kundenadäquat ihre Kommunikationskonzepte mit Hilfe entsprechender Informations- und Kommunikationstechnologie.

Hierbei berücksichtigen sie auftretende Zielkonflikte und reflektieren ihren Lösungsansatz unter Qualitätsaspekten.

- Inhalte:
- Briefing/Rebriefing
 - Kalkulation
 - Budgetaufteilung
 - Kreativitätstechniken
 - Präsentationstechniken
 - Projektmanagement
 - Personelle und technische Kapazitätsplanung
 - Qualitäts-, Konflikt- und Beschwerdemanagement

Korrespondierende Berufsbildpositionen (BBP) der Ausbildungsordnung:

BBP 1.4a; 2.1e; 2.2; 2.3; 3.1d, e; 3.2b, c; 3.3b; 4.1; 4.2; 4.3; 4.4; 5.1; 5.2; 5.3; 5.4; 6.1b, c; 6.2a, b; 6.4b; 7.2a

Lernfeld 9:**Bei der Mediaplanung mitwirken****3. Ausbildungsjahr**
Zeitrichtwert: 80 Stunden**Ziel:**

Die Schülerinnen und Schüler prüfen und bewerten die Einsatzmöglichkeiten verschiedener Medien und Maßnahmen. Sie entwickeln auf der Grundlage von Kommunikations- und Werbestrategien aufgabenbezogene Mediastrategien und erstellen alternative Mediapläne unter Einbezug quantitativer, qualitativer und administrativer formeller

Kriterien. Dabei orientieren sie sich an der Zielsetzung, den Media-Etat möglichst effizient einzusetzen.

Die Schülerinnen und Schüler führen Mediakalkulationen durch. Sie simulieren die Durchführung und Abwicklung des Mediaeinsatzes und führen die Qualitätskontrolle durch.

Inhalte:

- Mediaziele
- Marktmediastudien
- Intra- und Intermediavergleich
- Planevaluation
- Media-Budgetierung
- Media-Einkauf
- Mediaabrechnung

Korrespondierende Berufsbildpositionen (BBP) der Ausbildungsordnung:
BBP 1.4a; 2.2b; 2.3; 5.3; 5.4; 6.3

Lernfeld 10:**Die Produktion von Kommunikationsmitteln organisieren und kontrollieren****3. Ausbildungsjahr**
Zeitrichtwert: 80 Stunden**Ziel:**

Die Schülerinnen und Schüler planen die Erstellung von Kommunikationsmitteln.

Sie bewerten die wesentlichen Verfahren der Kommunikationsmittelproduktion in Hinblick auf ihre Angemessenheit und Wirtschaftlichkeit, entwickeln daraus Kombinationsmöglichkeiten und sprechen projektbezogene Empfehlungen aus. Sie bewerten die Eignung von unterschiedlichen Werkstoffen zur Erstellung von Kommunikationsmitteln.

Bei der Planung arbeiten sie zusammen mit Dienstleistern, vergleichen Angebote und kalkulieren die Kosten. Sie erstellen einen Projektplan, um den Produktionsablauf zu dokumentieren. Sie kennen Verfahren und Abläufe der Qualitätskontrolle bei der Herstellung von Kommunikationsmitteln und entsprechende umweltrechtliche Bestimmungen.

- Inhalte:
- Gestaltungskriterien
 - Druckverfahren
 - Bedruckstoffe
 - Weiterverarbeitung
 - Audiovisuelle Medien
 - Multimedia

Korrespondierende Berufsbildpositionen (BBP) der Ausbildungsordnung:
BBP 1.5; 2.3; 3.3c, d; 4.4d, e; 5.2d, e;
6.1d; 6.2

Lernfeld 11:**Betriebliche Werteprozesse steuern, kontrollieren und dokumentieren****3. Ausbildungsjahr**
Zeitrichtwert: 80 Stunden**Ziel:**

Die Schülerinnen und Schüler planen anhand eines Kundenbriefings die Verteilung des Jahresetats. Sie kalkulieren unter Berücksichtigung des Jahresetats Einzelprojekte, erstellen Kostenvorschläge und ermitteln den geplanten Deckungsbeitrag von Einzelprojekten.

Sie verschaffen sich einen Überblick über die unterschiedlichen Vergütungsformen für feste oder freie Mitarbeiter. Sie erstellen unter

Berücksichtigung der Sozialversicherungsbeiträge Gehalts- bzw. Honorarabrechnungen.

Sie kalkulieren Agenturhonorare auf Basis verschiedener Agenturvergütungsmodelle und überwachen den Etat. Sie erstellen beispielhaft Kundenrechnungen, vergleichen diese mit Kostenvorschlägen und analysieren mögliche Abweichungen.

Inhalte:

- Kostenartenrechnung
- Kostenstellenrechnung insbesondere Betriebsabrechnungsbogen
- Agenturspezifische Deckungsbeitragsrechnung
- Jahresbudget-Planung
- Kostenvorschlag
- Vergütungsmodelle, -abrechnungen
- Projektkalkulation
- Kostenkontrolle

Korrespondierende Berufsbildpositionen (BBP) der Ausbildungsordnung:
BBP 6.4; 7.1c; 7.2

Lernfeld 12:**Gesamtwirtschaftliche Einflüsse auf das Kommunikationsunternehmen berücksichtigen****3. Ausbildungsjahr
Zeitrichtwert: 40 Stunden****Ziel:**

Die Schülerinnen und Schüler analysieren Einflüsse gesamtwirtschaftlicher Rahmenbedingungen auf die wirtschaftliche Situation der Kommunikationsunternehmen und beurteilen die Bedeutung der Branche für die regionale und überregionale Wirtschaftsentwicklung. Sie verschaffen sich einen Überblick über den ordnungspolitischen Rahmen für Unternehmen der Kommunikationswirtschaft. Sie erkunden die konjunkturelle Lage der Gesamtwirtschaft und der Branche.

Sie reflektieren Auswirkungen der Wirtschaftspolitik auf die wirtschaftliche Situation ihres Ausbildungsbetriebs, der Kommunikationsbranche insgesamt und auf gesamtwirtschaftliche Zielgrößen. Sie können Chancen und Risiken der europäischen Integration und der Globalisierung bei der Entwicklung von Euro- und Globalmarketingmaßnahmen berücksichtigen.

- Inhalte:
- Bruttoinlandsprodukt
 - Magisches Viereck
 - Inflation, Deflation
 - Angebots- und nachfrageorientierte Konjunkturpolitik
 - Grundzüge der Geld- und Fiskalpolitik

**Korrespondierende Berufsbildpositionen (BBP) der Ausbildungsordnung:
BBP 1.2a, c; 4.1a, d**

Hinweise zur Planung und Durchführung der Ausbildung

1. Voraussetzungen für die betriebliche Ausbildung

In Deutschland beginnt ein Großteil aller Jugendlichen seinen Berufsweg mit einer Ausbildung im dualen Berufsbildungssystem. Die Ausbildung in Betrieb und Schule zeichnet sich durch eine enge Verbindung mit der betrieblichen Praxis aus. Die betriebliche

Ausbildung ist Voraussetzung für den Erwerb erster Berufserfahrungen, wie ihn das Berufsbildungsgesetz (BBiG) fordert, um zu beruflicher Handlungsfähigkeit zu kommen.

Das Duale System der Berufsausbildung

<u>Praxis:</u>		<u>Theorie:</u>
Betrieb	Lernort	Schule
Verordnung	Rechtsgrundlage	(Rahmen-)Lehrplan der Länder
Kammern	Zuständigkeit	Kultusministerien der Länder

1.1 Organisationsstrukturen der Ausbildung

Die Ausbildung findet an den Lernorten

- **Betrieb,**
- **Berufsschule** und ggf. in
- **über- und außerbetrieblichen Ausbildungsstätten**

statt.

Die Auszubildenden besuchen die Berufsschule entweder in Teilzeitform (1-2 Tage pro Woche) oder im Blockunterricht (mehrwöchig).

Die Inhalte der Ausbildung in Betrieb und Berufsschule sind miteinander verzahnt, wobei der Betrieb mehr für die Ausübung der Praxis, die Berufsschule stärker für die Theorie zuständig ist.

Für die Ausbildung im Betrieb sind in der Ausbildungsordnung bundesweit verbindlich festgelegt, welche Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten im Rahmen der Ausbildung mindestens vermittelt werden müssen.

Die Ausbildung in der Berufsschule erfolgt auf der Grundlage des Rahmenlehrplans, den die Länder übernehmen oder in eigene Lehrpläne umsetzen können (siehe Abschnitt: „Abstimmung zwischen den Lernorten Ausbildungsbetrieb und Berufsschule“.)

1.2 Ausbildungsbetrieb

Die Berufsausbildung der Kaufleute für Marketingkommunikation erfolgt im dualen Berufsbildungssystem, das aus den beiden Säulen praxisorientierte betriebliche Ausbildung und schulische Ausbildung besteht. Die praktische Ausbildung erhalten die Auszubildenden in den Unternehmen.

Hier werden die in der Ausbildungsordnung festgelegten beruflichen Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten in der betrieblichen Wirklichkeit vermittelt. Sie hat ferner den Erwerb der beruflichen Handlungskompetenz und der erforderlichen Berufserfahrung zu ermöglichen (§ 1 Abs. 3 BBiG).

In Betrieben, die nicht in der Lage sind, alle erforderlichen Ausbildungsinhalte zu vermitteln, kann die betriebliche Praxis durch Verbundausbildung oder überbetriebliche Ausbildungsabschnitte ergänzt werden. Zusätzlich zu diesem praxisorientierten Lernen wird den Auszubildenden in der Berufsschule berufstheoretisches und allgemeinbildendes Wissen vermittelt.

Förderlich für den Erfolg der Ausbildung ist dabei eine intensive Zusammenarbeit zwischen Ausbildungsbetrieb und Schule (**Lernortkooperation**, siehe § 2 Abs. 2 BBiG).

• Eignung des Betriebes

Das Berufsbildungsgesetz (BBiG) unterscheidet zwischen der Eignung der Ausbildungsstätte (§ 27) und der persönlichen und fachlichen Eignung des Personals (§ 28-30).

Voraussetzungen:

1. „Art und Einrichtung“ des Ausbildungsbetriebes muss so beschaffen sein, dass die Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten die in der Ausbildungsordnung für den jeweiligen Beruf vorgesehen sind, vermittelt und die notwendigen Berufserfahrungen erworben werden können. Der Betrieb muss als Ausbildungsbetrieb hinsichtlich seiner Arbeitsabläufe ein hinreichendes Spektrum an berufstypischen Tätigkeiten aufweisen.
2. Es muss eine persönlich und fachlich geeignete Ausbildungsperson zur Verfügung stehen (Siehe Ausbilder)

Ob diese Voraussetzungen vorliegen, kann nur im Einzelfall und nur durch die dafür zuständige IHK festgestellt werden. Die Kammer prüft unter anderem:

• Art und Einrichtung des Ausbildungsbetriebes

Der Ausbildungsbetrieb muss über die für die Ausbildung notwendige Ausstattung verfügen.

Für den Auszubildenden muss ein ständiger Arbeitsplatz mit allen für die Aufgabenerledigung notwendigen technischen Geräten und sonstigen Ausstattungsgegenständen vorhanden sein, auch wenn die Ausbildung nicht ständig an diesem Ort stattfindet.

• Zahl der Auszubildenden eines Ausbildungsbetriebes

Das Verhältnis der Zahl der Auszubildenden zur Zahl der Ausbildungsplätze oder der beschäftigten Fachkräfte soll angemessen sein (§ 27 Abs. 1 Nr. 2 BBiG). Was „angemessen“ ist, kann nur im Einzelfall durch die zuständige Stelle im Rahmen der Eignungsfeststellung festgelegt werden. Als Richtwerte gelten folgende Verhältniszahlen:

Fachkräfte	Auszubildende
1 – 2	1
3 – 5	2
6 – 8	3
je weitere 3	je einer

Die Zahl der Auszubildenden darf einerseits höher sein, wenn die Ausbildung dadurch nicht gefährdet wird, und muss aber auch kleiner sein, wenn das im Einzelfall für eine ordnungsgemäße Ausbildung erforderlich ist.

• Aufgaben des Ausbildungsbetriebes

Zu den Aufgaben des Ausbildungsbetriebes zählt, dass er

- mit dem Auszubildenden einen Berufsausbildungsvertrag abschließt (siehe Muster, Seite 116). Dieser Vertrag enthält das Ziel der Berufsausbildung, Beginn und Dauer der Ausbildung, Zahlung und Höhe der Vergütung, etc.;
- bei der zuständigen Kammer die Eintragung des Berufsausbildungsvertrags in das Verzeichnis der Berufsausbildungsverhältnisse beantragt;
- dafür sorgt, dass den Auszubildenden in der vorgesehenen Ausbildungszeit alle Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten vermittelt werden, die erforderlich sind, um das Ausbildungsziel zu erreichen;
- entweder selbst ausbildet oder einen Ausbilder ausdrücklich damit beauftragt;
- die Auszubildenden für die Teilnahme am Berufsschulunterricht und für die Prüfung freistellt;
- nach Beendigung des Ausbildungsverhältnisses den Auszubildenden ein Zeugnis ausstellt.

• Ausbilder

In Deutschland darf laut Berufsbildungsgesetz nur derjenige ausbilden, der dafür persönlich und fachlich geeignet ist.

Persönlich nicht geeignet ist, wer Kinder und Jugendliche nicht beschäftigen darf oder wiederholt oder schwer gegen das BBiG und die nachrangigen Vorschriften verstoßen hat (§ 29 BBiG).

Zur Berufsausbildung ist **fachlich** geeignet, wer die

- beruflichen, sowie die
- berufs- und arbeitspädagogischen Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten besitzt, die für die Vermittlung der Ausbildungsinhalte erforderlich sind (§ 30 Abs. 1 BBiG).

Die **beruflichen** Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten besitzt, wer

- die Abschlussprüfung in einer dem Ausbildungsberuf entsprechenden Fachrichtung oder
- eine anerkannte Prüfung an einer Ausbildungsstätte oder vor einer Prüfungsbehörde oder eine Abschlussprüfung an einer staatlichen oder staatlich anerkannten Schule in einer dem Ausbildungsberuf entsprechenden Fachrichtung, oder
- eine Abschlussprüfung an einer deutschen Hochschule in einer dem Beruf entsprechenden Fachrichtung bestanden hat und eine angemessene Zeit in seinem Beruf praktisch tätig gewesen ist.

Der Ausbildungsbetrieb muss seine Ausbilder bei der zuständigen IHK registrieren lassen; diese prüft die persönliche und fachliche Eignung im Einzelfall.

Ausbildereignung

Der Nachweis der berufs- und arbeitspädagogischen Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten kann gesondert bestimmt werden (§ 30 Abs. 5 BBiG).

Diese Konkretisierung erfolgte in der Verordnung über die berufs- und arbeitspädagogische Eignung für die Berufsausbildung - Ausbildereignungsverordnung (AEVO) - vom 16. Februar 1999.

Die AEVO wurde dahingehend geändert, dass Ausbilder für Ausbildungsverhältnisse, die in der Zeit vom **1. August 2003 bis 31. Juli 2008** bestehen oder begründet werden, von der Pflicht zum Nachweis von Kenntnissen nach dieser Verordnung befreit werden.¹⁾

Dies entbindet jedoch die zuständige Stelle nicht davon, darüber zu wachen, dass die persönliche und fachliche Eignung der Ausbilder und der Auszubildenden vorliegt (§ 32 BBiG).

Unter der Verantwortung des Ausbilders oder der Ausbilderin kann bei der Berufsbildung mitwirken, wer selbst nicht Ausbilder oder Ausbilderin ist, aber abweichend von den besonderen Voraussetzungen des § 30 BBiG die für die Vermittlung von Ausbildungsinhalten erforderlichen beruflichen Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten besitzt und persönlich geeignet ist (§ 28, Abs. 3 BBiG).

1) Verordnung zur Änderung der Ausbilder-Eignungsverordnung vom 28. Mai 2003, BGBl Jahrgang 2003 Teil I Nr. 23

1.3 Alternative Ausbildungsorganisation/Ausbilden im Verbund

Ausbildungsbetriebe, die nicht alle Ausbildungsinhalte selbst vermitteln können (z. B. wenn ihr Geschäftsumfang gering oder unregelmäßig ist oder sie zu spezialisiert sind), können sich zum Zwecke der Ausbildung mit anderen Betrieben oder einer anderen Ausbildungseinrichtung zusammenschließen oder andere Einrichtungen beauftragen, die Ausbildung zu unterstützen. Das gilt besonders für die Betriebe, die aus inhaltlichen, personellen, organisatorischen oder finanziellen Gründen alleine nicht ausbilden können. Organisatorisch handelt es bei solchen Zusammenschlüssen um einen Ausbildungsverbund (siehe § 10 Abs. 5 BBiG).

Von **Verbund** wird in der Regel dann gesprochen, wenn es sich um eine formale Organisation auf vertraglicher Basis handelt. Die Vereinbarungen betreffen die Rechte und Pflichten der einzelnen Verbundpartner, insbesondere hinsichtlich der zu übernehmenden Ausbildungsabschnitte (z. B. Inhalte, Dauer), der Aufteilung der Kosten (wie Ausbildungsvergütung, verbundbedingte Zusatzkosten), der Bereitstellung von Arbeitsmitteln sowie der gegenseitigen Unterrichtung über Fehlzeiten und Lernerfolge der Auszubildenden, oder auftretende Unregelmäßigkeiten. Für eine eventuelle staatliche Förderung sind vertragliche Regelungen zwischen den Verbundpartnern Fördervoraussetzung.

Für viele Kleinbetriebe ist es traditionell üblich, sich bei der Ausbildung gegenseitig zu unterstützen. Meist werden hierzu bereits bestehende persönliche Kontakte aus Prüfungsausschüssen, Arbeitskreisen sowie zu Kunden oder Partnern genutzt. Die Kooperation und die dazu notwendigen Vereinbarungen basieren meist auf informellen Absprachen. Diese Form des Verbundes gilt als selbstverständlich und wird nicht als ein besonderes Modell der Ausbildung empfunden. So wird hier auch kaum der Begriff „Verbund“ verwendet, sondern es wird hier von **Ausbildungskooperation** gesprochen.

Die Beteiligung an der Verbundausbildung oder an Ausbildungs-kooperationen bringt Erfahrung und kann helfen, neue Geschäftskontakte zu erschließen. Die häufig genannte Befürchtung, dass durch Verbundausbildung Geschäftsgeheimnisse über Auszubildende an Wettbewerber preisgegeben werden können, hat sich in der Verbundpraxis nicht bestätigt.

Organisationsformen der Verbundausbildung

Folgende Formen der Verbundausbildung haben sich in der Praxis herausgebildet und bewährt:

Ausbildungsbetrieb (Leitbetrieb) mit Partner-Betrieben:

Der Leitbetrieb schließt Ausbildungsverträge ab, die Ausbildung wird sowohl im Leitbetrieb (Stammbetrieb) als auch bei den Partnerbetrieben durchgeführt, bei denen ergänzende Ausbildungsabschnitte vermittelt werden. Diese Verbundform ist besonders geeignet für kleine und mittlere Betriebe, die bisher über keine Ausbildungserfahrungen verfügen und als Verbundpartner die Kompetenz eines ausbildungserfahrenen Betriebes nutzen wollen.

Zusammenarbeit eigenständiger Ausbildungsbetriebe (Ausbildungs-Konsortium):

Mehrere an einem Verbund beteiligten Partnerbetriebe und Bildungsträger stellen Auszubildende ein und übernehmen zugleich auch für die Auszubildenden der Verbundpartner Ausbildungsabschnitte. Alle beteiligten Verbundpartner sind damit zugleich Stammbetriebe für die selbst eingestellten Auszubildenden und ergänzende Ausbildungsstätten für die Auszubildenden der übrigen Mitglieder des Verbundes.

Die Auszubildenden absolvieren ihre Ausbildung nun im Wechsel zwischen den Kooperationspartnern mit dem Ziel, alle erforderlichen Tätigkeitsfelder kennen zu lernen.

Auftragsausbildung:

Der einstellende Betrieb (Stammbetrieb) vergibt Teile der Ausbildung gegen Bezahlung oder auch unentgeltlich an andere Betriebe oder sonstige ausbildende Stellen. Wenn Hilfestellung beim Ausbildungsmanagement benötigt wird, z. B. wenn nicht alle mit der Einstellung, Organisation und Prüfungsanmeldung der Auszubildenden zusammenhängenden Fragen selbst geklärt und erledigt werden können, so ist diese Form der Kooperation gut geeignet. Auszubildende erwerben bei der beauftragten Ausbildungsstelle fehlende Ausbildungsinhalte.

Für Großbetriebe mit freien Ausbildungskapazitäten, insbesondere solche, deren Ausbildungsaktivitäten in Profit-Centern durchgeführt wird, bietet sich das Modell der Auftragsausbildung an, um die vorhandene Ausstattung im Ausbildungsbereich effektiver nutzen zu können.

Ausbildungsverein:

Ausbildungsverträge werden entweder mit den einzelnen Betrieben bzw. Bildungsstätten, die als Verbundpartner den Verein bilden oder auch mit dem Verein selbst abgeschlossen. Eine - insbesondere in den neuen Ländern verbreitete - Variante des Ausbildungsvereins sind die - meist auf Initiative der Industrie- und Handelskammern gegründeten - Ausbildungsringe. An ihnen sind bis zu mehrere Hundert Betriebe bzw. ausbildende Stellen beteiligt. Aus den Mitgliedsbeiträgen werden die Personal- und Sachkosten für die Geschäftsstelle des Ausbildungsringes bezahlt. Diese Finanzierungsart erklärt auch die ungewöhnliche Größe der Ausbildungsvereine.

Förderung der Verbundausbildung

Zur Förderung der Verbundausbildung gewähren die meisten Bundesländer unter bestimmten Bedingungen Zuwendungen, die dazu bestimmt sind, die Gesamtausgaben für das jeweilige Ausbildungsverhältnis für den Ausbildungsbetrieb zu reduzieren. Förderkriterien wie Art und Anzahl der Verbundpartner, Verweildauer der Auszubildenden bei den Verbundpartnern sind in den Bundesländern sehr unterschiedlich. Meist wird eine Anschubfinanzierung gewährt.

1.4 Ausbildung im Ausland

Teile der Berufsausbildung können im Ausland durchgeführt werden, wenn dies dem Ausbildungsziel dient.

Ihre Gesamtdauer soll ein Viertel der in der Ausbildungsordnung festgelegten Ausbildungsdauer nicht überschreiten (§ 2 Abs. 3 BBiG). Es wird empfohlen die Maßnahmen mit der Berufsschule abzustimmen.

2. Zuständige Stellen

Nach dem Berufsbildungsgesetz sind mehrere Einrichtungen beteiligt, denen erhebliche Bedeutung für die Durchführung und die Weiterentwicklung der beruflichen Bildung zukommt. Der praktischen Durchführung der Berufsausbildung am nächsten steht die „zuständige Stelle“ und ihr „Berufsbildungsausschuss“ (§§ 71 ff. BBiG).

Die zuständige Stelle hat insbesondere die Durchführung der Berufsausbildung zu überwachen und sie durch Beratung der Auszubildenden und der Ausbilder zu fördern. Sie hat zu diesem Zweck Ausbildungsberater zu bestellen (§ 76 Abs. 1 Nr. 2 BBiG).

Die zuständige Stelle errichtet einen Berufsbildungsausschuss (§ 77 BBiG), dem paritätisch 6 Vertreter der Arbeitgeber und der Arbeitnehmer sowie - mit beratender Stimme - Lehrer der berufsbildenden Schule angehören.

Der Berufsbildungsausschuss hat über die Durchführung der Berufsausbildung zu beschließen (z. B. die Prüfungsordnung) und muss in allen wichtigen Angelegenheiten der beruflichen Bildung unterrichtet und gehört werden (§ 79 BBiG).

Zuständige Stellen für die Ausbildung Kaufmann/Kauffrau für Marketingkommunikation sind die Industrie- und Handelskammern.

3. Ausbildungspraxis

3.1 Checklisten zur Ausbildungsplanung

a) Aktivitäten des Betriebes vor Abschluss eines Ausbildungsvertrages

- geeignete Ausbildungsstationen im Betrieb feststellen
- zu vermittelnde Lernziele den Ausbildungsstationen zuordnen (Vorbereitung auf betrieblichen Ausbildungsplan)
- Ausbildungsmöglichkeiten für nicht im eigenen Betrieb zu vermittelnde Lernziele suchen (Ausbildungsorganisation)
- Erstellen eines betrieblichen Ausbildungsplans - sachliche und zeitliche Gliederung
- Ausbildungskapazität/Zahl der Auszubildenden festlegen, geeignete Ausbilder/Ausbildungsbetreuer auswählen
- Ausbildereignung sicherstellen
- Auszubildende auswählen
- Bei männlichen Bewerbern ggf. Wehr- oder Ersatzdienst abklären
- Ausbildungsverträge vorbereiten

b) Aktivitäten des Betriebes nach Abschluss eines Ausbildungsvertrages

- Antrag auf Eintragung des Ausbildungsverhältnisses bei der IHK
- Anmeldung der Auszubildenden zur Berufsschule
- Planung des Ausbildungsbeginns unter Beachtung der Berufsschulzeiten
- Planung der Inhalte für die Einführungsveranstaltung/das Einführungsseminar

c) Aktivitäten des Betriebes während der Ausbildung

- Beurteilung der Auszubildenden vor Ablauf der in der Regel max. viermonatigen Probezeit
- Regelmäßige Beurteilung (in der Regel beim Wechsel der Ausbildungsstation)
- Regelmäßige Kontrolle des Ausbildungsnachweises (Berichtsheft)
- Anwesenheitsprüfung bei der Berufsschule
- Kooperation mit der Berufsschule
- ggf. ärztliche Nachuntersuchung, wenn der Auszubildende die Volljährigkeit noch nicht erreicht hatte
- Prüfungsvorbereitung planen und durchführen
- Anmeldung zur Zwischenprüfung (Beginn 2. Ausbildungsjahr)
- Anmeldung zur Abschlussprüfung
- Übernahme-situation rechtzeitig vor Ausbildungsende klären und mit den Auszubildenden besprechen (Sonderregelungen für Jugend- und Auszubildendenvertreter beachten); ggf. Tarifverträge berücksichtigen.

Checkliste zur Einstellung

<input type="radio"/>	• Sind alle innerbetrieblichen Voraussetzungen für die neuen Ausbildungsplätze erfüllt (Genehmigung, Zustimmung Personal-/Betriebsrat, Budgetierung)?	<input type="checkbox"/>
	• Liegt das von Ihrer IHK eingeführte Formular des Ausbildungsvertrages vor/von der Homepage der IHK aus dem Internet heruntergeladen?	<input type="checkbox"/>
	• Liegt die geltende Ausbildungsordnung vor?	<input type="checkbox"/>
	• Sind die persönlichen Daten der Auszubildenden in den Vertrag eingetragen?	<input type="checkbox"/>
	• Sind die in Ihrem Unternehmen oder ihrer Branche gültigen tariflichen Bestimmungen berücksichtigt (z. B. Ausbildungsvergütung, Urlaubsanspruch u.a.)?	<input type="checkbox"/>
	• Sind die Mitbestimmungs- bzw. Mitwirkungsrechte des Betriebsrats bei der Einstellung der jeweiligen Auszubildenden gewahrt (falls die entsprechenden Organe im Betrieb vorhanden sind)?	<input type="checkbox"/>
	• Ist dafür gesorgt, dass der Vertrag mit einem Minderjährigen von dessen gesetzlichem Vertretern – in der Regel die Eltern – mit unterzeichnet wird?	<input type="checkbox"/>
<input type="radio"/>	• Wurde die 1. ärztliche Untersuchung gemäß Jugendarbeitsschutzgesetz durchgeführt?	<input type="checkbox"/>

Checkliste zum Eintrag des Ausbildungsvertrages

<input type="radio"/>	• Ist der unterschriebene Ausbildungsvertrag der zuständigen Stelle Ihrer IHK zur Eintragung in das „Verzeichnis der Berufsausbildungsverhältnisse“ zugesandt worden?	<input type="checkbox"/>
	• Ist als Anlage zum Ausbildungsvertrag ein betrieblicher Ausbildungsplan auf der Grundlage des Ausbildungsrahmenplans der Ausbildungsordnung (§ 5 der AO) erstellt und der IHK mitgeschickt worden?	<input type="checkbox"/>
	• Ist eine Bescheinigung über die vom Jugendarbeitsschutzgesetz vorgeschriebene ärztliche Erstuntersuchung beigelegt, wenn der Auszubildende bei Vertragsbeginn noch nicht volljährig ist?	<input type="checkbox"/>
	• Ist der Auszubildende bei der zuständigen Berufsschule angemeldet worden?	<input type="checkbox"/>
	• Ist dem Auszubildenden der von der IHK eingetragene Ausbildungsvertrag wieder zurückgesandt worden?	<input type="checkbox"/>
	• Haben Sie die abgesagten Ausbildungsverhältnisse der IHK und der Berufsschule gemeldet?	<input type="checkbox"/>
<input type="radio"/>		

Checkliste für den Ausbildungsbeginn

<ul style="list-style-type: none"> • Ist die Orientierung der Auszubildenden in dem Betrieb erfolgt (kleiner Rundgang, Vorstellen der wichtigsten Ansprechpartner, Einweisung am Arbeitsplatz)? 	<input type="checkbox"/>
→ siehe nachfolgendes Beispiel	
<ul style="list-style-type: none"> • Ist eine Belehrung über eventuelle Unfall- und Gesundheitsgefahren gemäß den Vorschriften der Berufsgenossenschaft erfolgt? 	<input type="checkbox"/>
<ul style="list-style-type: none"> • Hat der Auszubildende seine Lohnsteuerkarte abgegeben und ein Girokonto für die Überweisung der Ausbildungsvergütung angegeben? 	<input type="checkbox"/>
<ul style="list-style-type: none"> • Liegt der Sozialversicherungsausweis vor? 	<input type="checkbox"/>
<ul style="list-style-type: none"> • Ist der Auszubildende bei der von ihm gewünschten Krankenkasse angemeldet worden? 	<input type="checkbox"/>
<ul style="list-style-type: none"> • Hängt das Jugendarbeitsschutzgesetz im Betrieb aus? (bei nicht Volljährigen) 	<input type="checkbox"/>
<ul style="list-style-type: none"> • Ist dem Auszubildenden der für ihn erstellte betriebliche Ausbildungsplan übergeben und erläutert worden? 	<input type="checkbox"/>
<ul style="list-style-type: none"> • Ist dem Auszubildenden die Vorlage für den schriftlichen Ausbildungsnachweis (Berichtsheft) übergeben worden? 	<input type="checkbox"/>
<ul style="list-style-type: none"> • Ist der Auszubildende auf wichtige, gesetzliche Regelungen wie Datenschutz, Umweltschutz, Arbeitsschutz etc. hingewiesen worden? 	<input type="checkbox"/>
<ul style="list-style-type: none"> • Ist der Auszubildende auf verfügbare Arbeits- und Lernmittel (z. B. Fachliteratur, Lernprogramme u.a.) hingewiesen worden? 	<input type="checkbox"/>
<ul style="list-style-type: none"> • Ist der Auszubildende über die Modalitäten des Berufsschulbesuchs informiert? 	<input type="checkbox"/>
<ul style="list-style-type: none"> • Ist sichergestellt, dass während der Probezeit die Eignung des Auszubildenden für den gewählten Beruf sorgfältig geprüft wird? 	<input type="checkbox"/>
<ul style="list-style-type: none"> • Wird der Erfolg des Auszubildenden während der gesamten Ausbildungszeit beurteilt und festgehalten? Auf Grundlage dieser Beurteilungen kann am Ende der Ausbildung das obligatorische betriebliche Ausbildungszeugnis erstellt werden. 	<input type="checkbox"/>
<ul style="list-style-type: none"> • Ist, ggf. je nach Betriebsgröße, der Einsatz von standardisierten Verfahren der Beurteilung (Mitarbeiterbeurteilung) mit dem Betriebsrat abgestimmt worden? 	<input type="checkbox"/>

Beispiel für eine Einführung/Orientierungsphase

„Aller Anfang ist schwer“ aber „Jedem Anfang wohnt ein Zauber inne“ (Hermann Hesse)

Ziele der Orientierungsphase

- Warming up in der Gruppe der neuen Auszubildenden
- Ältere Auszubildende (als Mentoren) und Mitarbeiter, Vorgesetzte, wichtige Ansprechpartner im Ausbildungsbetrieb kennen lernen
- Räumliche Gegebenheiten erkunden
- Erster Überblick über die Aufgaben, Service- und Dienstleistungsangebote und Produkte des Ausbildungsbetriebes
- Erste Orientierung innerhalb der „komplexen betrieblichen Wirklichkeit“ (Aufbauorganisation, Abteilungen, Organisation, Informationswege)

Gestaltung der Orientierungsphase**Elemente:**

- Frühstücksgespräch
- Betriebsrallye
- Präsentation
- Auswertung

Zeitraumen und Methode:

- Zeiträume: 1,5 bis 2 Tage
- Methoden: Planung im Auszubildendenteam, Gruppengespräch mit Ausbildungsleitung, in kleineren Gruppen Erkunden durch Beobachten, Recherchieren und Befragen, Präsentation der Ergebnisse mit Schaubildern, Organigrammen, Quiz u.a.

Ablauf**Frühstücksgespräch**

Die älteren Auszubildenden organisieren ein kleines Frühstück, backen Kuchen....., sie begrüßen die neuen Auszubildenden gemeinsam mit der Betriebsleitung, Ausbildern u. a.; Kennenlernen beim Frühstücksgespräch; Namensschilder und evtl. Einsatz kommunikativer Spiele zum Lernen der Namen.

Betriebsrallye

Vorbereiten der Aufgaben und Fragestellungen durch ältere Auszubildende und Ausbildungsleitung; Fachabteilungen rechtzeitig vorher informieren und motivieren; Material bereitlegen; die neuen Auszubildenden in die Betriebsrallye einweisen.

Präsentation

Grafik o.ä. zu den räumlichen Gegebenheiten; Darstellen der Fachabteilungen im Zusammenspiel des Betriebes als System (Organigramm); Skizzieren der Informationswege (roter Faden); Ergebnisse der Aufgaben/Fragestellungen bewerten (ältere Auszubildende bilden „Preisjury“); gezielte Nachfragen stellen.

Auswertung

Offene Fragen klären; über weitere Zusammenhänge informieren; Preise an alle neuen Auszubildenden vergeben (z. B. Notizblock mit Betriebsadresse und Namen des Auszubildenden, ein Buch oder eine kleine Anerkennung durch den Ausbildungsbetrieb); das bedeutet für die Auszubildenden eine Identifikation zum erfolgreichen Abschluss der Orientierungsphase; Dank an alle Beteiligten.

Aufgaben und Beispiele für Fragestellungen

- Seit wann existiert unser Betrieb?
- Geben Sie die Geschichte unserer Gebäude kurz wieder.
- Welche handelsrechtliche Struktur hat unser Betrieb?
- Welche Betriebe und öffentlichen Einrichtungen liegen im näheren Umfeld (2 km)?
- Beschreiben Sie den Standort des Ausbildungsbetriebes (im Stadtplan) und Ihren Anfahrtsweg zum Ausbildungsbetrieb.
- Wo kann man etwas über die Aufgaben unseres Betriebes erfahren?
- Welches sind die wichtigsten Aufgaben unseres Betriebes?
- In welche Bereiche oder Abteilungen ist unser Betrieb organisiert?
- Wie arbeiten die Abteilungen untereinander?
- Welche Betriebs- und Vertriebsformen hat unser Betrieb?
- Welche Rechtsform hat unser Betrieb?

3.2 Ausbildungsvertrag¹⁾

Wenn sich der Betrieb für einen Auszubildenden entschieden hat, ist es sinnvoll, dem Bewerber dies umgehend mitzuteilen. Entscheidet sich der Bewerber für Ihr Unternehmen, dann sollten ihm der Berufsausbildungsvertrag (in der Regel IHK-Standard) unverzüglich zur Unterzeichnung vorgelegt werden.

Die Vertragspartner sind in der Regel der ausbildende Betrieb und der Auszubildende.

Hat der Bewerber das 18. Lebensjahr noch nicht vollendet, muss zum Vertragsschluss die Zustimmung des gesetzlichen Vertreters eingeholt werden. Vertretungsberechtigt sind grundsätzlich beide Elternteile gemeinsam. In Ausnahmefällen kann ein Elternteil oder ein Vormund die Vertretung übernehmen.

Nach der Unterzeichnung des Berufsausbildungsvertrages ist der Ausbildungsvertrag dem Auszubildenden bzw. dessen gesetzlichen Vertretern auszuhändigen.

Der Berufsausbildungsvertrag muss gemäß § 11 BBiG bestimmte gesetzlich vorgeschriebene Mindestangaben enthalten:

- Art, sachliche und zeitliche Gliederung sowie Ziel der Berufsausbildung, insbesondere die Berufstätigkeit, für die ausgebildet werden soll
- Beginn und Dauer der Berufsausbildung
- Ausbildungsmaßnahmen außerhalb der Ausbildungsstätte

- Dauer der regelmäßigen täglichen Ausbildungszeit
- Dauer der Probezeit
- Zahlung und Höhe der Vergütung
- Dauer des Urlaubs
- Voraussetzungen, unter denen der Berufsausbildungsvertrag gekündigt werden kann
- ein in allgemeiner Form gehaltener Hinweis auf die Tarifverträge, Betriebs- oder Dienstvereinbarungen, die auf das Berufsausbildungsverhältnis anzuwenden sind.

Das Formular eines gültigen Berufsausbildungsvertrages erhält man bei der für den Ausbildungsbetrieb zuständigen IHK. Er ist nach Abschluss des Ausbildungsverhältnisses bei der IHK zusammen mit dem Antrag auf Eintragung in das Verzeichnis der Berufsausbildungsverhältnisse einzureichen.

• Ausbildungsdauer

Das Berufsbild Kaufmann/Kauffrau für Marketingkommunikation sieht eine Regelausbildungsdauer von 3 Jahren vor.

Individuelle Festlegung der Dauer:

Der Beginn und die Dauer der Berufsausbildung sind im Berufsausbildungsvertrag individuell anzugeben (§ 11 Abs. 1 Nr. 2 BBiG). Eine Verkürzung oder Verlängerung der Ausbildungsdauer ist auf der Grundlage der §§ 7, 8, 45 BBiG aus folgenden Gründen möglich:

¹⁾ siehe Vertragsmuster, Abschnitt „Muster/Beispiele“ und Muster der Kammern (www.dihk.de, Aus- und Weiterbildung, Ausbildungsberatung, Berufsausbildungsvertrag)

Verkürzung durch Anrechnung beruflicher Vorbildung auf die Ausbildungszeit

Durch Rechtsverordnung kann bestimmt werden, dass der Besuch eines Bildungsganges berufsbildender Schulen oder die Berufsausbildung in einer sonstigen Einrichtung ganz oder teilweise auf die Ausbildungszeit angerechnet wird.

Die Rechtsverordnung kann vorsehen, dass die Anrechnung eines gemeinsamen Antrags der Auszubildenden und Ausbildenden bedarf (§ 7 BBiG).

Verkürzung durch vorzeitiges Erreichen des Ausbildungsziels

Auf gemeinsamen Antrag des Auszubildenden und Ausbildenden hat die zuständige Stelle die Ausbildungszeit zu kürzen, wenn zu erwarten ist, dass das Ausbildungsziel in der gekürzten Zeit erreicht wird. (z. B. kann aufgrund einer guten schulischen Vorbildung, wie Realschule/ Abitur, oder vergleichbarer praktischer Erfahrung, um 6 Monate verkürzt werden). Bei berechtigtem Interesse kann sich der Antrag auch auf die Verkürzung der täglichen oder wöchentlichen Ausbildungszeit richten (Teilzeitberufsausbildung) (§ 8 Abs. 1 BBiG).

Verkürzung aufgrund vorzeitiger Zulassung zur Abschlussprüfung:

Es gibt auch die Möglichkeit der Verkürzung während der Ausbildung, wenn sich Gründe erst im Ausbildungsverlauf ergeben. Danach kann der Auszubildende nach Anhören des Ausbildenden und der Berufsschule vor Ablauf seiner Ausbildungszeit zur Abschlussprüfung zugelassen werden, wenn seine Leistungen dies rechtfertigen (§ 45 Abs. 1 BBiG).

Hierbei sollten erfahrungsgemäß überdurchschnittliche Leistungen im Betrieb und Berufsschule vorliegen.

Verlängerung zur Erreichung des Ausbildungsziels

In Ausnahmefällen kann die zuständige Stelle auf Antrag des Auszubildenden die Ausbildungszeit verlängern, wenn die Verlängerung erforderlich ist, um das Ausbildungsziel zu erreichen. Vor der Entscheidung nach Satz 1 ist der Auszubildende zu hören (§ 8 Abs. 2 BBiG).

• Unzulässige Vereinbarungen

Im Berufsausbildungsvertrag dürfen keine Vereinbarungen getroffen werden, die mit dem Sinn und Zweck einer Berufsausbildung in Widerspruch stehen oder zu Ungunsten des Auszubildenden von den Vorschriften des Berufsbildungsgesetzes abweichen.

Unzulässig sind auch Vereinbarungen, die den Auszubildenden für die Zeit nach seiner Berufsausbildung in der Ausübung seiner beruflichen Tätigkeit beschränken, wie beispielsweise die Vereinbarung eines Verbotes der Arbeitsaufnahme nach Beendigung des Berufsausbildungsverhältnisses bei einem Konkurrenzunternehmen für ein Jahr.

Keine Gültigkeit haben Vereinbarungen, die eine Verpflichtung des Auszubildenden zur Zahlung einer Entschädigung für die Berufsausbildung, Vertragsstrafen, den Ausschluss oder die Beschränkung von Schadenersatzansprüchen sowie die Festsetzung der Höhe eines Schadenersatzes in Pauschalbeträgen vorsehen.

• Ausbildungsvergütung

Ausbildende Betriebe müssen Auszubildenden eine angemessene Vergütung zahlen (§ 17 BBiG). Soweit tarifliche Regelungen anzuwenden sind, hat der Auszubildende mindestens Anspruch auf die tarifliche Vergütung. Soweit Tarifverträge nicht bestehen oder keine Anwendung finden, gilt, dass die Vergütung zumindest angemessen sein muss. Hierfür werden geltende Tarifverträge oder Empfehlungen von Kammern zur Beurteilung herangezogen. Eine Unterschreitung dieser Werte von bis zu 20% gilt nach einschlägiger Rechtsprechung des Bundesarbeitsgerichts (BAG) als angemessen (BAG, 10. April 1991, BAG 25. Juli 2002).

• Eintragung in das Verzeichnis der Berufsausbildungsverhältnisse

Die Eintragung in das Verzeichnis der Berufsausbildungsverhältnisse ist ein formaler Vorgang.

Dabei sind folgende Punkte zu beachten:

- Der Berufsausbildungsvertrag muss dem Berufsbildungsgesetz sowie der Ausbildungsordnung entsprechen.
- Vertrags- oder sonstige Änderungen, die sich während der Ausbildung ergeben, müssen unverzüglich der Kammer mitgeteilt werden (z. B. auch die Adressenänderung des Auszubildenden).
- Die persönliche und fachliche Eignung des Ausbildungspersonals, des Ausbildungsbetriebes und die Eignung der Ausbildungsstätte müssen gegeben sein (§ 35 Abs. 1 Nr. 2 BBiG).
- Es muss eine Bescheinigung über die ärztliche Erstuntersuchung bei Auszubildenden unter 18 Jahren vorliegen.
- Ein Jugendlicher darf nur beschäftigt werden, wenn er innerhalb der letzten 14 Monate von einem Arzt untersucht worden ist und dem Auszubildenden eine von diesem Arzt ausgestellte Bescheinigung vorliegt (§ 32 Abs. 1 Jugendarbeitsschutzgesetz).
- Dem Ausbildungsvertrag ist ggf. ein Ausbildungsplan des Betriebes beizufügen.

• Ende der Ausbildung/Kündigung

Das Ausbildungsverhältnis endet mit dem Bestehen der Abschlussprüfung.

Bestehen Auszubildende vor Ablauf der Ausbildungszeit die Abschlussprüfung, so endet das Berufsbildungsverhältnis mit Bekanntgabe des Ergebnisses durch den Prüfungsausschuss (§ 21 Abs. 2 BBiG).

Bestehen Auszubildende die Abschlussprüfung nicht, so verlängert sich das Berufsbildungsverhältnis auf ihr Verlangen bis zur nächstmöglichen Wiederholungsprüfung um höchstens ein Jahr (§ 21 Abs. 3 BBiG).

Auszubildende und Ausbildende können jederzeit vereinbaren, dass das Ausbildungsverhältnis beendet wird. Bei Minderjährigen muss der gesetzliche Vertreter der Vereinbarung zustimmen.

Während der Probezeit kann eine Kündigung vom Auszubildenden oder vom Betrieb jederzeit ohne Angabe von Gründen erfolgen. Natürlich bedarf eine Kündigung der Schriftform (§ 22 BBiG).

Nach der Probezeit kann das Ausbildungsverhältnis nur noch aus wichtigen Gründen gekündigt werden, d.h. wenn es für eine Seite unzumutbar ist, das Ausbildungsverhältnis fortzusetzen. Wann ein wichtiger Grund vorliegt, muss im Einzelfall entschieden werden. Die Gründe sind anzugeben.

Widerspricht der Auszubildende der Kündigung durch den Ausbildungsbetrieb, ist ggf. die Schlichtungsstelle der IHK zu beteiligen.

Eine zusätzliche Kündigungsmöglichkeit für den Auszubildenden gibt es, wenn er sich in einem anderen Ausbildungsberuf ausbilden lassen möchte: Hier kann das Ausbildungsverhältnis mit einer Frist von vier Wochen gekündigt werden. Die Kündigung muss schriftlich erfolgen und die Gründe für die Kündigung enthalten, der Wunsch den gleichen Beruf in einem anderen Unternehmen zu erlernen zählt hierbei nicht (§ 22 BBiG).

Wer noch nicht volljährig ist, kann nur kündigen, wenn die gesetzlichen Vertreter zustimmen. Wird einem Minderjährigen gekündigt, muss die Kündigung gegenüber den gesetzlichen Vertretern ausgesprochen werden.

• Probezeit

Das Berufsausbildungsverhältnis beginnt mit der Probezeit. Sie muss mindestens einen Monat und darf höchstens vier Monate betragen (§ 20 BBiG). Bei der Festlegung der Dauer der Probezeit ist auch zu bedenken, dass ein Teil davon in die Berufsschulzeit fallen kann (Blockunterricht).

Da die Probezeit schon zur Berufsausbildung gehört, bestehen auch die vollen Pflichten des Ausbildenden und des Auszubildenden. Der Auszubildende ist während der Probezeit verpflichtet, die Eignung des Auszubildenden für den zu erlernenden Beruf besonders sorgfältig zu prüfen. Auch der Auszubildende muss prüfen, ob er die richtige Wahl getroffen hat.

Aus besonderen Gründen (z. B. längerer Krankheit des Auszubildenden), kann die Probezeit im gegenseitigen Einvernehmen verlängert werden.

• Urlaub

Auszubildende haben Anspruch auf bezahlten Urlaub. Der gesetzliche Mindesturlaub richtet sich nach:

- a) dem Jugendarbeitsschutzgesetz für Jugendliche,
- b) dem Mindesturlaubsgesetz für Arbeitnehmer (Bundesurlaubsgesetz) für Erwachsene oder
- c) dem einschlägigen Tarifvertrag für Auszubildende

Das Jugendarbeitsschutzgesetz (JArbSchG) regelt den Urlaub in § 19 wie folgt:

mindestens 30 Werktage, wenn der Jugendliche zu Beginn des Kalenderjahres noch nicht 16 Jahre alt ist;

mindestens 27 Werktage, wenn der Jugendliche zu Beginn des Kalenderjahres noch nicht 17 Jahre alt ist;

mindestens 25 Werktage, wenn der Jugendliche zu Beginn des Kalenderjahres noch nicht 18 Jahre alt ist.

Nach § 3 Bundesurlaubsgesetz beträgt der jährliche Urlaub mindestens 24 Werktage (6-Tage-Woche).

3.3 Erstellen eines betrieblichen Ausbildungsplans

Rechtliche Grundlagen

Durch den betrieblichen Ausbildungsplan wird der Ausbildungsrahmenplan auf die konkreten betrieblichen Schwerpunkte und Verhältnisse umgesetzt.

Auf der Grundlage des bundeseinheitlichen Ausbildungsrahmenplans wird der betriebsindividuelle Ausbildungsplan für die Auszubildenden (nach § 6 der Ausbildungsordnung) erstellt.

Wie ein betrieblicher Ausbildungsplan aussehen soll, ist gesetzlich nicht vorgeschrieben. Daher kann er von Ausbildungsbetrieb zu Ausbildungsbetrieb unterschiedlich gestaltet werden. Jedoch soll er dem tatsächlichen Ausbildungsablauf inner- und außerhalb der Ausbildungsstätte entsprechen.

Folgende Informationen können für die Aufstellung eines betrieblichen Ausbildungsplans berücksichtigt werden:

1. **Was** soll vermittelt werden/welche Lernziele mit welchen Schwerpunkten?
2. **Wo**, an welchem Ausbildungsort (Verbundpartner) und Ausbildungsplatz, in welcher Abteilung, ggf. im innerbetrieblichen Unterricht /Workshops soll ausgebildet werden?
3. **Wer** bildet aus/Wer sind die Ausbildungsbetreuer?
4. **Wann** erfolgt die Ausbildung und über welchen Zeitraum/Dauer des Aufenthalts in den Abteilungen?
5. **Wie** soll ausgebildet werden (Lehr- und Lernmethoden)?

Der betriebliche Ausbildungsplan muss vor Ausbildungsbeginn schriftlich vorliegen. Er wird als Bestandteil des Ausbildungsvertrags diesem beigefügt und sollte mit der dazugehörigen Ausbildungsordnung jedem Auszubildenden ausgehändigt und erläutert werden.

Erstellung

Die Angaben und Festlegungen des betrieblichen Ausbildungsplans ergeben sich aus der sachlichen und zeitlichen Gliederung des Ausbildungsrahmenplans (Anlagen der Verordnung) und den betrieb-

lichen Voraussetzungen. Die Lernziele der bundeseinheitlichen Ausbildungsordnung stellen dabei Mindestanforderungen dar.

Der Ausbildungsplan sollte folgende Angaben und Informationen enthalten:

- Erläuterungen und inhaltliche Umsetzung der Berufsbildpositionen des Ausbildungsrahmenplans auf die betrieblichen Möglichkeiten (Der Ausbildungsplan soll sich auf die gesamte Ausbildungszeit erstrecken).
- Angaben zu jedem Lernplatz im ausbildenden Betrieb und zu anderen Lernorten (wenn z. B. im Rahmen eines Ausbildungsverbundes oder in einer überbetrieblichen Einrichtung ergänzend zum ausbildenden Betrieb ausgebildet wird).
- Angaben darüber, welche der Ausbildungsinhalte zu welchem Zeitpunkt und in welchen Zeiträumen vermittelt werden.
- Nennung des verantwortlichen Ausbilders und/oder der ausbildenden Fachkraft/Ausbildungsbeauftragten.
- methodische Hinweise zur Vermittlung, Medien, Materialien usw. (z. B. welche Vermittlungsformen, welches methodische Vorgehen und welche Materialien/Medien eingesetzt werden).

Ausbildungszeiten im Betrieb

Vor der Aufstellung des betrieblichen Ausbildungsplans empfiehlt es sich die für die Ausbildung tatsächlich zur Verfügung stehende Nettozeit zu ermitteln.

Zur Ermittlung der real zur Verfügung stehenden Zeit sind von der Bruttoausbildungszeit (12 Monate pro Jahr) Zeiten für den Berufsschulunterricht, für den Urlaub und die Feiertage abzuziehen.

Beispiel für eine 3jährige Ausbildung

■ Bruttoausbildungszeit	52 Wochen/Jahr
■ Urlaub	- 6 Wochen ¹⁾
■ Berufsschule	- 13,5 Wochen ²⁾
<hr/>	
• Nettoausbildungszeit	32,5 Wochen pro Jahr

Also bleiben für die betriebliche Ausbildung tatsächlich nur jährlich 32,5 Wochen zur Verfügung, abzüglich möglicher Feiertage (ca. 8 Tage).

Das bedeutet, dass dem Betrieb der Auszubildende bei einer 3-jährigen Ausbildung ca. **97 Wochen** zur Verfügung steht.

Die in der zeitlichen Gliederung angegebenen Zeitrahmen sind **Bruttozeiten**, die sich im Mittel auf 12 Monate für jedes Ausbildungsjahr addieren.

Es ist zu beachten, dass die Berufsschulzeiten sich über die Ausbildungsjahre mit den Blockphasen und den Prüfungszeiträumen verschieben. Somit ändern sich für jeden Jahrgang die Ausbildungszeiten leicht.

Es ist empfehlenswert, zuerst bei der IHK die Termine für die schriftliche und praktische Abschlussprüfung zu erfragen und den Durchlauf im Betrieb, also die Erfüllung der Lernziele, ca. eine Woche vor dem Beginn der Prüfungstermine zu terminieren. Denn es kann immer sein, dass der Auszubildende noch Urlaub zur Prüfungsvorbereitung nimmt oder noch Lernziele zu vermitteln sind, die z. B. wegen Krankheit nicht erfüllt wurden.

3.4 Betriebliche Anpassungsmöglichkeiten (Flexibilitätsklausel)

Der Ausbildungsplan der ausbildenden Betriebe kann aufgrund von betrieblichen Besonderheiten hinsichtlich seiner inhaltlichen und zeitlichen Gliederung vom Ausbildungsrahmenplan abweichen.

Die betrieblichen Abweichungen gelten jedoch ausschließlich für die sachliche und zeitliche Reihenfolge der Gliederung, nicht jedoch für den Ausbildungsinhalt; z. B. das Weglassen von Lernzielen, weil sie im Betrieb nicht vermittelt werden können, ist unzulässig (vgl. Abschnitt 1.3).

Dieser als Flexibilitätsklausel bezeichnete Sachverhalt ist aus § 5 der Ausbildungsordnung ableitbar.

Bis zur Abschlussprüfung müssen die im Ausbildungsrahmenplan aufgeführten Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten in ihrer Gesamtheit vermittelt werden.

Muster eines betrieblichen Ausbildungsplans im Abschnitt „Muster/Beispiele“, Seite 116.

3.5 Abstimmung zwischen den Lernorten Ausbildungsbetrieb und Berufsschule

Die berufliche Erstausbildung erfolgt, wie bereits dargestellt, im dualen Berufsbildungssystem.

Charakteristisch für die duale Berufsausbildung ist, dass die Auszubildenden die für die Berufsausübung notwendigen Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten in dem Ausbildungsbetrieb und in der Berufsschule erwerben. Die Verantwortung für die betriebliche Ausbildung hat der ausbildende Betrieb. Die beiden Lernorte wirken bei der Durchführung der Berufsbildung zusammen (Lernortkooperation) (§ 2 Abs. 2 BBiG).

Die Dualität zeigt sich auch in unterschiedlichen Ausbildungsvorschriften:

- Grundlage für die betriebliche Berufsausbildung sind die als Rechtsverordnung erlassenen bundeseinheitlich geltenden Ausbildungsordnungen.

1) vgl. hierzu die gesetzlichen und tarifvertraglichen Regelungen

2) 2 Tage pro Woche, bei 40 Wochen pro Jahr

- Grundlage für die Lehrpläne der Berufsschulen ist der Rahmenlehrplan der Kultusministerkonferenz der Bundesländer (KMK), der von den Ländern in eigene Rahmenlehrpläne umgesetzt werden kann.

Ausbildungsordnungen und Rahmenlehrpläne unterscheiden sich daher sowohl in ihrer Rechtsqualität als auch in ihrem Geltungsbereich.

Die Ausbildungspraxis kann für die Berufsausbildung zum/zur Kaufmann/Kauffrau für Marketingkommunikation auf einen Ausbildungsrahmenplan zurückgreifen, der mit dem Rahmenlehrplan der Kultusministerkonferenz abgestimmt ist. Die Ausbildungsbetriebe erstellen ihre betrieblichen Ausbildungspläne auf der Grundlage des Ausbildungsrahmenplanes, dabei sind betriebliche Gegebenheiten zu berücksichtigen. Gleichzeitig planen die Bildungsgangkonferenzen (Kollegium aller Lehrer/Lehrerinnen, die in den Fachklassen eines Ausbildungsberufes unterrichten) in den Schulen im Rahmen einer so genannten didaktischen Jahresplanung auf Grundlage des KMK-Rahmenlehrplanes und des jeweils abgestimmten Landeslehrplanes Ziele, Inhalte und methodische Gestaltungsschwerpunkte von Unterricht für jedes Ausbildungsjahr.

Die theoretischen und praktischen Ausbildungsinhalte, die die beiden Lernorte Schule und Betrieb vermitteln sollen, müssen verzahnt werden und sich sinnvoll ergänzen, um eine zeitnahe, praxisorientierte und prüfungsbezogene Ausbildung zu gewährleisten. Deswegen ist es empfehlenswert, dass die für die Ausbildung verantwortlichen Vertreter der Betriebe und die Lehrkräfte, die in den Fachklassen des Ausbildungsberufes unterrichten, sich zu Kooperationsgesprächen treffen, um sich über Ausbildungsinhalte abzustimmen.

Um den Informations- und Erfahrungsaustausch zwischen den dualen Partnern zu fördern und die jeweiligen örtlich vorhandenen Gegebenheiten sowohl auf betrieblicher als auch auf schulischer Seite ausreichend zu berücksichtigen, sollten diese Gespräche mindestens zwei bis dreimal im Ausbildungsjahr durchgeführt werden. Es ist sinnvoll, dass an diesen Gesprächen auch Vertreter der örtlichen IHK teilnehmen. Für die Koordinierung sollte die jeweilige Schule und die Gruppe der Ausbildungsbetriebe in einer Stadt oder Region jeweils einen Ansprechpartner benennen.

Je besser diese Abstimmung gelingt, um so erfolgreicher wird die Umsetzung des Ausbildungsberufes Kaufmann/Kauffrau für Marketingkommunikation im Interesse aller Beteiligten gelingen.

3.6 Berufliche Handlungskompetenz

Der sich vollziehende weltweite Wandel in Forschung, Technologie und Managementsystemen bleibt nicht ohne Auswirkungen auf die Qualifikationsanforderungen an die Mitarbeiter der Marketingkommunikationsbranche und damit auch auf die Ausbildung des Nachwuchses. Über die berufliche Fachkompetenz hinaus sollen Fähigkeiten gefördert werden, die die wesentliche Grundlage späterer beruflicher Handlungsfähigkeit bilden.

Berufliche Handlungsfähigkeit als Ziel soll Auszubildende zum selbstständigen Planen, Durchführen und Kontrollieren qualifizierter beruflicher Tätigkeiten befähigen (vgl. § 3 der VO). Um dieses Ziel zu erreichen, werden in der Ausbildung fachliche und fachübergreifende Qualifikationen (Fertigkeiten und Kenntnisse) vermittelt und in diesem

Rahmen **Kompetenzen** gefördert, die sich als Potenziale in konkreten Handlungen realisieren können.

Berufliche Handlungskompetenz: (Definition von Kauffeld & Grote 2002¹⁾)

Alle Fähigkeiten, Fertigkeiten, Denkmethode und Wissensbestände des Menschen, die ihn bei der Bewältigung konkreter sowohl vertrauter als auch neuartiger Arbeitsaufgaben selbstorganisiert, aufgabengemäß, zielgerichtet, situationsbedingt und verantwortungsbewusst - oft in Kooperation mit anderen - handlungs- und reaktionsfähig machen und die sich in der erfolgreichen Bewältigung konkreter Arbeitsanforderungen zeigen.

Die berufliche Handlungskompetenz lässt sich in die folgenden vier Facetten unterteilen:

1. **Fachkompetenz:** organisations-, prozess-, aufgaben- und arbeitsplatzspezifische berufliche Fertigkeiten und Kenntnisse sowie die Fähigkeit, organisationales Wissen sinnorientiert einzuordnen und zu bewerten, Probleme zu identifizieren und Lösungen zu generieren.
2. **Methodenkompetenz:** situationsübergreifend und flexibel einzusetzende kognitive Fähigkeiten beispielsweise zur Problemstrukturierung der Entscheidungsfindung.
3. **Sozialkompetenz:** kommunikativ und kooperativ selbst organisiert zum erfolgreichen Realisieren oder Entwickeln von Zielen und Plänen in sozialen Interaktionssituationen zu handeln.
4. **Selbstkompetenz:** sich selbst einzuschätzen und Bedingungen zu schaffen, um sich im Rahmen der Arbeit zu entwickeln, die Offenheit für Veränderungen, das Interesse aktiv zu gestalten und mitzuwirken und die Eigeninitiative, sich Situationen und Möglichkeiten dafür zu schaffen.

Der gleichberechtigte Anspruch an Methodenkompetenz, sozialer Kompetenz und Selbstkompetenz neben der Fachkompetenz, bilden die Grundlage für berufliche Handlungsfähigkeit²⁾, wie sie in einer sich wandelnden Arbeitswelt notwendig erscheint. (vgl. § 1 Abs. 3 BBiG)

Alle diese Aspekte sind in den Prüfungen zu berücksichtigen.

1) Kauffeld, Simone, Grote, Sven (2002): „Kompetenz - ein strategischer Wettbewerbsfaktor.“ In: Personal, 11, S. 30-32. Vgl. auch: Kauffeld, Simone, Grote, Sven, Frieling, Ekkehart: Das Kasseler-Kompetenz-Raster (KKR), in: Erpenbeck, John, von Rosenstiel, Lutz (Hrsg.) (2003): Handbuch der Kompetenzmessung, S. 261-282. Nähere beispielhafte Erläuterungen insbes. S. 268 f.

2) Die KMK verwendet im Rahmen Ihrer berufsschulischen Zuständigkeit eine andere Definition von „Handlungsfähigkeit“; siehe Rahmenlehrplan der Länder.

4. Aktive Lernformen und Lernmethoden

Die Ausbilder werden mit der Vermittlung der Inhalte des neu geordneten Ausbildungsberufes Kaufmann/ Kauffrau für Marketingkommunikation methodisch und didaktisch zum Teil vor neue Aufgaben gestellt.

Hierbei soll die Vermittlung der Ausbildungsinhalte von folgendem Leitgedanken geprägt werden:

Die Ausbilder werden zunehmend Berater im Lernprozess.

Die Auszubildenden lernen eigenverantwortlich und selbstständig.

Um beruflich handlungsfähig zu werden, sollen Auszubildende spezielle berufliche Fähigkeiten auch im Team entwickeln und miteinander verknüpfen, selbstständig und flexibel eigene Handlungskonzepte entwerfen und praktikable Problemlösungen finden. Entscheidungen sollen sachlich begründet werden; dies ist eine Voraussetzung dafür, Verantwortung übernehmen zu können.

Hierfür haben wir die folgenden Themen zusammengestellt:

Theoretische Einstimmung

- Lernformen
- Didaktische Überlegungen und Prinzipien
- Lerntypen

Erläuterung ausgewählter Lehrmethoden

- Das Lehrgespräch
- Die Leittextmethode
- Die Fallmethode
- Das Rollenspiel
- Die Projektmethode

Aktive Lernformen und -methoden sollen künftigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in die Lage versetzen, sich Informationen zu beschaffen, Aufgaben zu erfassen und selbstständig zu erledigen, Abläufe zu planen, eigenverantwortlich durchzuführen und zu reflektieren. Komplexe Bearbeitungsvorgänge können so erfolgreich bearbeitet werden. Mit der Ausbildung von heute wächst die Kompetenz der Kollegen von morgen heran, die den Wandel und Erfolg von übermorgen maßgeblich gestalten.

4.1 Lernformen

Man kann das Lernen nach vielen verschiedenen Gesichtspunkten einteilen, aber für das Lernen im Betrieb ist die Unterscheidung von zwei Grundformen bedeutsam:

- Das Lernen unter zufälligen Bedingungen
- Das Lernen unter nicht zufälligen Bedingungen (geplantes Lernen)

Arbeitsteilung, Rationalisierung und Einsatz von Informations- und Kommunikationssystemen haben das Verständnis der Vorgänge und Zusammenhänge entscheidend erschwert, so dass ein „Lernen durch Abgucken“ den heutigen Anforderungen an eine gute Ausbildung nicht mehr gerecht wird. Betriebliche Abläufe und Aufgaben sind so komplex geworden, dass die Arbeit heute erklärungsbedürftig ist. Deshalb muss in einem Betrieb das geplante Lernen vorrangig sein, wenn das Ausbildungsziel erreicht werden soll.

In der betrieblichen Ausbildung kann man zwischen zwei bedeutsamen Formen des geplanten Lernens unterscheiden:

- die Unterweisung am Arbeitsplatz
- das selbstgesteuerte Lernen

Die **Unterweisung am Arbeitsplatz** dient in erster Linie der Vermittlung von Fertigkeiten, wobei jedoch nie auf die Wissensvermittlung verzichtet werden soll. Sie vollzieht sich im praktischen Mittun. Die bekannteste Methode der Unterweisung am Arbeitsplatz ist die Vier-Stufen-Methode:

1. Stufe: Vorbereitung

Was muss für die Unterweisung vorbereitet sein?

z. B. ein einfacher übersichtlicher Fall, Unterlagen zum rechtlichen Hintergrund, vielleicht Ausdrucke der Eingabemasken zur Mitschrift der Eingaben, ein Überblick über die einzelnen Bearbeitungsstufen u. a.

2. Stufe: Vorführung des Arbeitsvorganges

Vormachen, erklären, zeigen und erläutern.

Der Ausbilder löst den Fall wobei er Schritt für Schritt erläutert.

3. Stufe: Ausführung durch den Auszubildenden

Nachmachen, selber tun und erklären, korrigieren.

Der Azubi bekommt einen ähnlichen Fall, den er selbst versucht zu lösen. Er präsentiert seine Vorgehensweise und die Lösung, wobei der Ausbilder ihn korrigiert.

4. Stufe: Üben

Allein weiterarbeiten lassen und überprüfen, anerkennen und sachlich kritisieren.

Selbstgesteuertes Lernen ist ein Oberbegriff für alle Lernformen, in denen die Lernenden ihren Lernprozess weitgehend selbst bestimmen und verantworten können. Hierbei können die Lernenden über Aufgaben, Methoden und Zeitaufwand mitentscheiden. Der Ausbilder ist nicht mehr der „Unterweiser“, sondern „Lernberater“, „Moderator“ und „Lernprozessgestalter“.

Vorteile selbstgesteuerten Lernens sind:

- Förderung der persönlichen Autonomie
- Entwicklung der Kritikfähigkeit, Selbstständigkeit und Mündigkeit
- Implementierung ganzheitlicher, handlungsorientierter Lernformen

- Stützung lebenslangen Lernens
- E-Learning
- Erhöhung der Lern- und Arbeitszufriedenheit
- Erhöhung der Motivation

- Prinzip der Anschauung (Anschaulichkeit)
- Prinzip der Praxisnähe
- Prinzip der Erfolgssicherung
- Prinzip der Jugendmäßigkeit (Entwicklungsgemäßheit)
- Prinzip der sachlichen Richtigkeit
- Prinzip der inhaltlichen Klarheit

4.2 Didaktische Überlegungen und Prinzipien

Grundsätze aus der Pädagogik:

- vom Leichten zum Schweren
- vom Einfachen zum Zusammengesetzten
- vom Nahen zum Entfernten
- vom Allgemeinen zum Speziellen
- vom Konkreten zum Abstrakten

Des Weiteren:

- exemplarisch Vorgehen
- Störungen haben Vorrang

Neben diesen Regeln sollte der Ausbilder noch einige **didaktische Prinzipien** beachten:

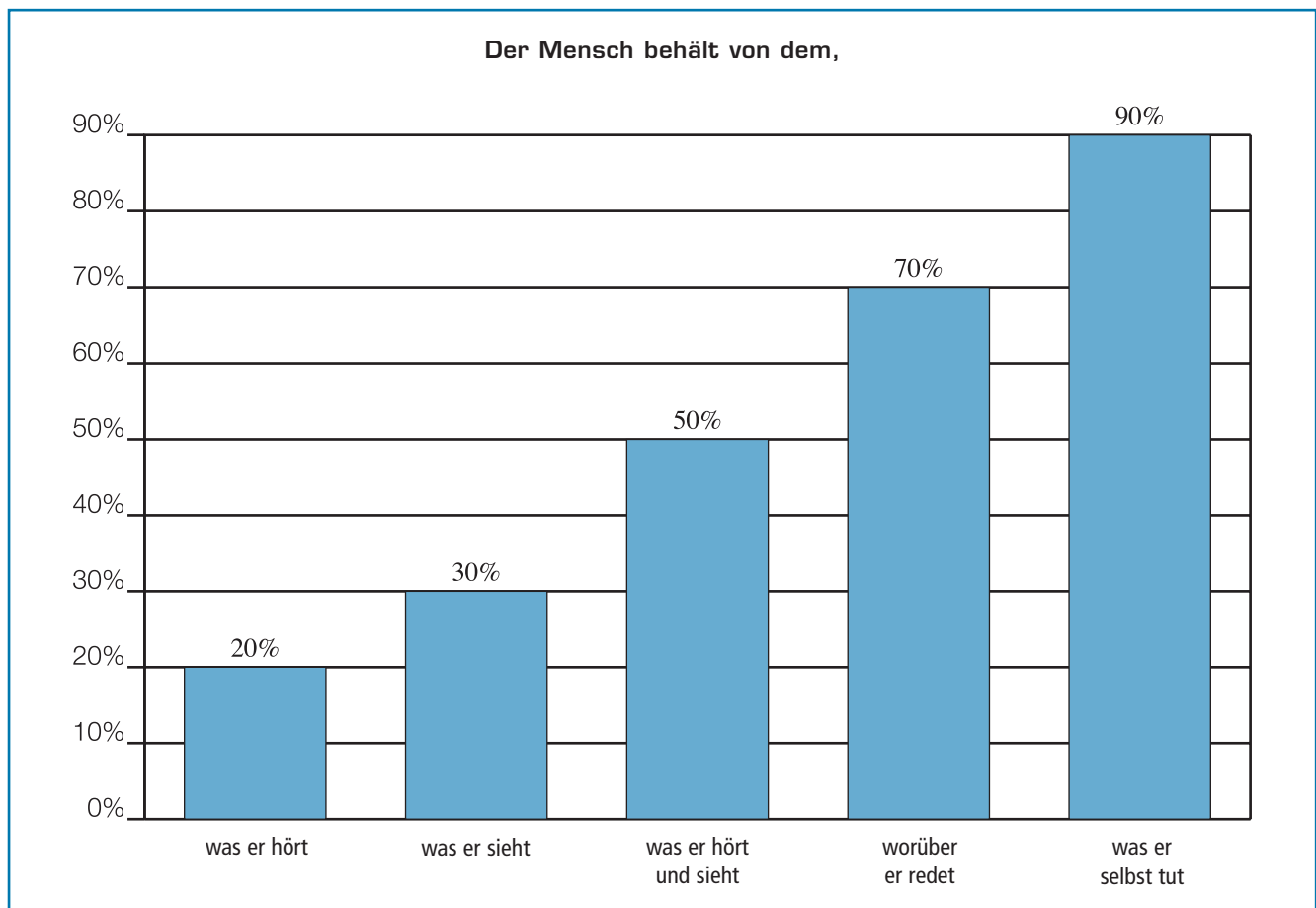
- Prinzip der Aktivität des Auszubildenden (Selbsttätigkeit, selbstorganisiertes Lernen, Handlungsorientierung, Teamarbeit)

4.3 Lerntypen

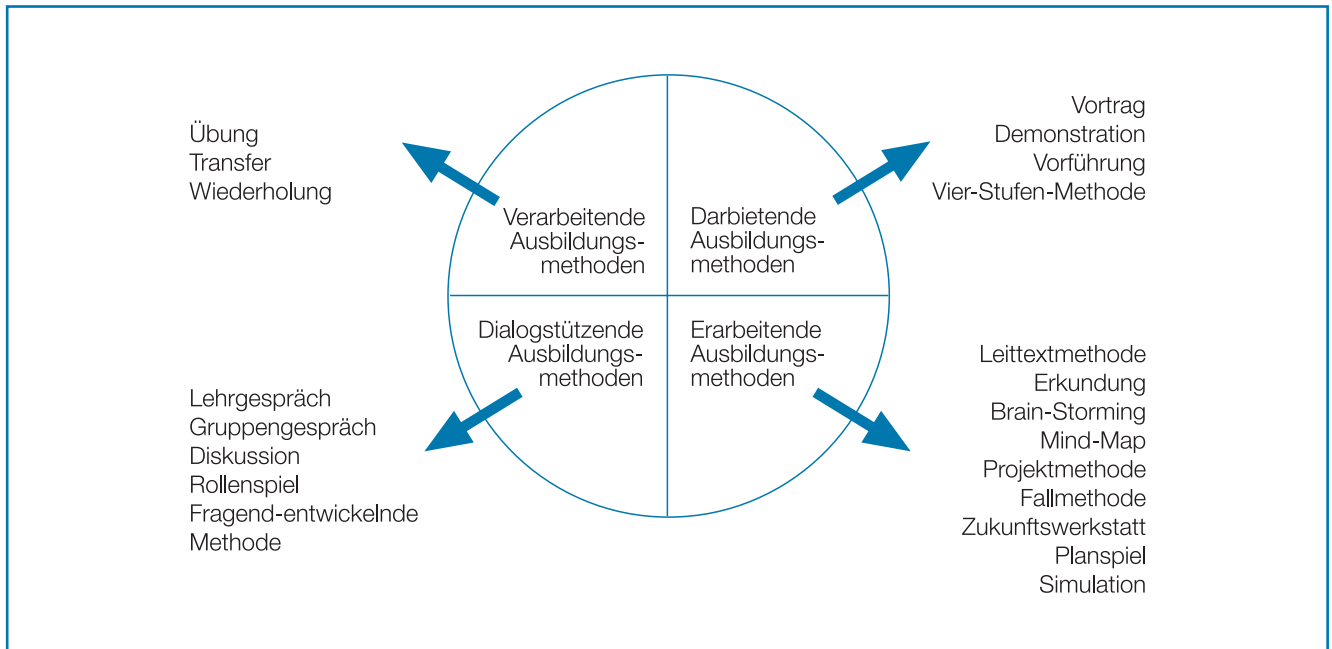
Alle Informationen werden von Menschen über die Sinne aufgenommen. Im Zusammenhang mit dem Lernen spricht man auch von „Eingangskanälen“. Je nach bevorzugter Wahrnehmungsart unterscheidet man folgende Lerntypen:

- auditiver oder akustischer Lerntyp, der durch Zuhören lernt
- visueller oder optischer Lerntyp, der am besten lernt, was er gesehen oder aufgeschrieben hat,
- haptischer bzw. motorischer Lerntyp, der durch eigene Ausführung einer Aufgabe optimal lernt.

Wie die nachfolgende Tabelle verdeutlicht, lernt der Mensch besser, wenn nicht nur ein Sinn, sondern mehrere Sinne angesprochen werden.



Nach dieser theoretischen Darstellung folgt, mit welchen Methoden sich die notwendigen Fachqualifikationen und anderen Kompetenzen für die Auszubildenden trainieren lassen. Beispielhaft werden einige Ausbildungsmethoden aufgeführt:



Einige besonders interessante Lernmethoden werden im folgenden Kapitel näher dargestellt.

4.4 Erklärung/Erläuterung ausgewählter Lernmethoden

• Das Lehrgespräch

Das Lehrgespräch zählt zu den besprechenden Ausbildungsmethoden. Die Gesprächsführung liegt vorzugsweise beim Ausbilder, wichtig ist hier im Gegensatz zum Vortrag, dass die Auszubildenden mit ihrer Erfahrungen zu dem gestellten Thema beitragen. Der Gesprächsverlauf ist auf bestimmte Ergebnisse ausgerichtet. Das Lehrgespräch eignet sich z. B. dazu, die unterschiedlichen Erfahrungen der Auszubildenden zu einer Thematik zusammenzuführen und fortzuentwickeln.

Aufgaben des Ausbilders:

- führt in das Thema ein
- erklärt das Gesprächsziel
- findet die Erfahrungen der Auszubildenden heraus und fasst zusammen oder lässt zusammenfassen

Aufgaben der Auszubildenden:

- bringen ihre Erfahrungen ein
- bemühen sich im Gespräch um die Klärung der Thematik

Ausbildungsziele:

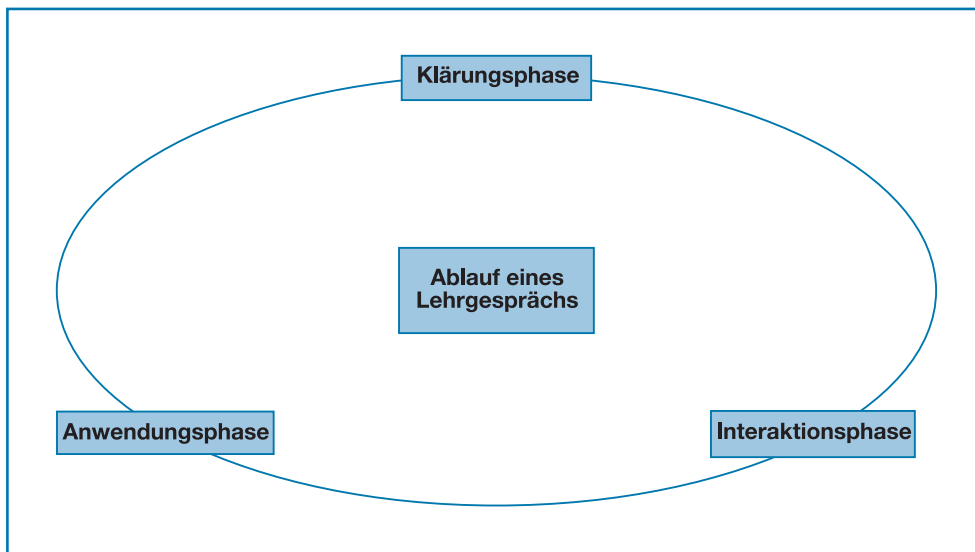
- fachliche Kenntnisse
- Handlungswissen
- Entwicklung der Kommunikationsfähigkeit

Mögliche Probleme:

- Das Lehrgespräch entwickelt sich zum Ausbildervortrag
- Das Lehrgespräch entwickelt sich zur Diskussion mit vorrangiger Darstellung von Standpunkten, so dass das angestrebte sachbezogene Gesprächsergebnis untergeht
- Einzelne Auszubildende reißen die Gesprächsführung an sich
- Der Ausbilder versäumt es, alle Auszubildenden gleichermaßen in das Lehrgespräch einzubeziehen

Ablauf eines Lehrgesprächs

- 1. Stufe: Klären
Einleitung des Gesprächs durch den Ausbilder mit Erläuterung von Anlass, Thema und Ziel; Phase der Fragestellung.
- 2. Stufe: Interaktion
Gesprächsführung durch den Ausbilder mit Aktivierung aller Teilnehmer.
- 3. Stufe: Anwenden
Zusammenfassung der Ergebnisse.



Ablauf eines Lehrgesprächs

• Die Leittextmethode

Der Leittext ist eine weitere Möglichkeit, handlungsorientierte Ausbildungsinhalte zu vermitteln. Das Grundprinzip der Leittextmethode besteht darin, das „Selbst-Lernen“ der Auszubildenden anzuleiten.

Im Rahmen der Berufsausbildung wird diese Form der Selbstorganisation bei der Durchführung von Arbeitsaufgaben eingesetzt. Durch die Anwendung dieser Methode soll der Auszubildende die Möglichkeit erhalten, verstärkt eigene Vorgehens- und Verhaltensweisen auszuprobieren, um so eigene Erfahrungen sammeln zu können und sich in einem Lernprozess für die der Aufgabenstellung angemessene Lösung zu entscheiden.

Der Ausbildung mit Leittexten liegt das Modell der „vollständigen Handlung“ zugrunde. Die Auszubildenden sollen dabei lernen, eine Aufgabe schrittweise zu bearbeiten.

Der Leittext besteht aus

- Leitfragen, die zur Information anleiten
- dem Arbeitsplan, der Hilfestellung zur Planung des Arbeitsablaufs gibt
- dem Kontrollbogen, als Hilfe zur Selbstkontrolle durch den Auszubildenden
- und den Leitsätzen, die die erworbenen Kenntnisse zusammenfassen und somit zur Erfolgs- und Transfersicherung beitragen.

Aufgaben des Ausbilders:

- entwickelt den Leittext (siehe vorher)
- vereinbart die Aufgabenstellung
- unterstützt die Auszubildenden bei den Entscheidungen über den Arbeitsprozess und bei der Bewertung der Ergebnisse
- Ausbilder als „Lernberater“

Aufgaben der Auszubildenden:

- sammeln Informationen
- planen die Arbeit
- führen die Arbeit aus und kontrollieren selbstständig die Ergebnisse

Ausbildungsziele:

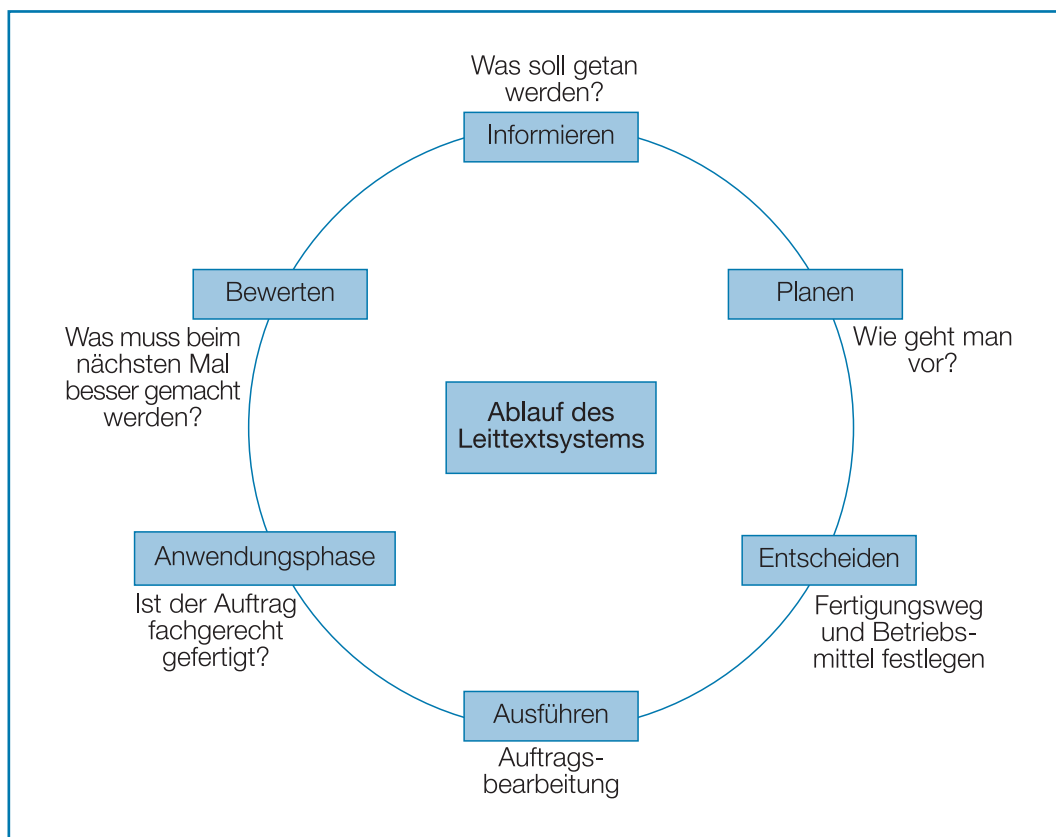
- Entwicklung von selbstständigem Lernen
- Förderung von Planungsfähigkeit
- die Fähigkeit zur selbstständigen Informationsbeschaffung und -verarbeitung wird geschult
- Förderung von Sozialkompetenz (bei der Gruppenarbeit)
- Überblicks- und Zusammenhangswissen wird vermittelt

Mögliche Probleme:

- Die Leittexte sind nicht sorgfältig ausgearbeitet.
- Es fehlen hinreichende Fachinformationen zum selbstorganisierten Lernen.
- Der Ausbilder kümmert sich zu häufig oder zu wenig um den Fortschritt des Auszubildenden.
- Zu wenig und zu späte Hilfe kann Demotivierung und Mutlosigkeit zur Folge haben.
- Der Leittext behandelt eine Aufgabe mit zu großem Umfang. Viele Leittexte haben zu große Aufgaben zum Thema, deren Bearbeitung sich teilweise über Wochen hinzieht. Dies ist eine Verirrung, da die Leittexte schon sehr vorteilhaft zu Aufgaben von wenigen Stunden Dauer eingesetzt werden können.

Ablauf der Leittextmethode

- 1. Stufe: Informieren
Die Auszubildenden erarbeiten sich eine Vorstellung über die gestellte Aufgabe.
- 2. Stufe: Planen
Die Auszubildenden planen Ablauf und Mitteleinsatz.
- 3. Stufe: Entscheiden
Die erarbeiteten Pläne werden mit dem Ausbilder besprochen; dann werden endgültige Entscheidungen über die Arbeitsausführung getroffen.
- 4. Stufe: Ausführen
Die Auszubildenden führen die Arbeit allein oder arbeitsteilig im Team nach dem selbst erstellten Arbeitsplan aus.
- 5. Stufe: Kontrollieren
Die Auszubildenden kontrollieren ihre Arbeitsergebnisse selbst und nehmen Korrekturen vor.
- 6. Stufe: Bewerten
Das Arbeitsergebnis und das Kontrollergebnis werden mit dem Ausbilder gemeinsam bewertet.



Grundschemata des Leittextsystems

• Die Fallmethode

Bei der Fallmethode bearbeiten die Auszubildenden einzeln oder in Gruppen rekonstruierte Praxisfälle, um sich Wissen über die betreffende Praxis anzueignen und ihre Urteils- und Entscheidungsfähigkeit auszubilden. Die Fallmethode kann als Simulationsmethode bezeichnet werden, da aus vorgegebenen Materialien die wesentliche Problematik herausgearbeitet wird. Dazu werden alternative Lösungen entwickelt und die bevorzugte Lösung bewertet. Bevorzugte Ausbildungsinhalte bei dieser Methode sind deshalb Problemsituationen aus der beruflichen Praxis. Entscheidend für den Erfolg der Fallmethode sind geeignete, praxisnahe Fälle bzw. Aufgabenstellungen. Je komplexer der Fall ist, desto mehr eignet er sich zur Gruppenarbeit, wodurch zusätzlich die sozialen Fähigkeiten gefördert werden.

Ziel der Fallmethode ist es, die realen Arbeitsvorgänge so praxisnah wie möglich abzubilden, um damit an die Bedingungen und Anforderungen der Ernstsituation heranzuführen. Das bedeutet, dass sie neben dem Heranführen nur ein „Ersatz“ für das Lernen am Arbeitsplatz sein kann, wenn dieses aus dem einen oder anderen Grund nicht möglich oder sinnvoll ist. Voraussetzung ist, dass die Auszubildenden die zur Bearbeitung notwendigen Grundkenntnisse besitzen.

Aufgaben des Ausbilders:

- Konfrontation der Auszubildenden mit dem Fall
- Organisation der Fall-Bearbeitung

Aufgaben der Auszubildenden:

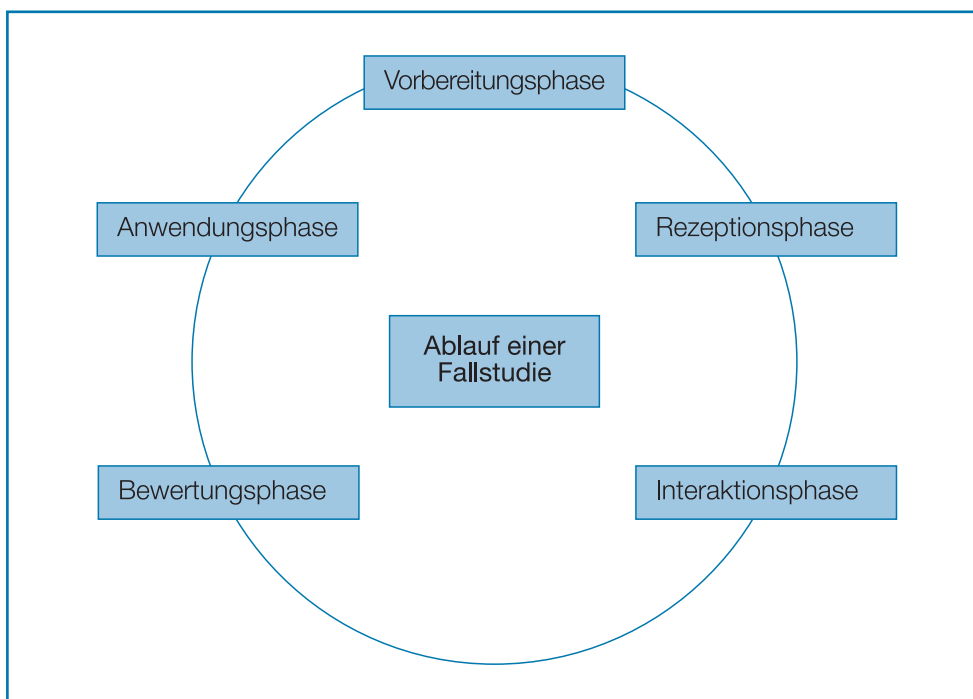
- Analyse des Falles und der enthaltenen Probleme
- Auswertung und Beschaffung von Informationen
- Entwicklung von Lösungsansätzen, Bewertung und Auswahl
- kritische Reflexion der gefundenen Lösung

Ausbildungsziele:

- Förderung der Fähigkeit, Probleme zu erkennen, zu entzerren und zu lösen
- eigene Entscheidungs- und Planungsstrategien entwickeln
- Entscheidungsfähigkeit üben
- Denken in Alternativen
- Fähigkeit, Informationen zu beschaffen, auszuwerten und anzuwenden
- Kommunikationsfähigkeit

Ablauf einer Fallstudie

- 1. Stufe: Vorbereitungsphase
Die Auszubildenden werden mit dem Fall und den Begleitumständen konfrontiert.
- 2. Stufe: Rezeptionsphase (Analysephase)
Hier werden die Informationen aufgearbeitet, Probleme entzerrt und zusätzliche Informationen beschafft.
- 3. Stufe: Interaktionsphase (Bearbeitungsphase)
Verschiedene Lösungsansätze werden erarbeitet und verglichen, sowie geprüft und eine Entscheidung gefällt.
- 4. Stufe: Bewertungsphase
Die Entscheidung wird reflektiert und Argumente werden formuliert.
- 5. Stufe: Anwendungsphase
In dieser Phase wird die gefundene Lösung mit der in der Realität tatsächlich gefällten Entscheidung verglichen.



Phasen der Fallmethode

• Das Rollenspiel

Beim Rollenspiel geht es darum, dass Personen sich in einen gegebenen Sachverhalt und in die Rolle einer anderen (oder der eigenen) Person hineinversetzen und diese Rolle im vorgegebenen Rahmen improvisierend gestalten. Wenn es sich bei der Gestaltung der Rolle um eine schauspielartige Darstellung handelt, bei der neben dem Sprachverhalten die Mimik, die Gestik, die Großmotorik und die Handhabung von Arbeitsmitteln Gegenstand der kritischen Beobachtung der Zuschauer ist, dann spricht man von Rollenspielen. Der Ausbilder übernimmt dabei die Funktion eines „Regisseurs“. Die Methode der Rollenspiele wird hauptsächlich zum Üben von Verkaufsgesprächen, Beratungsgesprächen, Beurteilungsgesprächen, konfliktlösenden Gesprächen oder zur Vorbereitung auf eine mündliche Prüfung angewendet.

In der Rollenspielpraxis kann man unterscheiden zwischen Rückwärts-Rollenspielen und Vorwärts-Rollenspielen: Rückwärts-Rollenspiele werden inszeniert, um soziale Situationen wiederzubeleben, welche die Auszubildenden erlebt haben. Ziel ist es hierbei zu klären, warum sich jemand damals so und nicht anders verhalten hat. Vorwärts-Rollenspiele stellen „Als-ob-Situationen“ her, wie sie die Auszubildenden in Zukunft erleben könnten. Dabei gilt es herauszufinden und auszuprobieren, wie sie sich in diesen Situationen verhalten könnten.

Aufgaben des Ausbilders:

- ermutigt die Rollenspieler
- koordiniert die Rollenspieler und die Beobachter
- gewährleistet, dass das Rollenspiel nicht „aus dem Ruder läuft“
- lenkt die Wahrnehmungen der Beobachter

Aufgaben der Auszubildenden:

- übernehmen Rollen als Spieler oder als zuschauender Beobachter
- nach dem Rollenspiel werten sie die Beobachtungen und die Selbsterfahrungen der Rollenspieler aus

Ausbildungsziele:

- Entwicklung von Sensibilität für Motive und Verhaltensweisen anderer Menschen
- Entwicklung von Einfühlungsvermögen
- Informationsphase

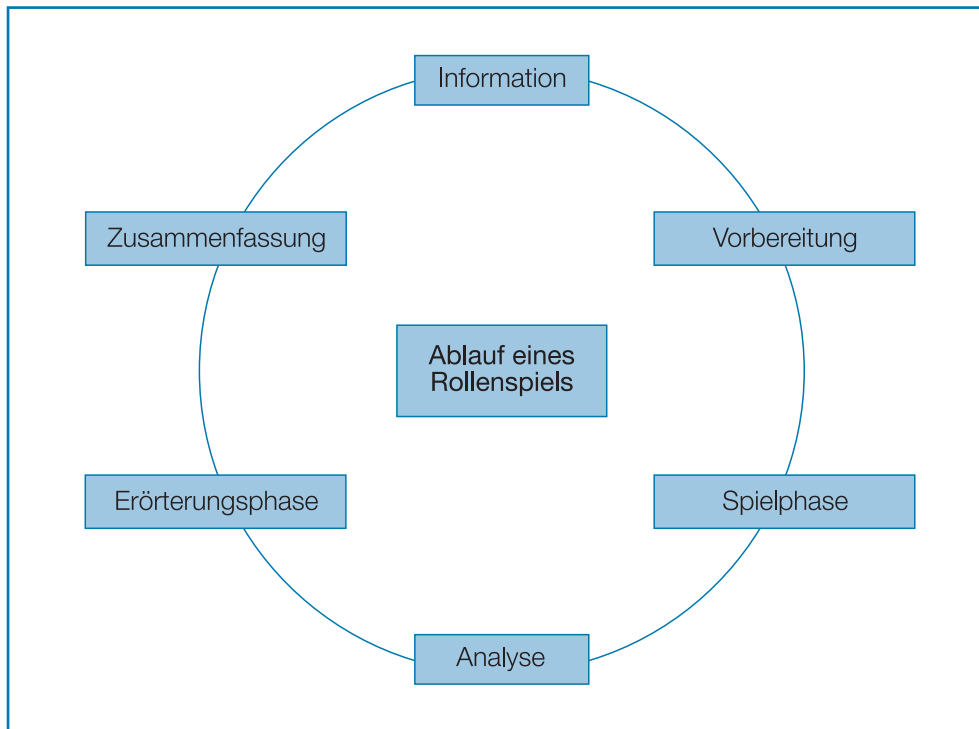
- Entwicklung von Kommunikationsfähigkeit
- Veranschaulichung von Problemen zwischen Menschen
- Aufbau bestimmter Verhaltensmuster
- Abbau unerwünschter Verhaltensweisen

Mögliche Probleme:

- die Rollenspieler werden gedrängt, aus dem Stegreif ihre Rolle auszufüllen, was meist unter fachlichen Gesichtspunkten nicht gelingt
- die Ausbildungsziele werden aus dem Auge verloren, und das Rollenspiel wird zum volkstümlichen Lustspiel
- der Ausbilder vernachlässigt seine Rolle als Regisseur
- die Zuschauer stören durch Lachen, Zurufe
- die Spieler brechen frustriert ab.

Ablauf eines Rollenspiels:

- 1. Stufe: Informieren
Themenbesprechung und Rollenvereinbarung.
- 2. Stufe: Vorbereiten
Vorbereitung auf die Rollen.
- 3. Stufe: Spielen
- 4. Stufe: Analysieren
Analyse der Beobachtungen.
- 5. Stufe: Reflexion
Erörterung der Analyseergebnisse und der Erfahrungen der Rollenspieler.
- 6. Stufe: Zusammenfassen



Ablauf eines Rollenspiels

• Die Projektmethode

Kennzeichen von Projekten ist es, dass die Lernenden an einem praktischen Auftrag, selbstgesteuert und eigenverantwortlich lernen können. Neben der Vermittlung der Fachkompetenz, werden auch Methoden- und Sozialkompetenz erworben. Die Projektaufgaben haben eine gewisse Komplexität, die nicht von vornherein durchschaubar ist. Sie sind stets problemorientiert, aufgaben- und erfahrungsbezogen angelegt. Ebenso wichtig wie das Ergebnis ist die Planung und Durchführung des Projektes. Der Erfahrungszuwachs und das neue Wissen können in den Lernprozess mit eingebracht und in praktisches Handeln umgesetzt werden.

Projekte können einzeln oder in Gruppen durchgeführt werden. Bei Gruppenarbeiten ist – je nach Projektumfang – eine Arbeitsteilung möglich, gegebenenfalls auch die Einsetzung verschiedener Projektgruppen.

Im kaufmännischen Bereich ist die Projektmethode bei allen Arbeiten anwendbar, die einen ganzheitlichen Charakter haben und zu einem fassbaren Ergebnis gebracht werden können.

Aufgaben des Ausbilders:

- Entwicklung einer Projektidee
 - mit Bezug zu beruflichen Arbeiten
 - mit theoretisch und praktisch zu lösendem Problemgehalt
 - mit definierten Lernergebnissen
- Einordnung des beabsichtigten Projektes in den Ausbildungsgang
- Sicherung der räumlichen, technischen und zeitlichen Voraussetzungen für das Projekt
- Hinführung der Auszubildenden zum Projekt

- Bewertung der Ergebnisse und Beurteilung der Arbeitsweisen in Ergänzung zu den Selbstbewertungen und Selbstbeurteilungen der Auszubildenden

Aufgaben der Auszubildenden:

- Planen der Projektarbeit
- Gliederung des Arbeitsablaufs
- Beschaffung von Informationen und Materialien
- Organisation der Arbeit und der Aufgabenteilung
- Selbstkontrolle von Arbeitsfortschritt und Qualität
- Selbstbewertung des Ergebnisses und der Arbeitsweisen

Ausbildungsziele:

- Förderung der Planungsfähigkeit
- Förderung von Selbstorganisationsfähigkeit
- Förderung der sozialen Kompetenzen (bei Gruppenarbeit)

Ablauf eines Projektes:

- 1. Stufe: Informieren
Erörterung der Thematik, Verabredung der Projektaufgabe.
- 2. Stufe: Planen
Planung des Projektablaufs, Planen der Formen der Zusammenarbeit.
- 3. Stufe : Durchführen
Durchführung der geplanten Aufgaben.
- 4. Stufe: Kontrollieren
Beurteilung der Ergebnisse der Projektarbeit, der Handlungsstrategie und des Arbeitsverhaltens der Beteiligten.
- 5. Stufe: Dokumentieren
Dokumentation, damit das Erarbeitete in eine sinnvolle Verwendung überführt werden kann.
- 6. Reflexion
Erkenntnisse für die nächste Projektarbeit.

5. Schriftlicher Ausbildungsnachweis (Berichtsheft, § 7 VO)

Die Auszubildenden haben einen schriftlichen Ausbildungsnachweis zu führen. Ihnen ist Gelegenheit zu geben, den schriftlichen Ausbildungsnachweis während der Ausbildungszeit zu führen. Die Auszubildenden haben den schriftlichen Ausbildungsnachweis regelmäßig durchzusehen.

Manchem Auszubildenden und auch so manchem Betreuer erscheint das Führen des schriftlichen Ausbildungsnachweises wie eine lästige Pflicht. Dabei hat es tatsächlich viele Vorteile, das bisher so genannte Berichtsheft gut zu führen.

Es kann mehr sein als eine notwendige Zulassungsvoraussetzung für die Prüfung.

Vorteile für den Ausbilder:

- Der Ausbilder kann den tatsächlichen Fortschritt der Ausbildung und die Tätigkeiten in der Fachabteilung kontrollieren (§ 14 Abs. 1 Nr. 4 BBiG), hierfür sollte er den schriftlichen Ausbildungsnachweis mindestens monatlich prüfen und abzeichnen.
- Er ermöglicht auch Vergleiche zu anderen Auszubildenden.
- Er gibt dem Ausbilder die Möglichkeit auf nicht erfüllte Lernziele zu reagieren.
- Die Rückgabe bietet Anlass zum Dialog mit den Auszubildenden und Feedback über die Ausbildungsstationen.

Vorteile für den Auszubildenden:

- Er gibt dem Auszubildenden die Möglichkeit, Erlerntes noch einmal zu überdenken und um es zusammenfassend zu dokumentieren.
- Dabei sollte ein deutlicher Bezug zwischen dem Ausbildungsrahmenplan und den Tätigkeiten in den Abteilungen erkennbar sein, in dem die jeweiligen Lernziele mit eingetragen werden.
- Der Auszubildende kann so eigenverantwortlich den Fortschritt seiner Ausbildung kontrollieren.
- Der schriftliche Ausbildungsnachweis gilt daher als Dokumentation für die während der Ausbildungszeit tatsächlich durchgeführten Aufgaben.
- Zur Prüfungsvorbereitung kann der schriftliche Ausbildungsnachweis einen guten Überblick geben.
- Schwerpunkte der Ausbildung für die mündliche Prüfung werden dem Prüfungsausschuss deutlich.

Bedeutung des schriftlichen Ausbildungsnachweises:

Er sollte

- den zeitlichen und sachlichen Ablauf der Ausbildung widerspiegeln.
- selbstständig, regelmäßig und zeitnah geführt werden (mindestens wöchentlich).
- selbsterklärende Stichpunkte oder zusammenhängende Abläufe enthalten.

Der Ausbilder sollte dafür sorgen, dass auch ggf. die gesetzlichen Vertreter des Auszubildenden und die Berufsschule in angemessenen Zeitabständen über den Ausbildungsverlauf informiert werden und dies durch ihre Unterschrift bestätigen.

Vorlagen für den schriftlichen Ausbildungsnachweis sind über den Fachhandel zu beziehen; ein Formular für den PC ist jedoch oft praktischer.

6. Das Ausbildungsprofil in deutscher, englischer und französischer Sprache



Zur Förderung von Transparenz in der Europäischen Union wird bisher als Anlage zum Prüfungszeugnis auch das Ausbildungsprofil ausgehändigt, in dem u.a. die nach der Ausbildung erzielten beruflichen Fähigkeiten aufgeführt sind.

Das jeweilige Ausbildungsprofil wird bisher in Deutsch, Englisch und Französisch ausgefertigt.¹⁾

Siehe nächsten Abschnitt: „Europass“, insbesondere „Zeugnis erläuterungen“



Berufsbezeichnung

Kaufmann für Marketingkommunikation/
Kauffrau für Marketingkommunikation

Ausbildungsdauer

3 Jahre

Arbeitsgebiet

Kaufleute für Marketingkommunikation sind bei Agenturen, Beratungsunternehmen und Dienstleistern sowie in Marketing- und Kommunikationsabteilungen von Unternehmen, Non-Profit-Organisationen und öffentlichen Institutionen tätig. Sie arbeiten insbesondere in den Bereichen klassische Werbung, Dialogmarketing, Public Relations, Promotion, Event, Sponsoring, Multimedia, Messe und Design.

Berufliche Qualifikationen

Kaufleute für Marketingkommunikation

- beraten Kunden in Fragen der Marketingkommunikation
- beobachten und analysieren Märkte und bestimmen Zielgruppen
- entwickeln integrierte Kommunikationskonzepte für Kampagnen und Einzelmaßnahmen

- koordinieren den Kommunikationsmix und bewerten dessen Wirksamkeit
- steuern die kreative Umsetzung
- organisieren und kontrollieren Herstellungsprozesse von Kommunikationsmitteln
- planen und kontrollieren den Einsatz von Medien und Maßnahmen
- sichern die Qualität der arbeitsteilig erbrachten Leistungen
- entwickeln vertragliche Grundlagen für die Zusammenarbeit und für den Erwerb von Rechten und Lizenzen
- planen, kalkulieren und kontrollieren Projektbudgets und wenden betriebliche Controllinginstrumente an

1) Zur Zeit der Drucklegung waren die Übersetzungen noch nicht veröffentlicht.

7. EUROPASS

Europa verändert sich. Mit der zunehmenden internationalen Verflechtung der Wirtschaft und dem raschen technologischen Wandel steigen die Anforderungen an jeden einzelnen. Lebenslanges Lernen wird zu einer wesentlichen Voraussetzung, um erfolgreich am sozialen und wirtschaftlichen Leben teilzunehmen und seine Zukunft zu gestalten.

Auslandsaufenthalte im Rahmen von Ausbildung oder beruflicher Tätigkeit werden gerade für Jugendliche immer wichtiger. Flexibilität und Mobilität werden auf einem gemeinsamen europäischen Arbeitsmarkt immer bedeutender. Wer in seiner Laufbahn einen praxisbezogenen Auslandsaufenthalt vorzuweisen hat, verschafft sich einen Qualifikationsvorsprung und verbessert seine Aufstiegsmöglichkeiten.

Der EUROPASS öffnet Türen zum Lernen und Arbeiten in Europa. Ziel ist es, die Transparenz von im eigenen Land und in anderen europäischen Ländern erworbenen Qualifikationen und Kompetenzen zu verbessern. Der EUROPASS präsentiert deshalb persönliche Fähigkeiten, Kompetenzen und Qualifikationen in verständlicher Form. So kann jeder nach europäischen Vorgaben den EUROPASS-Lebenslauf und den EUROPASS-Sprachenpass erstellen. Für eine bessere Vergleichbarkeit von Abschlüssen aus Studium und Beruf kann man sich die EUROPASS-Zeugnislerläuterung (für die Berufsausbildung), den EUROPASS-Mobilität (bisher: Europass Berufsbildung) oder den EUROPASS-Diplomzusatz (für die Hochschulen) ausstellen lassen. Wichtige Informationen gibt es dazu im Internet unter www.europass-info.de.

1. EUROPASS Lebenslauf

Jeder, der den EUROPASS verwenden möchte, sollte zunächst einmal seinen Lebenslauf erstellen. Im EUROPASS Lebenslauf können die erworbenen Qualifikationen und Kompetenzen systematisch dargestellt werden. Er ersetzt den 2002 eingeführten Europäischen Lebenslauf. Auf den Internetseiten der EU (<http://europass.cedefop.eu.int/>) stehen Formatvorlagen zur Verfügung, mit denen man seinen persönlichen EUROPASS Lebenslauf erstellen kann.

Der EUROPASS Lebenslauf lässt sich dann durch weitere Europass Dokumente ergänzen:

2. EUROPASS Sprachenpass

Nicht nur fachliche Aspekte sind für den Erfolg im Berufsleben relevant. Ein Lern- oder Arbeitsaufenthalt im Ausland hat immer auch eine sprachliche und kulturelle Dimension. Fremdsprachenkenntnisse, die Auszubildende für ihren Beruf benötigen, erwerben sie idealerweise im Umgang mit ausländischen Kollegen bei der gemeinsamen Arbeit. Die Sprachkenntnisse können anhand gemeinsamer, in ganz Europa anerkannter Kriterien erfasst, selbst bewertet und in den EUROPASS Sprachenpass eingetragen werden. Der Pass wird vom Inhaber selbst ausgefüllt und regelmäßig aktualisiert. Als Vorlage dient ein Raster, das dem Sprachenpass beiliegt (<http://www.europass-info.de/de/europass-sprachenpass.asp>). Auf den Internetseiten der EU (<http://europass.cedefop.eu.int/>) stehen Formatvorlagen zur Verfügung mit denen jeder sich seinen persönlichen Sprachenpass erstellen kann.

3. EUROPASS-Zeugnislerläuterung



Die EUROPASS Zeugnislerläuterung wird allen Inhabern eines beruflichen Abschlusszeugnisses ausgestellt werden. Sie stellt ergänzende Informationen zu dem beruflichen Abschlusszeugnis bereit und erleichtert so insbesondere Arbeitgebern und Organisationen im Ausland eine Einschätzung des Originalabschlusses und der Qualifikationen des potenziellen Bewerbers. Jedem Auszubildenden sollen künftig diese mehrsprachigen Zeugnislerläuterungen ausgehändigt werden.

Darüber hinaus ist geplant, alle Zeugnislerläuterungen auch elektronisch im Internet (www.bibb.de) zur Verfügung zu stellen, so dass jeder Interessierte sich darüber informieren und die entsprechenden Zeugnislerläuterung selbst ausdrucken kann.

Die Zeugnislerläuterung soll:

- auf kurze und effektive Art über die für den Beruf relevanten Qualifikationen informieren.
- ein einheitliches, innerhalb der Europäischen Union, akzeptiertes Format darstellen.
- in mindestens eine andere EU-Sprache übersetzt werden.
- ein allgemeines Zusatz-Dokument sein, dass für alle Personen gilt, die den entsprechenden Abschluss erworben haben.

Es bleibt dem Einzelnen überlassen, ob er eine solche Erläuterung verwenden möchte oder nicht!

Die EUROPASS Zeugnislerläuterung ist kein Ersatz für das Originalzeugnis.

4. EUROPASS Mobilität - Anerkennung von Auslandserfahrung

Für alle, die einen Auslandsaufenthalt in einem EU-Land absolviert haben, ist der EUROPASS Mobilität interessant. Er dient europaweit zur Dokumentation von im Ausland erworbenen Qualifikationen und Kompetenzen. Der EUROPASS Mobilität bescheinigt einen innerhalb Europas absolvierten „Lernaufenthalt“: Dies kann ein Praktikum, ein Berufsbildungsabschnitt, eine Weiterbildung oder ein Teil des Studiums sein. Ausgestellt wird der EUROPASS Mobilität von den Organisationen und Einrichtungen, die Teilnehmerinnen und Teilnehmer von Aus- und Weiterbildungsprogrammen entsenden und aufnehmen.

4.1 Auslandsaufenthalte im Rahmen der Ausbildung

Mit dem wachsenden Interesse an Ausbildungsabschnitten und Praktika im Ausland, muss auch die Dokumentation von Lernphasen im Ausland organisiert werden. Mit dem EUROPASS Mobilität hat die Europäische Union ein europaweit einheitliches Dokument geschaffen, das alle im Ausland gemachten Lernerfahrungen dokumentiert. Der EUROPASS Mobilität enthält Angaben zu Inhalten, Zielen sowie Dauer des konkreten Auslandsaufenthaltes. Er vermittelt damit einen genauen Überblick über den Umfang der internationalen Erfahrung und dokumentiert jede Art von Lernaufenthalten im Ausland. Weitere Informationen dazu unter: www.europass-info.de. Der EUROPASS Mobilität ersetzt den EUROPASS Berufsbildung.

Der potenzielle Passinhaber kann den EUROPASS Mobilität nicht auf direktem Wege selbst beantragen. Erste Adresse bei allen Fragen rund um den EUROPASS Mobilität in Deutschland ist die Internationale Weiterbildung und Entwicklung GmbH (InWEnt) in Köln. Als Nationales Europass Center (NEC) ist sie in ein europäisches Netzwerk eingebunden.

4.2 LEONARDO

Das europäische LEONARDO Programm fördert den Austausch von Auszubildenden und Berufsschülerinnen und -schülern in 31 Ländern. Diese haben die Möglichkeit, nicht nur Land und Leute kennen zu lernen und ihre Fremdsprachenkenntnisse zu verbessern, sondern auch zusätzliche berufliche Qualifikationen zu erwerben. Der Auslandsaufenthalt bleibt immer Teil der Ausbildung in Deutschland und wird als solcher anerkannt. Eine Teilnahme sollte nicht dazu führen, dass die Ausbildung länger dauert als ursprünglich geplant. Wie der Aufenthalt im Ausland aussieht, kann von Beruf zu Beruf unterschiedlich sein. Je nach Schwerpunkt des Austausches kann ein langfristiger (drei bis neun Monate) oder kurzfristiger (drei bis zwölf Wochen) Aufenthalt in Frage kommen.

Die Ausbildungsstelle, die für die Gesamtausbildung verantwortlich ist, koordiniert den Austausch für einzelne oder ganze Gruppen. Dazu muss der Betrieb oder die Berufsschule einen ausländischen Partner suchen, mit dem der Austausch durchgeführt werden kann. Jeder, der sich für einen Austausch an eine andere europäische Ausbildungsstätte interessiert, sollte deshalb zuerst seine Ausbilder oder Berufsschullehrer fragen. Diese müssen dann den Antrag zur Förderung des Austauschprojektes und Auslandsaufenthaltes stellen. Weitere Informationen zum Thema LEONARDO gibt es auf der Homepage der nationalen Agentur beim BIBB www.na-bibb.de/leonardo/.

Mit dem LEONARDO-Programm unterstützt die Europäische Union junge Berufstätige auch bei Aufbaukursen oder Weiterbildungsmaßnahmen im europäischen Ausland. In der Regel wird ein Zuschuss oder Stipendium über einen Zeitraum von 3-12 Monaten vergeben. Der finanzielle Zuschuss deckt in der Regel die Aufenthaltskosten (Unterkunft, Verpflegung) und einen Teil der Kosten des Sprachkurses und der Fahrtkosten.

Hinweise zur Prüfung

Die duale Berufsausbildung orientiert sich an den wirtschaftlichen Veränderungen und den aktuellen beruflichen Anforderungen. In die Branche der Marketingkommunikation ist viel Bewegung gekommen. Mit der neuen Ausbildungsordnung der Kaufleute für Marketingkommunikation ist ein neues Berufsbild entstanden, das den vielfältigen Anforderungen der Branche entspricht.

Mit der Prüfung soll die auf den Beruf bezogene Handlungsfähigkeit nachgewiesen werden. Die Prüfung, die sich auf die gesamten Ausbildungsinhalte sowie den beruflich relevanten Lernstoff des Berufsschulunterrichts bezieht, bildet daher die Ausbildung bzw. einen Ausschnitt der späteren Berufstätigkeit ab (§ 38 BBiG).

1. Allgemeine Prüfungsanforderungen

Die zuständigen Stellen (hier die Industrie- und Handelskammern) haben Prüfungsordnungen für das formelle Verfahren von Zwischenprüfung und Abschlussprüfung erlassen. Die Durchführung der Prüfung obliegt dem Prüfungsausschuss, der von der zuständigen Stelle berufen wird (vgl. § 39 BBiG). Der Prüfungsausschuss setzt sich aus Vertretern der Arbeitgeber, Arbeitnehmer sowie Vertretern der Berufsschule zusammen. Er stellt nach Abschluss der Prüfung das Prüfungsergebnis fest.

- wer an der vorgeschriebenen Zwischenprüfung teilgenommen sowie vorgeschriebene schriftliche Ausbildungsnachweise geführt hat und
- wessen Berufsausbildungsverhältnis in das Verzeichnis der Berufsausbildungsverhältnisse eingetragen ist.

Die vorzeitige Zulassung zur Abschlussprüfung ist auf Antrag dann möglich, wenn die Leistungen des Auszubildenden dies rechtfertigen (§ 45 Abs. 1 BBiG).

Zulassung zur Abschlussprüfung:

Die zuständige Stelle lässt zur Abschlussprüfung zu, wer folgende Bedingungen erfüllt (vgl. § 43 Abs. 1 BBiG):

- wer die Ausbildungszeit zurückgelegt hat oder wessen Ausbildungszeit nicht später als zwei Monate nach dem Prüfungstermin endet,

Eine Zulassung (vgl. § 45 Abs. 2 BBiG) zur so genannten Externenprüfung ist möglich, wenn durch Vorlage von Zeugnissen oder auf sonstige Weise einschlägige Berufserfahrung nachgewiesen wird (mindestens das Eineinhalbfache der Ausbildungszeit, hier 4 1/2 Jahre), durch die der Bewerber die berufliche Handlungsfähigkeit erworben hat, die die Zulassung zur Prüfung rechtfertigt.

2. Prüfungsgegenstand

In der Verordnung über die Berufsausbildung zum/zur Kaufmann/Kauffrau für Marketingkommunikation ist als Ausbildungsziel vorgegeben, dass die Auszubildenden zur Ausübung einer qualifizierten beruflichen Tätigkeit befähigt werden, die insbesondere selbstständiges Planen, Durchführen und Kontrollieren einschließt.

Diese Befähigung, auch als berufliche Handlungsfähigkeit bezeichnet, ist sowohl in der Zwischenprüfung als auch in der Abschlussprüfung nachzuweisen. Dies ist bei der Aufgabengestaltung und -formulierung zu berücksichtigen.

Gegenstand der Prüfung sind die Inhalte der Ausbildungsordnung und der gemäß dem Rahmenlehrplan im Berufsschulunterricht vermittelte Lehrstoff, soweit er für die Berufsausbildung wesentlich ist (§ 8 und § 9 der Ausbildungsverordnung). Mit der Abschlussprüfung wird am Ende der Ausbildung festgestellt, ob und in welchem Ausmaß die Prüflinge für die Ausübung des erlernten Berufs geeignet sind. Leistungsbewertungen aus Berufsschule und Betrieb gehen nicht in die Bewertung der Prüfung ein. Der Betrieb stellt ein eigenes Zeugnis aus; die Berufsschulen vergeben eigene Zeugnisse. Auf Antrag des Auszubildenden können die Abschlussnoten der Berufsschule auf dem IHK-Zeugnis gesondert ausgewiesen werden.

3. Zwischenprüfung

Die Zwischenprüfung für die Berufsausbildung Kaufmann/Kauffrau für Marketingkommunikation erstreckt sich auf die in Anlagen 1 bzw. 2 für das **erste Ausbildungsjahr** aufgeführten Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten der Verordnung sowie den im Berufsschulunterricht entsprechend dem Rahmenlehrplan zu vermittelnden Lehrstoff, soweit er für die Berufsausbildung wesentlich ist (§ 8 Abs. 2 der Ausbildungsordnung).

Ziel der Zwischenprüfung ist es, dass Auszubildende und Auszubildende eine Orientierung über den bis zu diesem Zeitpunkt erworbenen Ausbildungsstand erhalten, um bei Bedarf korrigierend auf die weitere Ausbildung einwirken zu können. Dabei hat das Ergebnis der Zwischenprüfung keine rechtlichen Folgen für die Fortsetzung des Ausbildungsverhältnisses. Eine Wiederholung der Prüfung ist daher nicht notwendig.

Aber:

Die Teilnahme an der Zwischenprüfung ist Voraussetzung für die Zulassung zur Abschlussprüfung.

Termin der Zwischenprüfung

Die Zwischenprüfung soll in der Mitte des zweiten Ausbildungsjahres durchgeführt werden. Der Termin wird von der Industrie- und Handelskammer bestimmt.

Der ausbildende Betrieb ist verpflichtet, die Auszubildenden rechtzeitig zur Prüfung anzumelden und für die Prüfung freizustellen. Einige Kammern laden auch von sich aus zur schriftlichen Zwischenprüfung ein.

Prüfungsdauer und Prüfungsgegenstand:

- Prüfungsdauer:
die Prüfung ist schriftlich in **höchstens 120 Minuten** durchzuführen.
- Prüfungsinhalt:
die Zwischenprüfung ist schriftlich anhand praxisbezogener Aufgaben oder Fälle in folgenden Prüfungsgebieten durchzuführen:

1. Arbeitsgestaltung und Informationsverarbeitung,
2. Planung von Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen,
3. Kaufmännische Geschäftsprozesse,
4. Wirtschafts- und Sozialkunde.

Teilnahmebescheinigung

Die zuständige IHK stellt eine Teilnahmebescheinigung aus. Das Ergebnis der Zwischenprüfung ist auch dem Betrieb mitzuteilen. Anhand der erzielten Leistungen können die Auszubildenden und der Betrieb erkennen, wie der erzielte Ausbildungsstand ist und welche Leistungen verbesserungsbedürftig sind.

4. Abschlussprüfung

Durch die Abschlussprüfung ist festzustellen, ob der Prüfling die berufliche Handlungsfähigkeit erworben hat. In ihr soll der Prüfling nachweisen, dass er die erforderlichen beruflichen Fertigkeiten beherrscht, die notwendigen beruflichen Kenntnisse und Fähigkeiten besitzt und mit dem im Berufsschulunterricht zu vermittelnden, für die Berufsausbildung wesentlichen Lehrstoff vertraut ist. Die Ausbildungsordnung ist zugrunde zu legen (§ 38 BBiG).

Mit dem Bestehen der Abschlussprüfung ist das Ausbildungsverhältnis beendet und der Prüfling darf die Berufsbezeichnung Kaufmann/Kauffrau für Marketingkommunikation verwenden.

Der Ausbildungsbetrieb hat die Pflicht,

- den Auszubildenden rechtzeitig zur Prüfung anzumelden,
- den Auszubildenden für die Teilnahme freizustellen,
- die Prüfungsgebühr zu bezahlen und
- eventuell erforderliche Materialien zur Verfügung zu stellen.

Gliederung der Prüfung

Die Prüfung besteht aus vier Prüfungsbereichen:

schriftlich

1. Entwicklung von Marketing- und Kommunikationskonzepten,
 2. Umsetzung und Steuerung von Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen,
 3. Wirtschafts- und Sozialkunde,
- und mündlich
4. Fallbezogenes Fachgespräch.

Schriftliche Prüfung:

Prüfungsbereich:

„Entwicklung von Marketing- und Kommunikationskonzepten“
in höchstens **150 Minuten**.

Der Prüfling soll praxisbezogene Aufgaben oder Fälle aus folgenden Gebieten bearbeiten:

- a) Marktanalyse und Zielgruppenbestimmung,
- b) Marketing- und Kommunikationsplanung,
- c) Maßnahmenkonzeption und Feinplanung des Medieneinsatzes,
- d) Budgetplanung und Kalkulation.

Dabei soll er zeigen, dass er Sachverhalte und Zusammenhänge analysieren sowie Marketing- und Kommunikationskonzepte ergebnis- und kundenorientiert entwickeln kann.

Prüfungsbereich:

„Umsetzung und Steuerung von Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen“
in höchstens **90 Minuten**.

Der Prüfling soll praxisbezogene Aufgaben oder Fälle aus folgenden Gebieten bearbeiten:

- a) Beauftragung von Dienstleistern,
- b) Herstellung und Medieneinsatz,
- c) Maßnahmencontrolling.

Dabei soll der Prüfling zeigen, dass er Arbeitsabläufe organisieren und steuern, Ergebnisse kontrollieren und daraus kaufmännische Schlussfolgerungen ableiten kann. Ferner soll er zeigen, dass er rechtliche Vorschriften beachten und Aspekte der Wirtschaftlichkeit berücksichtigen kann.

Prüfungsbereich:

„Wirtschafts- und Sozialkunde“
in höchstens **60 Minuten**.

Dabei soll der Prüfling zeigen, dass er wirtschaftliche und gesellschaftliche Zusammenhänge der Berufs- und Arbeitswelt darstellen kann.

Mündliche Prüfung:

Prüfungsbereich:

„Fallbezogenes Fachgespräch“
in höchstens **20 Minuten**.

Der Prüfling soll im Rahmen eines Fachgesprächs anhand einer von zwei ihm zur Wahl gestellten praxisbezogenen Aufgaben zeigen, dass er Aufgabenstellungen analysieren, Lösungsvorschläge erarbeiten und präsentieren sowie kundenorientiert kommunizieren kann. Bei der Aufgabenstellung ist der betriebliche Bereich, in dem der Auszubildende überwiegend ausgebildet wurde, zu berücksichtigen. Dem Prüfling ist nach Wahl der Aufgabe eine Vorbereitungszeit von höchstens 20 Minuten einzuräumen.

Durchführung des Fachgesprächs

Im Fachgespräch mit den Prüfern soll der Prüfling die fachbezogenen Probleme und deren Lösungen bei der Durchführung der Arbeitsaufgabe aufzeigen, seine Vorgehensweise bei der Durchführung begründen und die für die Arbeitsaufgabe wesentlichen fachlichen Hintergründe erläutern.

Vorbereitung und Durchführung des Fachgesprächs durch den Prüfungsausschuss:

- Die Zeit zur Durchführung des Fachgesprächs liegt innerhalb der Zeitvorgabe für die Arbeitsaufgaben.
- Das Fachgespräch kann aus mehreren Gesprächsphasen bestehen, wenn aus organisatorischen und/oder fachlichen Erwägungen eine Aufteilung sinnvoll erscheint. Es soll nach der Fertigstellung der Arbeitsaufgaben oder ggf. nach der Fertigstellung von Auftragsteilen geführt werden.
- Das Fachgespräch ist **keine mündliche Prüfung** im herkömmlichen Sinn. Es bezieht sich thematisch auf die Arbeitsaufgabe.
- Das Fachgespräch ist keine einseitige Wissensabfrage. Es stellt kein von der Praxis losgelöstes Fachbuchwissen in den Vordergrund, sondern wird als Gespräch in einer Arbeitssituation geführt.
- Der Prüfungsausschuss sollte zu Beginn den groben Ablauf des Fachgesprächs bekannt geben.
- Er bittet den Prüfling zunächst, seine Ausführung der Arbeitsaufgabe zu erläutern und unterlässt in der Anfangsphase jegliche Kritik an den Ausführungen.
- Darauf aufbauend schließt sich die Fragestellung des Prüfungsausschusses an.
- Der Prüfungsausschuss ermöglicht dem Prüfling, evtl. fehlerhafte Ausführungen zu überdenken und Alternativen vorzuschlagen.
- Die Beurteilung des Fachgesprächs erfolgt anhand objektiv nachvollziehbarer Bewertungskriterien, die der Prüfungsausschuss vorher festgelegt hat.

Prüferrolle

Prüfer und Prüferinnen

- fungieren nicht als „Richter“, sondern als Fachleute oder nehmen die Perspektive des interessierten Kunden ein.
- stellen die Leistungsstärken des Prüflings und nicht seine Leistungsschwächen in den Vordergrund.
- berücksichtigen die Besonderheiten einer Prüfungssituation.
- überprüfen die Richtigkeit und Plausibilität der Argumentation des Prüflings.
- nutzen die Erläuterungen des Prüflings zur vertiefenden Auseinandersetzung.
- setzen fachliche Aspekte der Arbeitsaufgabe des Prüflings in Beziehung zu fachübergreifenden Gesichtspunkten, z. B. Qualitätssicherung.
- geben Impulse beim „Blackout“ des Prüflings.

Prüfungsaufgaben

Praxisorientierte Prüfungsaufgaben sollen die Aussagefähigkeit der Prüfungsergebnisse - bezogen auf die Erfüllung der zu erwartenden beruflichen Anforderungen - stärken. Das soll an berufstypischen Aufgaben nachgewiesen werden. Nur Inhalte, die für die Ausübung qualifizierter beruflicher Tätigkeiten von Bedeutung sind, sollen Gegenstand der Prüfung sein. Ein anderer Aspekt ist das Herausgreifen einer vollständigen und in sich abgeschlossenen Handlungssituation, in der die Fähigkeit zur Lösung komplexer und praxisrelevanter Arbeitsaufgaben nachgewiesen werden soll.

Aufgrund des Anspruches an eine handlungsorientierte Ausbildung und praxisnahe Prüfungen wird empfohlen, den Anteil an programmierten Aufgabenstellungen in der schriftlichen Abschlussprüfung (insbesondere Multiple Choice) gering zu halten (d.h. weniger als 25%).

Die Prüflinge sollten Aufgabenstellungen vorfinden, die ihnen von der betrieblichen Praxis her bekannt sind.

Da Prüflinge eines Ausbildungsganges aus unterschiedlich strukturierten Betrieben kommen, hat die Gleichwertigkeit der Prüfungsaufgaben Vorrang vor der Einheitlichkeit. Die in der Ausbildungsordnung festgelegten Prüfungsanforderungen beschreiben in zusammengefasster Form relativ offen, was geprüft werden soll. Die Prüfungsergebnisse sollen vergleichbar sein. Die Prüflinge sollen gleiche Prüfungsbedingungen und gleiche Chancen bei der Bewertung erhalten.

Bestehensregel:

Die Abschlussprüfung ist bestanden, wenn folgende Mindestleistungen kumulativ erbracht werden

Entwicklung von Marketing- und Kommunikationskonzepten	in zwei dieser drei Bereiche ausreichende Leistungen	im Gesamtergebnis mindestens ausreichende Leistungen
Umsetzung und Steuerung von Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen		
Wirtschafts- und Sozialkunde		
Fallbezogenes Fachgespräch	ausreichende Leistungen	

Werden die Prüfungsleistungen in einem Prüfungsbereich mit „ungenügend“ bewertet, so ist die Prüfung nicht bestanden.

Bei der Ermittlung des Gesamtergebnisses haben die einzelnen Prüfungsbereiche folgendes Gewicht:

- Entwicklung von Marketing- und Kommunikationskonzepten 30 Prozent,
- Umsetzung und Steuerung von Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen 30 Prozent,
- Wirtschafts- und Sozialkunde 10 Prozent,
- Fallbezogenes Fachgespräch 30 Prozent.

Mündliche Ergänzungsprüfung

Sind die Prüfungsleistungen in bis zu zwei schriftlichen Prüfungsbereichen mit „mangelhaft“ und in den übrigen schriftlichen Prüfungsbereichen mit mindestens „ausreichend“ bewertet worden, so ist auf Antrag des Prüflings oder nach Ermessen des Prüfungsausschusses in einem der mit „mangelhaft“ bewerteten Prüfungsbereiche die schriftliche Prüfung durch eine mündliche Prüfung von etwa 15 Minuten zu ergänzen, wenn diese für das Bestehen der Prüfung den Ausschlag geben kann. Der Prüfungsbereich ist vom Prüfling zu bestimmen. Bei der Ermittlung des Ergebnisses für diesen Prüfungsbereich sind die Ergebnisse der schriftlichen Arbeit und der mündlichen Ergänzungsprüfung im Verhältnis 2 : 1 zu gewichten.

Zusammenfassung:

Prüfungs...	Zwischenprüfung	Abschlussprüfung	
	schriftlich	schriftlich	mündlich
-struktur	schriftlich	schriftlich	mündlich
-termine	Siehe zuständiger Prüfungsausschuss (IHK)		
-dauer	120 Minuten (max.)	300 Minuten (max.)	20 Minuten (max.)
-form	praxisbezogene Aufgaben oder Fälle:	praxisbezogene Aufgaben oder Fälle	Fallbezogenes Fachgespräch
-bereiche und gebiete mit Bearbeitungszeit	<ul style="list-style-type: none"> - Arbeitsgestaltung und Informationsverarbeitung, - Planung von Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen, - Kaufmännische Geschäftsprozesse, - Wirtschafts- und Sozialkunde. 	<p>Entwicklung von Marketing- und Kommunikationskonzepten max. 150 Min.:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Marktanalyse und Zielgruppenbestimmung, - Marketing- und Kommunikationsplanung, - Maßnahmenkonzeption und Feinplanung des Medieneinsatzes, - Budgetplanung und Kalkulation. <p>Umsetzung und Steuerung von Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen, max. 90 Min.:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Beauftragung von Dienstleistern, - Herstellung und Medieneinsatz, - Maßnahmencontrolling. <p>Wirtschafts- und Sozialkunde, max. 60 Min.:</p> <ul style="list-style-type: none"> - wirtschaftliche und gesellschaftliche Zusammenhänge der Berufs- und Arbeitswelt 	<p>auf der Grundlage von zwei zur Wahl gestellten praxisbezogenen Aufgaben, max. 20 Min.</p> <p>Vorbereitungszeit von höchstens 20 Minuten.</p>
Gewichtung		<ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung von Marketing- und Kommunikationskonzepten 30 % • Umsetzung und Steuerung von Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen 30 % • Wirtschafts- und Sozialkunde 10 % 	Fallbezogenes Fachgespräch 30 %

Wiederholung der Abschlussprüfung

Bei Nichtbestehen der Abschlussprüfung kann diese höchstens zwei Mal wiederholt werden (vgl. § 37 BBiG). Der Prüfling kann daher verlangen, dass das Ausbildungsverhältnis bis zur nächsten Wiederholungsprüfung, jedoch maximal um 1 Jahr verlängert wird (§ 21 Abs. 3 BBiG).

Zeugnisse

Nach bestandener Abschlussprüfung stellt die zuständige Stelle (IHK) ein Prüfungszeugnis aus, aus dem die Ergebnisse zu entnehmen sind, die zu der Gesamtnote geführt haben (vgl. § 37 Abs. 2 BBiG).

Dem Zeugnis ist auf Antrag des Auszubildenden eine englischsprachige und eine französischsprachige Übersetzung beizufügen. Auf Antrag des Auszubildenden kann das Ergebnis berufsschulischer Leistungsfeststellungen auf dem Zeugnis ausgewiesen werden (§ 37 Abs. 3 BBiG).

Die Berufsschule erstellt ihrerseits ein Abschlusszeugnis.

Der Betrieb ist ebenfalls verpflichtet, dem Auszubildenden bei Beendigung des Berufsausbildungsverhältnisses ein Zeugnis auszustellen.

Das Zeugnis muss Angaben enthalten über Art, Dauer und Ziel der Berufsausbildung sowie über die erworbenen Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten des Auszubildenden.

Auf Verlangen des Auszubildenden sind auch Angaben über Verhalten und Leistung aufzunehmen (§ 16 BBiG).

5. Checkliste zur Prüfungsvorbereitung

Nachfolgende Checkliste soll bei der Organisation und Durchführung der Prüfungsvorbereitung wichtige Hilfestellungen geben.

<input type="checkbox"/>	• Stellen Sie sicher, dass Sie oder ein anderer qualifizierter Ansprechpartner für alle auftretenden Fragen zur Verfügung stehen!	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	• Informieren Sie Ihre Auszubildenden umfassend über den Ablauf der Prüfung und alle Modalitäten in deren Zusammenhang!	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	• Informieren Sie sich rechtzeitig über die Termine und Fristen der Abschlussprüfung bei der für Sie zuständigen IHK!!	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	• Sprechen Sie frühzeitig über Urlaub bzw. Freistellung vor oder im Zusammenhang mit der Prüfung, damit Sie und Ihre Auszubildenden Planungssicherheit gewinnen!	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	• Motivieren Sie Ihre Auszubildenden!	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	• Nutzen Sie Kurse der Berufsschule oder anderer Anbieter, um Ihre Auszubildenden zusätzlich auf die Prüfung vorzubereiten!	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	• Fördern Sie eigeninitiiertes Lernen!	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	• Stellen Sie Ihren Auszubildenden ausreichend Zeit, Material (z. B. Prüfungskatalog, Übungsaufgaben, etc.) und möglichst einen geeigneten Raum zur Verfügung!	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	• Entlasten Sie Ihre Auszubildenden angemessen!	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	• Beachten Sie, ob es sich um eine vorzeitige Anmeldung zur Prüfung oder eine „normale“ Anmeldung handelt, denn dafür benötigen Sie unterschiedliche Antragsformulare!	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	• Stellen Sie der IHK die Ausbildungsnachweise Ihrer Auszubildenden rechtzeitig zur Verfügung, damit der Prüfungsausschuss sich einen Überblick über betriebliche Besonderheiten verschaffen und ggf. in der Prüfung berücksichtigen kann!	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	• Nutzen Sie ggf. die Formulare der Kammern, die meist in elektronischer Form über das Internet zu bekommen sind!	<input type="checkbox"/>

Muster/Beispiele

1. Muster eines Ausbildungsvertrags mit Erläuterungen

Ausbildungsvertragsmuster

- Hauptausschuss des Bundesinstituts für Berufsbildung beschließt Empfehlung -

Der Hauptausschuss des Bundesinstituts für Berufsbildung (BIBB) hat folgende Empfehlung verabschiedet, die die Empfehlung des Bundesausschusses für Berufsbildung vom 9. Juni 1971 zum Berufsausbildungsvertrag und die Empfehlung des Bundesausschusses für Berufsbildung vom 24. August 1971 -Merkblatt zum Berufsausbildungsvertrag- ersetzt:

Die Novellierung des Berufsbildungsgesetzes mit Wirkung zum 1. April 2005 erfordert die grundlegende Überarbeitung und Aktualisierung des „Musters eines Berufsausbildungsvertrages“ sowie des dazugehörigen „Merkblattes zum Muster eines Berufsausbildungsvertrages“, die jeweils auf Beschlüssen des ehemaligen Bundesausschusses für Berufsbildung aus dem Jahr 1971 beruhen.

Der Hauptausschuss des Bundesinstituts für Berufsbildung empfiehlt den Vertragspartnern eines Berufsausbildungsverhältnisses, das anliegende Ausbildungsvertragsmuster sowie das erläuternde Merkblatt dem Vertragsverhältnis zugrunde zu legen.

Ausbildungsvertragsmuster und Merkblatt

Berufsausbildungsvertrag (§§ 10, 11 Berufsbildungsgesetz – BBiG)

Zwischen

.....

 (Name und Anschrift des Ausbildenden (Ausbildungsbetriebs))¹

und

.....

 (Name und Anschrift der/des Auszubildenden)

geb. am

.....
 gesetzlich vertreten durch²

¹ Zur Erfüllung der vertraglichen Verpflichtungen der Ausbildenden können mehrere natürliche oder juristische Personen in einem Ausbildungsverbund zusammenwirken, soweit die Verantwortlichkeit für die einzelnen Ausbildungsabschnitte sowie für die Ausbildungszeit insgesamt sichergestellt ist (Verbundausbildung, § 10 Abs. 5 BBiG).

² Vertretungsberechtigt sind beide Eltern gemeinsam, soweit nicht die Vertretungsberechtigung nur einem Elternteil zusteht. Ist ein Vormund bestellt, so bedarf dieser zum Abschluss des Ausbildungsvertrages der Genehmigung des Vormundschaftsgerichtes.

wird nachstehender Berufsausbildungsvertrag zur Ausbildung im Ausbildungsberuf

.....

nach Maßgabe der Ausbildungsordnung³ geschlossen:

§ 1 – Dauer der Ausbildung

1. Dauer

Die Ausbildungsdauer beträgt nach der Ausbildungsordnung Jahre/Monate.

a) Auf die Ausbildungsdauer wird die Berufsausbildung zum⁴ bzw.
eine berufliche Vorbildung in⁵
mit Monaten angerechnet.

b) Die Ausbildungsdauer verkürzt sich vorbehaltlich der Entscheidung der zuständigen Stelle
aufgrund um Monate.⁶

Das Berufsbildungsverhältnis beginnt am
und endet am⁷

2. Probezeit

Die Probezeit beträgt Monate⁸. Wird die Ausbildung während der Probezeit um mehr als ein Drittel dieser Zeit unterbrochen, so verlängert sich die Probezeit um den Zeitraum der Unterbrechung.

³ Gem. § 104 Abs. 1 BBiG und § 122 Abs. 4 HwO sind die vor dem 1. September 1969 bestehenden Ordnungsmittel anzuwenden, solange eine Ausbildungsordnung nicht erlassen ist.

⁴ Eine vorgehende Berufsausbildung kann auf die Ausbildungsdauer angerechnet werden, sofern die dem Vertrag zugrunde liegende Ausbildungsordnung eine Anrechnungsmöglichkeit nach § 5 Abs. 2 Nr. 4 BBiG vorsieht.

⁵ Für die Anrechnung beruflicher Vorbildung durch den Besuch eines Bildungsganges berufsbildender Schulen oder der Berufsausbildung in einer sonstigen Einrichtung gelten bis 31. Juli 2006 die Bundesverordnungen für die Berufsgrundbildungsjahre und Berufsfachschulen. Danach können die Länder durch Rechtsverordnung bestimmen, ob Bewerber einen Rechtsanspruch auf Anrechnung haben bzw. ob eine obligatorische Anrechnung erfolgt. Spätestens ab 1. August 2009 bedarf eine Anrechnung des gemeinsamen Antrages der Auszubildenden und Ausbildenden (§ 7 BBiG).

⁶ Nach § 8 Abs. 1 BBiG hat die zuständige Stelle auf gemeinsamen Antrag der/des Auszubildenden und Ausbildenden die Ausbildungsdauer zu verkürzen, wenn zu erwarten ist, dass das Ausbildungsziel auch in der verkürzten Zeit erreicht wird.

⁷ Wenn die Ausbildungsordnung vorsieht, dass die Berufsausbildung in sachlich und zeitlich besonders gegliederten, aufeinander abgestimmten Stufen erfolgt, soll zwar nach den einzelnen Stufen ein Ausbildungsabschluss vorgesehen sein, der zu einer qualifizierten beruflichen Tätigkeit befähigt (sog. „echte“ Stufenausbildung, § 5 Abs. 2 Nr. 1 BBiG). Auch in diesem Fall muss aber der Vertrag über die gesamte Ausbildungszeit abgeschlossen werden (§ 21 Abs. 1 BBiG).

⁸ Die Probezeit muss mindestens einen Monat und darf höchstens vier Monate betragen.

3. Vorzeitige Beendigung des Berufsausbildungsverhältnisses

Bestehen Auszubildende vor Ablauf der unter Nr. 1 vereinbarten Ausbildungszeit die Abschlussprüfung, so endet das Berufsausbildungsverhältnis mit Bekanntgabe des Ergebnisses durch den Prüfungsausschuss.

4. Verlängerung des Berufsausbildungsverhältnisses

Bestehen Auszubildende die Abschlussprüfung nicht, so verlängert sich das Berufsausbildungsverhältnis auf ihr Verlangen bis zur nächstmöglichen Wiederholungsprüfung, höchstens um ein Jahr.

§ 2 – Ausbildungsstätte

Die Ausbildung findet vorbehaltlich der Regelungen nach § 3 Nr. 12 in

..... (Ausbildungsstätte)

und den mit dem Betriebssitz für die Ausbildung üblicherweise zusammenhängenden Bau-, Montage- und sonstigen Arbeitsstellen statt.

§ 3 – Pflichten des Auszubildenden

Der Auszubildende verpflichtet sich,

1. (Ausbildungsziel)

dafür zu sorgen, dass der/dem Auszubildenden die berufliche Handlungsfähigkeit vermittelt wird, die zum Erreichen des Ausbildungsziels erforderlich ist, und die Berufsausbildung nach den beigefügten Angaben zur sachlichen und zeitlichen Gliederung des Ausbildungsablaufs so durchzuführen, dass das Ausbildungsziel in der vorgesehenen Ausbildungszeit erreicht werden kann;

2. (Ausbilder/Ausbilderinnen)

selbst auszubilden oder eine/einen persönlich und fachlich geeignete/geeigneten Ausbilderin/Ausbilder ausdrücklich damit zu beauftragen und diese/diesen der/dem Auszubildenden jeweils schriftlich bekannt zu geben;

3. (Ausbildungsordnung)

der/dem Auszubildenden vor Beginn der Ausbildung die Ausbildungsordnung kostenlos auszuhändigen;

4. (Ausbildungsmittel)

der/dem Auszubildenden kostenlos die Ausbildungsmittel, insbesondere Werkzeuge, Werkstoffe und Fachliteratur zur Verfügung zu stellen, die für die Ausbildung in den betrieblichen und überbetrieblichen Ausbildungsstätten und zum Ablegen von Zwischen- und Abschlussprüfungen⁹, auch soweit solche nach Beendigung des Berufsausbildungsverhältnisses und in zeitlichem Zusammenhang damit stattfinden, erforderlich sind;

⁹ Auch eines ersten Teils der Abschlussprüfung, sofern nach der Ausbildungsordnung vorgesehen.

5. (Besuch der Berufsschule und von Ausbildungsmaßnahmen außerhalb der Ausbildungsstätte)

die/den Auszubildende/n zum Besuch der Berufsschule anzuhalten und freizustellen. Das gleiche gilt, wenn Ausbildungsmaßnahmen außerhalb der Ausbildungsstätte vorgeschrieben oder nach Nr. 12 durchzuführen sind;

6. (Führung von schriftlichen Ausbildungsnachweisen)

soweit schriftliche Ausbildungsnachweise geführt werden, diese der/dem Auszubildenden für die Berufsausbildung kostenfrei auszuhändigen und die ordnungsgemäße Führung durch regelmäßige Abzeichnung zu überwachen;

7. (Ausbildungsbezogene Tätigkeiten)

der/dem Auszubildenden nur Aufgaben zu übertragen, die dem Ausbildungszweck dienen und ihren/seinen körperlichen Kräften angemessen sind;

8. (Sorgepflicht)

dafür zu sorgen, dass die/der Auszubildende charakterlich gefördert sowie sittlich und körperlich nicht gefährdet wird;

9. (Ärztliche Untersuchungen)

sofern die/der Auszubildende noch nicht 18 Jahre alt ist, sich Bescheinigungen gemäß § 32, 33 Jugendarbeitsschutzgesetz darüber vorlegen zu lassen, dass sie/er
a) vor der Aufnahme der Ausbildung untersucht und
b) vor Ablauf des ersten Ausbildungsjahres nachuntersucht worden ist;

10. (Eintragungsantrag)

unverzüglich nach Abschluss des Berufsausbildungsvertrages die Eintragung in das Verzeichnis der Berufsausbildungsverhältnisse bei der zuständigen Stelle unter Beifügung der Vertragsniederschriften und – bei Auszubildenden unter 18 Jahren – einer Kopie oder Mehrfertigung der ärztlichen Bescheinigung über die Erstuntersuchung gemäß § 32 Jugendarbeitsschutzgesetz zu beantragen; Entsprechendes gilt bei späteren Änderungen des wesentlichen Vertragsinhaltes;

11. (Anmeldung zu Prüfungen)

die/den Auszubildende/n rechtzeitig zu den angesetzten Zwischen- und Abschlussprüfungen oder zum ersten Teil der Abschlussprüfung anzumelden und für die Teilnahme freizustellen sowie der Anmeldung zur Zwischenprüfung oder zum ersten Teil der Abschlussprüfung bei Auszubildenden, die noch nicht 18 Jahre alt sind, eine Kopie oder Mehrfertigung der ärztlichen Bescheinigung über die erste Nachuntersuchung gemäß § 33 Jugendarbeitsschutzgesetz beizufügen;

12. (Ausbildungsmaßnahmen außerhalb der Ausbildungsstätte)

.....

§ 4 – Pflichten der/des Auszubildenden

Die/Der Auszubildende hat sich zu bemühen, die berufliche Handlungsfähigkeit zu erwerben, die erforderlich ist, um das Ausbildungsziel zu erreichen. Sie/Er verpflichtet sich insbesondere,

1. (Lernpflicht)

die ihr/ihm im Rahmen ihrer/seiner Berufsausbildung übertragenen Aufgaben sorgfältig auszuführen;

2. (Berufsschulunterricht, Prüfungen und sonstige Maßnahmen)

am Berufsschulunterricht und an Prüfungen sowie an Ausbildungsmaßnahmen außerhalb der Ausbildungsstätte teilzunehmen, für die sie/er nach § 3 Nr. 5, 11 und 12 freigestellt wird;

3. (Weisungsgebundenheit)

den Weisungen zu folgen, die ihr/ihm im Rahmen der Berufsausbildung von Auszubildenden, von Ausbildern oder Ausbilderinnen oder von anderen weisungsberechtigten Personen, soweit sie als weisungsberechtigt bekannt gemacht worden sind, erteilt werden;

4. (Betriebliche Ordnung)

die für die Ausbildungsstätte geltende Ordnung zu beachten;

5. (Sorgfaltspflicht)

Werkzeug, Maschinen und sonstige Einrichtungen pfleglich zu behandeln und sie nur zu den ihr/ihm übertragenen Arbeiten zu verwenden;

6. (Betriebsgeheimnisse)

über Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse Stillschweigen zu wahren;

7. (Führung von schriftlichen Ausbildungsnachweisen)

vorgeschriebene schriftliche Ausbildungsnachweise ordnungsgemäß zu führen und regelmäßig vorzulegen;

8. (Benachrichtigung)

bei Fernbleiben von der betrieblichen Ausbildung, vom Berufsschulunterricht oder von sonstigen Ausbildungsveranstaltungen dem Auszubildenden unter Angabe von Gründen unverzüglich Nachricht zu geben. Bei einer Arbeitsunfähigkeit infolge von Krankheit, die länger als drei Kalendertage dauert, hat die/der Auszubildende eine ärztliche Bescheinigung über das Bestehen der Arbeitsunfähigkeit sowie deren voraussichtliche Dauer spätestens an dem darauf folgenden Arbeitstag vorzulegen. Der Auszubildende ist berechtigt, die Vorlage der ärztlichen Bescheinigung früher zu verlangen. Dauert die Arbeitsunfähigkeit länger als in der Bescheinigung angegeben, ist die/der Auszubildende verpflichtet, eine neue ärztliche Bescheinigung vorzulegen;

9. (Ärztliche Untersuchungen)

soweit auf sie/ihn die Bestimmungen des Jugendarbeitsschutzgesetzes Anwendung finden, sich gemäß § 32 und 33 dieses Gesetzes ärztlich

a) vor Beginn der Ausbildung untersuchen

b) vor Ablauf des ersten Ausbildungsjahres nachuntersuchen zu lassen

und die Bescheinigungen hierüber dem Auszubildenden vorzulegen.

§ 5 – Vergütung und sonstige Leistungen

1. Höhe und Fälligkeit

Der Ausbildende zahlt der/dem Auszubildenden eine angemessene Vergütung; sie beträgt z. Z. monatlich

€ brutto im ersten Ausbildungsjahr
€ brutto im zweiten Ausbildungsjahr
€ brutto im dritten Ausbildungsjahr
€ brutto im vierten Ausbildungsjahr

Soweit Vergütungen tariflich geregelt und nach § 11 anwendbar oder vereinbart sind, gelten die tariflichen Sätze.

Eine über die vereinbarte regelmäßige tägliche Ausbildungszeit hinaus gehende Beschäftigung wird besonders vergütet oder durch entsprechende Freizeit ausgeglichen.

Die Vergütung wird spätestens am letzten Arbeitstag des Monats gezahlt. Das auf die Urlaubszeit entfallende Entgelt (Urlaubsentgelt) wird vor Antritt des Urlaubs ausgezahlt.

Die Beiträge für die Sozialversicherung tragen die Vertragschließenden nach Maßgabe der gesetzlichen Bestimmungen.

2. Sachleistungen

Soweit der Ausbildende der/dem Auszubildenden Kosten und/oder Wohnung gewährt, gilt die in der Anlage beigefügte Regelung.

3. Kosten für Maßnahmen außerhalb der Ausbildungsstätte

Ausbildende tragen die Kosten für Maßnahmen außerhalb der Ausbildungsstätte nach § 3 Nr. 5, soweit sie nicht anderweitig gedeckt sind. Ist eine auswärtige Unterbringung erforderlich, so können Auszubildenden anteilige Kosten für Verpflegung in dem Umfang in Rechnung gestellt werden, in dem diese Kosten einsparen. Die Anrechnung von anteiligen Kosten und Sachbezugswerten nach § 17 Abs. 2 BBiG darf 75% der vereinbarten Bruttovergütung nicht übersteigen.

4. Berufskleidung

Wird vom Ausbildenden eine besondere Berufskleidung vorgeschrieben, so wird sie von ihm zur Verfügung gestellt.

5. Fortzahlung der Vergütung

Der/Dem Auszubildenden wird die Vergütung auch gezahlt

- a) für die Zeit der Freistellung gem. § 3 Nr. 5, 11 und 12 dieses Vertrages sowie gemäß § 10 Abs. 1 Nr. 2 und § 43 Jugendarbeitsschutzgesetz
- b) bis zur Dauer von 6 Wochen, wenn sie/er
 - aa) sich für die Berufsausbildung bereithält, diese aber ausfällt,
 - bb) aus einem sonstigen, in ihrer/seiner Person liegenden Grund unverschuldet verhindert ist, die Pflichten aus dem Berufsausbildungsverhältnis zu erfüllen,
 - cc) bei Krankheit nach Maßgabe des Entgeltfortzahlungsgesetzes.

§ 6 – Ausbildungszeit und Urlaub

1. Tägliche Ausbildungszeit¹⁰

Die regelmäßige tägliche Ausbildungszeit beträgt Stunden.¹¹

2. Urlaub

Der Ausbildende gewährt der/dem Auszubildenden Urlaub nach den geltenden Bestimmungen. Es besteht ein Urlaubsanspruch

auf Werktage oder Arbeitstage im Jahr
 auf Werktage oder Arbeitstage im Jahr
 auf Werktage oder Arbeitstage im Jahr
 auf Werktage oder Arbeitstage im Jahr
 auf Werktage oder Arbeitstage im Jahr

3. Lage des Urlaubs

Der Urlaub soll zusammenhängend und in der Zeit der Berufsschulferien erteilt und genommen werden. Während des Urlaubs darf die/der Auszubildende keine dem Urlaubszweck widersprechende Erwerbsarbeit leisten.

§ 7 – Kündigung

1. Kündigung während der Probezeit

Während der Probezeit kann das Berufsausbildungsverhältnis ohne Einhaltung einer Kündigungsfrist und ohne Angabe von Gründen gekündigt werden.

2. Kündigungsgründe

Nach der Probezeit kann das Berufsausbildungsverhältnis nur gekündigt werden

- a) aus einem wichtigen Grund¹² ohne Einhaltung einer Kündigungsfrist
- b) von der/dem Auszubildenden mit einer Kündigungsfrist von vier Wochen, wenn sie/er die Berufsausbildung aufgeben oder sich für eine andere Berufstätigkeit ausbilden lassen will.

3. Form der Kündigung

Die Kündigung muss schriftlich, im Falle der Nr. 2 unter Angabe der Kündigungsgründe erfolgen.

¹⁰ Nach dem Jugendarbeitsschutzgesetz beträgt die höchstzulässige tägliche Arbeitszeit (Ausbildungszeit) bei noch nicht 18 Jahre alten Personen grundsätzlich acht Stunden. Ist allerdings die Arbeitszeit an einzelnen Werktagen auf weniger als acht Stunden verkürzt, können Jugendliche an den übrigen Werktagen derselben Woche bis zu achteinhalb Stunden beschäftigt werden (§ 8 JArbSchG). Im Übrigen sind die Vorschriften des Jugendarbeitsschutzgesetzes über die höchstzulässigen Wochenarbeitszeiten zu beachten.

¹¹ Bei berechtigtem Interesse kann auf gemeinsamen Antrag von Ausbildenden und Auszubildenden bei der zuständigen Stelle die Ausbildung auch als Teilzeitausbildung durchgeführt werden (§ 8 Abs. 1 Satz 2 BBiG).

¹² Ein wichtiger Grund ist gegeben, wenn Tatsachen vorliegen, aufgrund derer dem Kündigenden unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalls und unter Abwägung der Interessen beider Vertragsteile die Fortsetzung des Ausbildungsverhältnisses bis zum Ablauf der Ausbildungsdauer nicht zugemutet werden kann.

4. Unwirksamkeit einer Kündigung

Eine Kündigung aus einem wichtigen Grund ist unwirksam, wenn die ihr zugrunde liegenden Tatsachen dem zur Kündigung Berechtigten länger als zwei Wochen bekannt sind. Ist ein Schlichtungsverfahren gem. § 9 eingeleitet, so wird bis zu dessen Beendigung der Lauf dieser Frist gehemmt.

5. Schadensersatz bei vorzeitiger Beendigung

Wird das Berufsausbildungsverhältnis nach Ablauf der Probezeit vorzeitig gelöst, so kann der Auszubildende oder die/der Auszubildende Ersatz des Schadens verlangen, wenn die andere Person den Grund für die Auflösung zu vertreten hat. Das gilt nicht bei Kündigung wegen Aufgabe oder Wechsels der Berufsausbildung (Nr. 2b). Der Anspruch erlischt, wenn er nicht innerhalb von drei Monaten nach Beendigung des Berufsausbildungsverhältnisses geltend gemacht wird.

6. Aufgabe des Betriebes, Wegfall der Ausbildungseignung

Bei Kündigung des Berufsausbildungsverhältnisses wegen Betriebsaufgabe oder wegen Wegfalls der Ausbildungseignung verpflichten sich Auszubildende, sich mit Hilfe der Berufsberatung der zuständigen Agentur für Arbeit rechtzeitig um eine weitere Ausbildung im bisherigen Ausbildungsberuf in einer anderen geeigneten Ausbildungsstätte zu bemühen.

§ 8 – Betriebliches Zeugnis

Der Auszubildende hat der/dem Auszubildenden bei Beendigung des Berufsausbildungsverhältnisses ein Zeugnis auszustellen. Die elektronische Form ist ausgeschlossen. Hat der Auszubildende die Berufsausbildung nicht selbst durchgeführt, so soll auch der Ausbilder oder die Ausbilderin das Zeugnis unterschreiben. Es muss Angaben enthalten über Art, Dauer und Ziel der Berufsausbildung sowie über die erworbenen beruflichen Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten der/des Auszubildenden. Auf Verlangen der/des Auszubildenden sind auch Angaben über Verhalten und Leistung aufzunehmen.

§ 9 – Beilegung von Streitigkeiten

Bei Streitigkeiten aus dem bestehenden Berufsausbildungsverhältnis ist vor Inanspruchnahme des Arbeitsgerichts der nach § 111 Abs. 2 des Arbeitsgerichtsgesetzes errichtete Schlichtungsausschuss anzurufen, sofern ein solcher bei der zuständigen Stelle besteht.

§ 10 – Erfüllungsort

Erfüllungsort für alle Ansprüche aus diesem Vertrag ist der Ort der Ausbildungsstätte.

§ 11 – Sonstige Vereinbarungen¹³; Hinweis auf anzuwendende Tarifverträge und Betriebs- bzw. Dienstvereinbarungen

.....
.....

Rechtswirksame Nebenabreden, die das Berufsausbildungsverhältnis betreffen, können nur durch schriftliche Ergänzung im Rahmen des § 11 dieses Berufsausbildungsvertrages getroffen werden.

Vorstehender Vertrag ist in Ausfertigungen (bei Mündelnfach) ausgestellt und von den Vertragsschließenden eigenhändig unterschrieben worden.

....., den
(Ort) (Datum)

Der/die Auszubildende:

Der/die Auszubildende:

.....
(Stempel und Unterschrift)

.....

Die gesetzlichen Vertreter des/der Auszubildenden:

Vater:
und
Mutter:
oder
Vormund:

Dieser Vertrag ist in das **Verzeichnis der Berufsausbildungsverhältnisse** eingetragen am unter Nr.

Vorgemerkt zur Prüfung für (Siegel)

Anlage gemäß § 3 Nr. 1 des Berufsausbildungsvertrages

Angaben zur sachlichen und zeitlichen Gliederung des Berufsausbildungsablaufs:

.....

¹³ U.a. können als integraler Bestandteil der Ausbildung Ausbildungsabschnitte im Ausland bis zu einem Viertel der Ausbildungsdauer vereinbart werden. Weiterhin können Zusatzqualifikationen vereinbart werden. Diese können Wahlbausteine in neuen Ausbildungsordnungen oder Teile anderer Ausbildungs- oder Fortbildungsordnungen sein. Zusatzqualifikationen müssen gesondert geprüft und bescheinigt werden.

.....

Anlage gemäß § 5 Nr. 2 des Berufsausbildungsvertrages

Ausbildende gewähren Auszubildenden angemessene Wohnung und Verpflegung im Rahmen der Hausgemeinschaft. Diese Leistungen können in Höhe der nach § 17 des Vierten Buches Sozialgesetzbuch festgesetzten Sachbezugswerte angerechnet werden, jedoch nicht über 75% der Bruttovergütung hinaus. Können Auszubildende während der Zeit, für welche die Vergütung fortzuzahlen ist, aus berechtigtem Grund Sachleistungen nicht abnehmen (z. B. bei Urlaub, Krankenhausaufenthalt etc.), so sind diese nach den Sachbezugswerten abzugelten.

Merkblatt zum Berufsausbildungsvertrag

Der Berufsausbildungsvertrag wird zwischen dem Ausbildenden und den Auszubildenden geschlossen. Ausbildender ist diejenige natürliche oder juristische Person (z.B. GmbH), die einen anderen zur Berufsausbildung einstellt. Davon zu unterscheiden sind diejenigen, die die Ausbildung praktisch durchführen. Das können der Ausbildende selbst oder von ihm beauftragte Ausbilder oder Ausbilderinnen sein.

Auszubildende sind diejenigen, die ausgebildet werden. Im Falle der Minderjährigkeit ist zum Vertragsschluss die Zustimmung der gesetzlichen Vertreter erforderlich.

Für Jugendliche unter 18 Jahren darf ein Berufsausbildungsvertrag nur in einem anerkannten Ausbildungsberuf abgeschlossen werden. Ausbildungsberufe werden durch Rechtsverordnung gem. §§ 4, 5 Berufsbildungsgesetz (BBiG) und §§ 25, 26 Handwerksordnung (HwO) anerkannt. Solange dies nicht geschehen ist, sind gem. § 104 Abs. 1 BBiG die bisherigen Ordnungsmittel (Berufsbild, Berufsbildungsplan und Prüfungsanforderungen) bzw. gem. § 122 Abs. 4 HwO die fachlichen Vorschriften anzuwenden. Das amtliche Verzeichnis der anerkannten Ausbildungsberufe kann bei der Berufsberatung der Agentur für Arbeit oder bei der zuständigen Stelle eingesehen werden.

Ist durch den übereinstimmenden Willen, dass eine Ausbildung in diesem Ausbildungsberuf stattfinden soll, zwischen den Vertragspartnern der Ausbildungsvertrag zustande gekommen, so muss unverzüglich, spätestens vor Beginn der Berufsausbildung, die Vertragsniederschrift ausgefertigt werden. Als Niederschrift dient das von der zuständigen Stelle vorgesehene Muster des Berufsausbildungsvertrages. Unverzüglich nach Ausfertigung der Vertragsniederschrift hat der Ausbildende bei der zuständigen Stelle die Eintragung in das Verzeichnis der Berufsausbildungsverhältnisse zu beantragen.

Bei der Ausfertigung der Vertragsniederschrift ist im Einzelnen Folgendes zu beachten:

§ 1 – Dauer der Ausbildung

Zu Nr. 1 (Dauer)

Die vorgeschriebene Ausbildungsdauer ist der Ausbildungsordnung zu entnehmen. Die tatsächliche Dauer der Ausbildung ist unter Berücksichtigung von etwaigen Verkürzungen oder Anrechnungen im Vertrag mit dem Datum des Beginns und des Endes anzugeben.

Eine längere Dauer als in der Ausbildungsordnung vorgeschrieben, darf nicht vereinbart werden. Es ist aber möglich, dass während der Laufzeit des Ausbildungsverhältnisses der Auszubildende im Ausnahmefall einen Verlängerungsantrag stellt, den die Kammer genehmigen kann, wenn die Verlängerung erforderlich ist, um das Ausbildungsziel zu erreichen.

Gegebenfalls kann auf die Ausbildungsdauer eine vorherige Berufsausbildung oder nach besonderen Bestimmungen der einzelnen Bundesländer eine anderweitige berufliche Vorbildung wie etwa ein Berufgrundbildungsjahr ganz oder teilweise angerechnet werden.

Die zuständige Stelle hat auf gemeinsamen Antrag der Auszubildenden und Ausbildenden die Ausbildungszeit zu kürzen, wenn zu erwarten ist, dass der Auszubildende das Ausbildungsziel in der gekürzten Zeit erreicht. Für die Entscheidung im Einzelfall sind die Richtlinien des Hauptausschusses des Bundesinstituts für Berufsbildung und der jeweiligen zuständigen Stelle maßgebend.

Die Verkürzung oder Anrechnung von Ausbildungszeiten ist in § 1 Nr. 1 der Vertragsniederschrift unter Angabe der bereits abgeleisteten Ausbildungszeit bzw. der besuchten Schulen auszuweisen.

Über die vertraglich vereinbarten Abkürzungen und Anrechnungen hinaus eröffnet das BBiG die Möglichkeit der vorzeitigen Zulassung zur Abschlussprüfung (§ 45 Abs. 1 BBiG, § 37 Abs. 1 HwO). Das Nähere regelt die Prüfungsordnung der zuständigen Stelle.

Der Berufsausbildungsvertrag endet spätestens mit Ablauf der vereinbarten Ausbildungszeit. Im Berufsausbildungsvertrag ist die Vereinbarung einer Weiterbeschäftigung nach Beendigung des Berufsausbildungsverhältnisses unzulässig. Außerhalb des Berufsausbildungsvertrages kann eine solche Vereinbarung frühestens während der letzten 6 Monate des bestehenden Berufsausbildungsverhältnisses getroffen werden. Wenn die Vertragsparteien dies beabsichtigen, soll im Interesse der Vertragsklarheit innerhalb der letzten 6 Monate des bestehenden Berufsausbildungsverhältnisses eine entsprechende Willensäußerung des Auszubildenden erfolgen. Das Arbeitsverhältnis kann auf unbestimmte Zeit oder befristet eingegangen werden. Bei einer Befristung sind die Bestimmungen des Teilzeit- und Befristungsgesetzes (TzBfG) zu beachten.

§ 2 – Ausbildungsstätte

Hier ist aufzuführen,

- a) wenn die gesamte Ausbildung nur in einer Ausbildungsstätte vorgenommen wird: der Ort der Ausbildungsstätte;
- b) wenn die Ausbildung in mehreren Ausbildungsstätten vorgenommen wird: die Bezeichnung der Ausbildungsstätten mit Angabe des Ortes.

§ 3 – Pflichten des Ausbildenden

Zu Nr. 1 (Ausbildungsziel)

Dem Berufsausbildungsvertrag sind Angaben über die sachliche und zeitliche Gliederung der Berufsausbildung als Anlage beizufügen. Der Ausbildungsablauf ist unter Zugrundelegung des Ausbildungsrahmenplanes gemäß § 5 BBiG bzw. § 26 HwO den betrieblichen Gegebenheiten entsprechend so aufzugliedern, dass sowohl die zeitliche Folge als auch der sachliche Aufbau der Berufsausbildung ersichtlich ist.

Zu Nr. 9 (Untersuchungen)

Nach § 32 Jugendarbeitsschutzgesetz (JArbSchG) darf der Ausbildende mit der Berufsausbildung eines Jugendlichen nur beginnen, wenn dieser innerhalb der letzten 14 Monate von einem Arzt untersucht worden ist und ihm eine von diesem Arzt ausgestellte Bescheinigung vorliegt. Der Ausbildende hat sich vor Ablauf des ersten Ausbildungsjahres die Bescheinigung eines Arztes darüber vorlegen zu lassen, dass der Jugendliche nachuntersucht worden ist.

Zu Nr. 10 (Eintragungsantrag)

Der Eintragungsantrag muss vor Beginn des Berufsausbildungsverhältnisses bei der zuständigen Stelle gestellt werden, nicht etwa erst während der Probezeit. Dem Antrag sind die Vertragsniederschriften in der von der zuständigen Stelle benötigten Stückzahl und die sonstigen Formblätter der zuständigen Stelle beizufügen. Auch nachträgliche Änderungen des Vertragsinhalts, die von dem ursprünglich der zuständigen Stelle eingereichten Text des Vertrages und der Anlagen abweichen, müssen der zuständigen Stelle unverzüglich mitgeteilt werden.

Zu Nr. 12 (Ausbildungsmaßnahmen außerhalb der Ausbildungsstätte)

An dieser Stelle sind diejenigen Ausbildungsmaßnahmen einzutragen, die außerhalb der Ausbildungsstätte durchgeführt werden. Für diese Maßnahmen trägt der Ausbildende die Kosten entsprechend § 5 Nr. 3 des Berufsausbildungsvertrages.

§ 4 – Pflichten der/des Auszubildenden

Zu Nr. 4 (Betriebliche Ordnung)

Die für die Ausbildungsstätte geltende Ordnung kann z. B. betreffen: Sicherheits- und Unfallverhütungsvorschriften, Anlegen von Schutzkleidung, Vorschriften über das Betreten von Werkstätten

und bestimmten Räumen, Benutzungsordnungen für Sozialeinrichtungen, allgemeine Hausordnung usw., soweit sie nicht zu den Bestimmungen des BBiG im Widerspruch stehen. Der Auszubildende hat die Auszubildenden auf bestehende Ordnungen hinzuweisen. Die Auszubildenden sollen sich auch selbst über die Ordnungen informieren, wenn diese in der Ausbildungsstätte allgemein zugänglich sind.

Zu Nr. 6 (Betriebsgeheimnisse)

Die Auszubildenden haben über die ihnen als Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse bezeichneten Tatsachen hinaus auch dann Stillschweigen zu bewahren, wenn sie eindeutig erkennen mussten, dass es sich um Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse handelt.

§ 5 – Vergütung und sonstige Leistungen

Zu Nr. 1 (Höhe und Fälligkeit)

In die vorgesehenen Zeilen der Vertragsniederschrift ist die dem Auszubildenden zu gewährende Vergütung für jedes Ausbildungsjahr einzutragen. Die Vergütung muss nach dem Lebensalter des Auszubildenden und mit fortschreitender Berufsausbildung, mindestens jährlich, ansteigen.

Sofern keine Tarifregelung vorliegt, ist zu empfehlen, sich an einer branchenverwandten Vergütung zu orientieren oder sich an vergleichbare Tarife anzulehnen. Auch bei bestehender Tariffbindung steht es den Vertragsparteien frei, eine über den tariflich festgelegten Sätzen liegende Ausbildungsvergütung zu vereinbaren.

Zu Nr. 3 (Kosten für Maßnahmen außerhalb der Ausbildungsstätte)

Hier sind auch abweichende Regelungen zugunsten des Auszubildenden zulässig.

Zu Nr. 4 (Berufskleidung)

Die Regelung, dass eine besondere Berufskleidung zur Verfügung gestellt wird, soll die Auszubildenden vor übermäßiger Kostenbelastung schützen. Sie soll außerdem verhindern, dass Berufsausbildungsverhältnisse nicht eingegangen werden können, weil die Beschaffung und Unterhaltung einer vorgeschriebenen besonderen Berufskleidung die finanzielle Leistungsfähigkeit der Auszubildenden und ihrer Eltern übersteigen würde. Deshalb ist in erster Linie an diejenigen Fälle gedacht, wo außerhalb der Entscheidungsfreiheit der Auszubildenden eine in ihrer Art, Qualität oder sonstigen Hinsicht von der in der betreffenden Branche üblichen Berufskleidung abweichende Berufskleidung vom Auszubildenden vorgeschrieben wird.

§ 6 – Ausbildungszeit und Urlaub

Zu Nr. 1 (Tägliche Ausbildungszeit)

Die regelmäßige tägliche Ausbildungszeit ist ausdrücklich in der Vertragsniederschrift zu vereinbaren. Sie bezieht sich auf den Arbeitstag und hat ihre obere Grenze bei den gesetzlichen Bestimmungen, z. B. im Jugendarbeitsschutzgesetz. Die Vereinbarung der regelmäßigen täglichen Ausbildungszeit hat die Auswirkung, dass eine über sie hinausgehende Beschäftigung des Auszubildenden besonders zu vergüten ist.

In Ausbildungsbetrieben, in denen eine gleitende Arbeitszeit eingeführt ist und die Auszubildenden in diese Regelung einbezogen werden, darf die Dauer der täglichen Arbeitszeit nicht über die im Jugendarbeitsschutzgesetz höchstzulässigen Grenzen ausgedehnt werden. Die Lage der täglichen Ausbildungszeit muss sich innerhalb der vom Jugendarbeitsschutzgesetz gezogenen Grenzen bewegen.

Bei berechtigtem Interesse kann auf gemeinsamen Antrag von Auszubildenden und Auszubildenden bei der zuständigen Stelle die Ausbildung auch als Teilzeitberufsausbildung durchgeführt werden (§ 8 Abs. 1 Satz 2 BBiG).

Zu Nr. 2 (Urlaub)

In die vorgesehenen Zeilen der Vertragsniederschrift ist der dem Auszubildenden zustehende Urlaub für jedes Kalenderjahr (nicht Ausbildungsjahr) einzutragen, soweit nicht bereichsspezifische Ausnahmen bestehen. Es ist jeweils nur eine Spalte, entweder Werktage oder Arbeitstage, je nach tariflicher oder einzelvertraglicher Vereinbarung, einzutragen.

Die Dauer des Urlaubs richtet sich nach dem Alter des Auszubildenden zu Beginn eines jeden Kalenderjahres. Ferner ist maßgebend, ob der Urlaub nach dem Jugendarbeitsschutzgesetz, dem Bundesurlaubsgesetz oder nach Tarif gewährt wird. Nur allgemeine Hinweise auf tarifliche Urlaubsregelungen sind nicht ausreichend.

Soweit nicht günstigere Urlaubsregelungen zur Anwendung kommen, besteht ein jährlicher Urlaubsanspruch:

- von mindestens 30 Werktagen, wenn der Jugendliche zu Beginn des Kalenderjahres noch nicht 16 Jahre alt ist,
- von mindestens 27 Werktagen, wenn der Jugendliche zu Beginn des Kalenderjahres noch nicht 17 Jahre alt ist,
- von mindestens 25 Werktagen, wenn der Jugendliche zu Beginn des Kalenderjahres noch nicht 18 Jahre alt ist,
- von mindestens 24 Werktagen, wenn der Jugendliche zu Beginn des Kalenderjahres das 18. Lebensjahr bereits vollendet hat.

§ 9 – Beilegung von Streitigkeiten

Zuständig für Streitigkeiten aus einem Berufsausbildungsverhältnis ist das Arbeitsgericht. Wenn die zuständige Stelle für die Beilegung von Streitigkeiten einen so genannten Schlichtungsausschuss errichtet hat, ist Voraussetzung für die Durchführung des arbeitsgerichtlichen Verfahrens, dass dieser Schlichtungsausschuss vor Inanspruchnahme des Arbeitsgerichtes angerufen wird. Die Anrufung des Schlichtungsausschusses ist schriftlich oder mündlich zu Protokoll bei der zuständigen Stelle vorzunehmen.

§ 11 – Sonstige Vereinbarungen

Es dürfen keine Vereinbarungen getroffen werden, die mit dem Sinn und Zweck der Berufsausbildung im Widerspruch stehen oder zuungunsten der Auszubildenden von den Vorschriften des Berufsbildungsgesetzes abweichen. Unzulässig sind insbesondere Vereinbarungen, die die Auszubildenden für die Zeit nach Beendigung des Berufsausbildungsverhältnisses in der Ausübung ihrer beruflichen Tätigkeit beschränken.

Vertragsstrafen dürfen nicht vereinbart werden. Ebenso unzulässig sind Vereinbarungen über den Ausschluss oder die Beschränkung von Schadensersatzansprüchen und über die Festsetzung der Höhe eines Schadensersatzes in Pauschbeträgen.

Verstöße gegen Bestimmungen des BBiG / der HwO im Zusammenhang mit dem Vertragsschluss und der Niederschrift des Vertrages sowie der Eintragung in das Verzeichnis der Berufsausbildungsverhältnisse können als Ordnungswidrigkeiten mit einer Geldbuße bis zu € 1.000,-, in bestimmten Fällen mit einer Geldbuße bis zu € 5.000,- geahndet werden (§ 102 BBiG, § 118 HwO).

2. Beispiel eines betrieblichen Ausbildungsplans *)

Betrieblicher Ausbildungsplan für den Ausbildungsberuf

„Kaufmann/-frau für Marketingkommunikation“

für

Herr/Frau

in der Zeit von 01.09._____ bis 31.07._____

Position gemäß Ausbildungsrahmenplan ¹⁾	Zeitdauer nach Verordnung ²⁾ bei 3-jähriger Regel-ausbildungszeit Monate	Station nach betrieblichem Ausbildungsplan Abteilung/ Ausbildungs-Stationen ** Ggf. außerbetriebliche Unterweisung bei externen Geschäftspartnern
<p style="text-align: center;"><u>1. Ausbildungsjahr</u></p> <p>1 Marketing- und Kommunikationswirtschaft</p> <p>1.1 Branchenstruktur der Marketing- und Kommunikationswirtschaft (Lernziel 1.1 a)</p> <p>1.2 Aufgabe und Bedeutung des Marketing und der Kommunikation im Rahmen der Gesamtwirtschaft und der Gesellschaft (Lernziele 1.2 a, b)</p> <p>1.3 Zielsetzung, Aufgaben und Stellung des Ausbildungsbetriebes/Fachabteilung im gesamtwirtschaftlichen Zusammenhang (Lernziel 1.2 c)</p> <p>1.4 Teilbranchen und Arten von Marketingkommunikation (Lernziele 1.2 d, e)</p> <p>2 Ausbildungsbetrieb</p> <p>2.1 Ausbildungsbetrieb in der Branchenstruktur (Lernziel 1.1 b)</p> <p>2.2 Aufbau, Struktur, Leitbild und Rechtsform des Ausbildungsbetriebes (Lernziele 1.1 c, d, e)</p> <p>2.3 Stellung des Ausbildungsbetriebes im Vergleich zu Mitbewerbern (Lernziel 1.2 f)</p> <p>2.4 Geschäftsfelder des Ausbildungsbetriebes/Arbeitsbereiche der Fachabteilung (Lernziel 1.2 g)</p> <p>2.5 Berufsbildung, arbeits- und sozialrechtliche Grundlagen (Lernziele 1.3 a – f)</p> <p>2.6 Arbeitsschutz, Arbeitssicherheit, Umweltschutz (Lernziele 1.5 a – d)</p> <p>2.7 Arbeitsorganisation (Aufbau, Abläufe, Arbeits- und Organisationsmittel) (Lernziele 2.1 a – c)</p> <p>2.8 Informations- und Kommunikationssysteme (Lernziele 2.4 a, b)</p> <p>2.9 Qualitätssichernde Maßnahmen im eigenen Arbeitsbereich (Lernziel 2.3 a)</p>	<p style="text-align: center;">12,0*</p> <p style="text-align: center;">1,0</p> <p style="text-align: center;">3,0</p>	

*) Beispiel aus der betrieblichen Praxis

Position gemäß Ausbildungsrahmenplan ¹⁾	Zeitdauer nach Verordnung ²⁾ bei 3-jähriger Regel-ausbildungszeit Monate	Station nach betrieblichem Ausbildungsplan Abteilung/ Ausbildungs- Stationen ** Ggf. außerbetriebliche Unterweisung bei externen Geschäftspartnern
3 Kommunikation/Kooperation/Kundenbeziehungen/Fremdsprache 3.1 Kommunikation (Lernziele 3.1 a - c) 3.2 Teamarbeit und Kooperation (Lernziel 3.2 a) 3.3 Kundenbeziehungen/intern und extern, (Lernziel 3.3 a) 3.4 Fremdsprachige Fachbegriffe (Lernziel 3.4 a)	3,0	
4 Markenführung 4.1 Merkmale einer Marke (Lernziel 4.3 a) 4.2 Merkmale der Unternehmens-/Produktmarke(n) des Ausbildungsbetriebes	1,5	
5 Briefing/Auswahl von Dienstleistern 5.1 Briefingrecherche und -formulierung (Lernziele 5.1 a, b) 5.2 Ausschreibungen und Wettbewerbspräsentation	1,5	
6 Produktion 6.1 Produktionstechniken 6.2 Einkauf und Abwicklung	1,0	
7 Mediaeinkauf 7.1 Buchung 7.2 Einschaltkontrolle 7.3 Abrechnung	0,5	
8 Rechnungs- und Finanzwesen/Controlling 8.1 Finanzwesen (Lernziele 7.1 a, b) 8.2 Betriebl. Controllingsysteme und -instrumente (Lernziel 7.2 a)	0,5	

Position gemäß Ausbildungsrahmenplan ¹⁾	Zeitdauer nach Verordnung ²⁾ bei 3-jähriger Regel-ausbildungszeit Monate	Station nach betrieblichem Ausbildungsplan Abteilung/ Ausbildungs- Stationen ** Ggf. außerbetriebliche Unterweisung bei externen Geschäftspartnern
<u>2. Ausbildungsjahr</u>	12,0*	
9 Arbeitsorganisation/Projektmanagement/Qualitätssicherung	2,0	
9.1 Planung, Durchführung, Kontrolle der eigenen Arbeit (Lernziel 2.1 d)		
9.2 Teamorientierte Bearbeitung von Aufgaben (Lernziel 2.1 e)		
9.3 Projektbearbeitung (Lernziel 2.2 a)		
9.4 Qualitätssichernde Maßnahmen (Lernziel 2.3 b)		
10 Informations- und Kommunikationssysteme	0,5	
10.1 Hard- und Softwarekomponenten (Lernziel 2.4 c)		
10.2 Datensicherheit und Datensicherung (Lernziel 2.4 d)		
12 Teamarbeit/Kooperation, Kundenbeziehungen, Fremdsprache	0,5	
12.1 Konfliktlösung (Lernziel 3.2 b)		
12.2 Maßnahmen der Kundenbeziehungen (Lernziel 3.3 b)		
12.3 Fremdsprachige Informationen (Lernziel 3.4 b)		
13 Marketing- und Kommunikationsstrategie/Markenführung	3,0	
13.1 Marktbeobachtung und -analyse (Lernziele 4.1 a, b)		
13.2 Zielgruppenbestimmung/Quellen, Konsumenten- und Entscheiderverhalten (Lernziele 4.2 a, b)		
13.3 Markenführung/Instrumente (Lernziel 4.3 b)		
14 Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen/Konzeptionierung und kreative Umsetzung	1,5	
14.1 Briefing/Überprüfung/Re-Briefing (Lernziele 5.1 c, d)		
14.2 Strategieentwicklung (Lernziel 5.2)		
14.3 Kreative Umsetzung/Briefingabgleich (Lernziel 5.3 a)		
15 Rechte/Lizenzen, Auswahl von Dienstleistern	0,5	
15.1 Quellen, Normen, Regeln (Lernziele 5.5 a, b)		
15.2 Vertragsgestaltung/Sicherung von Rechten (Lernziele 5.5 c, d)		
15.3 Ausschreibungen/Angebote (Lernziele 6.1 b, c)		
16 Herstellungsprozesse (Produktion)	1,5	
16.1 Planung, Überwachung, Abnahme (Lernziel 6.2 a – c)		
17 Medieneinsatz	2,0	
17.1 Medieneinsatz (Lernziel 6.3 a)		
17.2 Resonanz (Lernziel 6.3 b)		
18 Rechnungs- und Finanzwesen/Controlling	0,5	
18.1 Kosten- und Leistungsrechnung		
18.2 Leistungskennzahlen (Lernziel 7.2 b)		
18.3 Dokumentation (Lernziel 6.4 a)		

Position gemäß Ausbildungsrahmenplan ¹⁾	Zeitdauer nach Verordnung ²⁾ bei 3-jähriger Regelausbildungszeit Monate	Station nach betrieblichem Ausbildungsplan Abteilung/ Ausbildungs- Stationen ** Ggf. außerbetriebliche Unterweisung bei externen Geschäftspartnern
<u>3. Ausbildungsjahr</u>	12,0*	
19 Projektmanagement (Lernziel 2.2 b)	0,5	
20 Kommunikation	0,5	
20.1 Moderationstechniken (Lernziele 3.1 d)		
20.2 Präsentation/Begründung von Konzepten und Maßnahmen (Lernziele 3.1 e)		
21 Teamarbeit/Kooperation, Kundenbeziehungen	2,0	
21.1 Bearbeitung von Aufgaben im Team (Lernziel 3.2 c)		
21.2 Beschwerdemanagement (Lernziel 3.3 c)		
21.3 Kulturelle Besonderheiten (Lernziel 3.3 d)		
21.4 Fremdsprache (Lernziel 3.4 c)		
21.5 Vereinbarungen (Lernziel 6.1 d)		
22 Marketing- und Kommunikationsstrategien/Markenführung	2,0	
22.1 Marktbeobachtung und -analyse/Instrumenteneinsatz/Absatzpotenziale (Lernziele 4.1 c, d)		
22.2 Zielgruppenanalyse und -definition (Lernziel 4.2 c)		
22.3 Markenführung/Markenwert, Markenessenz, (Lernziel 4.3 c, d)		
23 Budgetplanung und Kontrolle	2,0	
23.1 Planung des Gesamtbudgets (Lernziele 4.4 a – d)		
23.2 Budgetkontrolle (Lernziele 6.4 b, c)		
23.3 Rechnungswesen und Controlling (Lernziel 7.2 c)		
23.4 Wirtschaftlichkeitsprüfung (Lernziel 7.2 d)		
24 Konzeptionierung/Kreative Umsetzung	2,5	
24.1 Konzeptbewertung (Lernziel 5.2 b)		
24.2 Mix/Mittel-Bestimmung		
24.3 Produktions- und Ressourcenplanung (Lernziel 5.2 d)		
24.4 Planung Projektbudget (Lernziel 5.2 e)		
24.5 Kreation Vorgaben/Techniken (Lernziele 5.3 b, c)		
25 Mediaeinsatz/Feinplanung	2,5	
25.1 Ziele/Mix (Lernziel 5.4 a)		
25.2 Einsatzplan (Lernziel 5.4 b)		
25.3 Optimierung (Lernziel 5.4 c)		

1) Detaillierte Ausbildungsinhalte siehe Ausbildungsrahmenplan (Anlage zur Verordnung)

2) Die hier angegebenen Monate beziehen sich auf eine Regelausbildungszeit von 36 Monaten.

Eine evtl. vertraglich vereinbarte Verkürzung der Ausbildungsdauer wird entsprechend berücksichtigt.

* Die jeweiligen Zeiträume können je nach Bedarf variieren.

** Die Koordination der externen Module erfolgt über die jeweiligen Ansprechpartner der einzelnen Stationen.

Informationen

1. Ansprechpartner

Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB)

53142 Bonn
Telefon (0228) 107-0
www.bibb.de

DIHK Berlin

Deutscher Industrie- und Handelskammertag (DIHK)
Postanschrift: 11052 Berlin
Besucheranschrift: Breite Strasse 29
10178 Berlin
Telefon (030) 20 308-0
Telefax (030) 20 308 -1000
E-Mail infocenter@berlin.dihk.de

ver.di - Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft

Bundesvorstand
Paula-Thiede-Ufer 10
10179 Berlin
Telefon (030) 69 56 – 0
Fax (030) 69 56 – 31 41
E-Mail: info@verdi.de
www.verdi.de

Für die Verbände des Forum Kom

Lutz E. Weidner
Bildungsinstitut der Kommunikationswirtschaft e.V
E-Mail: info@bik-institut.de

Link-Liste:

Informationen zu ihren jeweiligen Arbeitsgebieten wie auch Auskunft bzw. Hinweise zur Aus- und Weiterbildung im jeweiligen Fachbereich geben die Verbände des Forum Kom:

AIW
Arbeitskreis Inhabergeführte Werbeagenturen, aiw@linnig.de

BDVT
Bund Deutscher Verkaufsförderer und Trainer, info@bdvt.de

BVDW
Bundesverband Digitale Wirtschaft, info@bvdw.de

DDV
Deutscher Direktmarketing Verband, info@ddv.de

DPRG
Deutsche Public Relations-Gesellschaft, info@dprg.de

FASPO
Fachverband für Sponsoring und Sonderwerbformen, info@faspo.de

FFW
Fachverband Freier Werbetexter, kontakt@werbetexter.com

FME
Forum Marketing-Eventagenturen, info@famab.de

GPRA
Gesellschaft Public Relations Agenturen, info@gpra.de

GWA
Gesamtverband Kommunikationsagenturen, info@gwa.de

Kommunikationsverband
Berufsverband der Kommunikationswirtschaft,
geschaeftsstelle@kommunikationsverband.de

OMG
Organisation der Mediaagenturen im GWA, werner.bitz@gwa.de

POSMA
POS Marketing Association, info@posma.de

2. Weiterbildung

Die berufliche Bildung hört mit dem Zeugnis als Kaufmann/-frau für Marketingkommunikation nicht auf. Orientierung für die Weiterentwicklung des Fachgebietes wird durch die Nutzung der Fach- und Wirtschaftspresse und neuerer Buchveröffentlichungen ebenso gewonnen wie durch die Teilnahme an Fachveranstaltungen, wie sie zum Beispiel von den Berufs- und Unternehmensverbänden der Kommunikationswirtschaft laufend angeboten werden.

Der Schritt von der Grundausbildung zum Erwachsenenberufsbild wird z. B. durch die Teilnahme an den Studiengängen, wie sie von den regionalen Akademien berufsbegleitend und zum Teil auch im Ganztagsunterricht angeboten werden, vorbereitet. Weitergehende Informationen geben die nachstehend aufgeführten Institute.

Kommunikationswirt/in

Diese Aufstellung beschränkt sich auf Akademien, die eine Ausbildung mit dem Abschluss „Kommunikationswirt“ anbieten. Ausbildungsgänge in spezifischen Arbeitsfeldern der Kommunikationswirtschaft, wie z. B. Öffentlichkeitsarbeit, Direktmarketing, Event, Media etc., bestehen entweder gleichfalls bei diesen Instituten oder sie sind über die jeweiligen Fachorganisationen zu erfragen.

Bremen

Bremer Akademie für Kommunikation, Marketing und Medien
www.bremer-akademie.de
info@bremer-akademie.de

Düsseldorf

Düsseldorfer Akademie für Marketing-Kommunikation e. V.
www.damk.de, info@damk.de
Tertia Akademie für Werbung und Kommunikation
www.tertia.de
info@tertia.de

Frankfurt

Akademie für Marketing-Kommunikation e. V.
www.akademie-frankfurt.de
info@akademie-frankfurt.de

Hamburg

Hanseatische Akademie für Marketing + Medien
www.hhamm.de, totten@hhamm.de
KAH Kommunikations-Akademie Hamburg GmbH
www.kah-hamburg.de
info@kah.info

Hannover

Norddeutsche Akademie für Marketing + Kommunikation e.V.
www.norddeutsche-akademie.de
info@norddeutsche-akademie.de

Kassel

AKK Akademie für Kommunikation Kassel e. V.
www.akk.de, info@akk.de
Akademie für Absatzwirtschaft Kassel e. V.
www.afak.de
info@afak.de

Köln

WAK Westdeutsche Akademie für Kommunikation e. V.
www.wak-koeln.de
info@wak-koeln.de

Leipzig

S. A. W. Akademie für Marketing und Kommunikation Leipzig
www.werbeakademie.de
info@werbeakademie.de

Magdeburg

Mitteldeutsche Akademie für Marketing + Kommunikation,
www.mitteldeutsche-akademie-md.de
info@mitteldeutsche-akademie-md.de

München

Bayerische Akademie für Werbung und Marketing (BAW)
www.baw-online.de
info@baw-online.de

Nürnberg

Bayerische Akademie für Werbung und Marketing (BAW)
www.baw-online.de
baw.nuernberg@t-online.de

Stuttgart

Südwestdeutsche Akademie für Marketing und Kommunikation e. V.
www.swd-akademie.de
swakademie@t-online.de

Wiesbaden

IMK Privates Institut für Marketing und Kommunikation GmbH
www.imk-online.de
info@imk-online.de

Geprüfte/r Medienfachwirt/in (IHK)

Zum Aufgabengebiet des Medienfachwirtes gehört das Planen, Steuern und Kontrollieren medientechnischer Produktionen. Dabei müssen technische, betriebswirtschaftliche und rechtliche Zusammenhänge berücksichtigt werden. Medienfachwirte beraten Kunden, erstellen Marketingkonzepte, kalkulieren Medienprodukte und arbeiten projektorientiert. Sie konzipieren und organisieren Projekte und Produkte.

Zum Qualifikationsprofil gehört die systematische und zielorientierte Anwendung von Kommunikationsgrundlagen und Führungsgrundsätzen bei der Wahrnehmung von Führungs- und Qualifizierungsaufgaben. Die Prüfungsordnungen basieren auf einer neuen Struktur, die sowohl Generalisten- als auch Spezialistenfortbildung ermöglicht und erstmals die vielfältigen Tätigkeitsbereiche der Medienbranche miteinander verzahnt. Die Inhalte des Rahmenstoffplanes bilden in den handlungsorientierten Qualifikationseinheiten vier Handlungsfelder ab: Audio-Visuelle Medien, Printmedien, Digitalmedien und Veranstaltungstechnik.

Bereits im März 2002 hat der Deutsche Industrie- und Handelskammertag (DIHK) eine „Empfehlung zum Erlass Besonderer Rechtsvorschriften für die IHK-Weiterbildungsprüfung zum Geprüften Medienfachwirt/zur Geprüften Medienfachwirtin“ an alle Industrie- und Handelskammern herausgegeben. Am 26. Oktober 2004 wurde aus der Empfehlung eine Verordnung über die Prüfung zum anerkannten Abschluss Geprüfter Medienfachwirt/Geprüfte Medienfachwirtin. Geeignete Träger können auf dieser Grundlage Weiterbildungskurse anbieten.

Literaturhinweis:

Broschüre Medienfachwirt (ZFA). Struktur der Prüfungen und Rahmenstoffplan für die Fachrichtung Digital- und Printmedien werden vorgestellt. (Stand Oktober 2005)

Download unter:

www.zfamedien.de/downloads/Medienfachwirt_low.pdf

3. Literaturhinweise

Die nachstehende Liste mit Literaturtipps stellt eine Auswahl dar. Sie soll angesichts der großen Zahl der Veröffentlichungen zum Fachgebiet Marketing und Kommunikation nur der Orientierung dienen und als Hinweis, auf welche Publikationen bei anstehenden Fragen und Aufgabenstellungen im Verlauf der Ausbildung zurückgegriffen werden könnte.

Diese Literaturtipps beschränken sich zwangsläufig auf die Titel, die in mehr oder weniger grundlegender Form das jeweilige Stichwort bzw. Fachgebiet abhandeln und darstellen. Die Berufs- und Unternehmensverbände der Branche halten darüber hinaus für das jeweilige Fachgebiet eigene Publikationen bereit.

VWL/BWL

Baßeler, U./Heinrich, J./Utecht, B.: Grundlagen und Probleme der Volkswirtschaft, Köln 2006

Heertje, A./Wenzel, H.-D.: Grundlagen der Volkswirtschaftslehre, 6. Aufl., Heidelberg/Berlin 2002

Wöhe, G.: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 22. Aufl., München 2005

Marketing

Bachem, C./Merx, O. (Hrsg.): Multi-Channel Marketing-Handbuch, Berlin 2004

Backhaus, K.: Industriegütermarketing, 8. Aufl., München 2006

Beilmann, M.: Sozialmarketing und Kommunikation, Neuwied 1995

Kotler, Ph.: Marketing-Management, 10. Aufl., München 2006

Meffert, H.: Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, Konzepte – Instrumente – Praxisbeispiele, 9. Aufl., Wiesbaden 2000

Müller-Hagedorn, L.: Handelsmarketing, 4. Aufl., Stuttgart 2005

Steffenhagen, H.: Marketing. Eine Einführung, 5. Aufl., Stuttgart 2004

Kommunikation (allgemein)

Bruhn, M.: Kommunikationspolitik. Bedeutung, Strategien, Elemente, 3. Aufl., München, 2005

Bruhn, M.: Integrierte Unternehmens- und Markenkommunikation: Strategische Planung und operative Umsetzung, 3. Aufl., Stuttgart 2003

Fill, C.: Marketing-Kommunikation, Konzepte und Strategien, München 2001

Göldi, S.: Grundlagen der Unternehmenskommunikation. Allgemeine Grundlagen für Studierende, Bern 2005

Mast, Claudia: Unternehmenskommunikation, 2. Aufl., Stuttgart 2006

Pepels, W., Kommunikations-Management, Marketing-Kommunikation vom Briefing bis zur Realisation, 4. Aufl., Stuttgart 2001

Schulz von Thun, F.: Interkulturelle Kommunikation, Reinbek 2006

Schulz von Thun, F.: Miteinander Reden, Reinbek 2006

Unger, F./Fuchs, W.: Management der Marketingkommunikation, 3. Aufl., Heidelberg 2005

Corporate Identity

Birkigt, K./Stadler, M. M. /Funk, H. J.: Corporate Identity. Grundlagen, Funktionen, Fallbeispiele, 11. Aufl., Landsberg am Lech 2002

Herbst, D.: Corporate Identity, 3. Aufl., Berlin 2006

Olins, W.: Corporate Identity - Strategie und Gestaltung, 2. Aufl., Frankfurt/M. 1990

Markenführung

Baumgarth, C.: Markenpolitik. Markenwirkungen – Markenführung – Markenforschung, 2. Aufl., Wiesbaden 2004

Boltz, D.-M./Leven, W.: Effizienz in der Markenführung, Hamburg 2004

Domizlaff, H.: Die Gewinnung des öffentlichen Vertrauens. Ein Lehrbuch der Markentechnik, Hamburg 1991

Esch, R.: Strategie der Markenführung, 3. Aufl., München 2005

Knorr, A.: Corporate Branding, Bonn 2000

Meffert, H.; Burmann, C., Koers, M. (Hrsg.): Markenmanagement. Grundfragen der identitätsorientierten Markenführung, 2. Aufl., Wiesbaden 2005

Konzeption

Fissenewert, R./Schmidt, S.: Konzeptionspraxis. Eine Einführung für PR- und Kommunikationsfachleute, Frankfurt/M. 2002

Leipziger, J. W.: Konzepte entwickeln, Frankfurt/M. 2003

Schnettler: Konzeption und Mediaplanung für Werbe- und Kommunikationsberufe, Berlin 2003

Projektmanagement

Birker, K.: Projektmanagement, 3. Aufl., Berlin 2003

Öffentlichkeitsarbeit

Avenarius, H.: Public Relations. Die Grundform der gesellschaftlichen Kommunikation, 2. Aufl., Darmstadt 2000

Bogner, F. M.: Das neue PR-Denken. Strategien, Konzepte, Aktivitäten. 3. Auflage, Frankfurt/M. 2005

Herbst, Dieter: Praxishandbuch. Professionelles Management. Kommunikation mit wichtigen Bezugsgruppen. Instrumente und spezielle Anwendungsfelder, Berlin 2003,

Reineke, Wolfgang u.a.: Taschenbuch der Öffentlichkeitsarbeit. Public Relations in der Gesamtkommunikation, Heidelberg 1994

Rota, F. P.: Informationsmittel des Unternehmens. Wege und Formen effizienter Marktinformation, München 1997

Schick, S.: Interne Unternehmenskommunikation. Strategien entwickeln. Strukturen schaffen. Prozesse steuern, 2. Aufl., Stuttgart 2005

Verkaufsförderung

Barowski, M.: Verkaufsförderung, Berlin 2004

Fuchs, W./Unger, F.: Verkaufsförderung, 2. Aufl., Wiesbaden 2003

Gedenk, K.: Verkaufsförderung, München 2002

Ohnemüller, B.: Mehr Erfolg am Point of Sale, Frankfurt/M. 2004

Pflaum, D.: Verkaufsförderung – Erfolgreiche Sales Promotion, Landsberg/Lech 2000

Thies, G.: Verkaufsförderung – Strategie und Taktik, Berlin 1979

Werbung

Dannenberg, M.: Erfolgreiche Online-Werbung - Werbekampagnen planen, umsetzen, auswerten, Göttingen 2004

Huth, R./Pflaum, D.: Einführung in die Werbelehre, 7. Aufl., Stuttgart 2005

Lachmann, U.: Wahrnehmung und Gestaltung von Werbung, Hamburg 2003

Schneider, K.: Werbung in Theorie und Praxis, 6. Aufl., Stuttgart 2003

Schweiger, G./Schrattenecker, G.: Werbung, 6. Aufl., Stuttgart/Jena 2005

Rosenstiel, L. v./Kirsch, A.: Psychologie der Werbung, Rosenheim 1996

Direktmarketing

Dallmer, H. (Hrsg.): Direct Marketing & More – Das Handbuch, 8. Aufl., Wiesbaden 2002

Holland, H.: Direktmarketing, 2. Aufl., München 2004

Vögele, S.: Das Verkaufsgespräch per Brief und Antwortkarte, 12. Aufl., Frankfurt/M. 2004

Event Marketing

Nickel, O.: Eventmarketing. Grundlagen und Erfolgsbeispiele, 2. Aufl., München 2006

Schäfer-Mehdi, S.: Event-Marketing. Kommunikationsstrategie, Konzeption und Umsetzung, Dramaturgie und Inszenierung, Berlin 2005

Sistenich, F.: Eventmarketing, Wiesbaden 1999

Media

Hofsäss, M./Engel, D.: Praxis der Mediaplanung, Berlin 2003

Schnettler, J./Wendt, G.: Konzeption und Mediaplanung für Werbe- und Kommunikationsberufe, Berlin 2003

Unger, F.: Mediaplanung. Methodische Grundlagen und praktische Anwendungen, Heidelberg 2004

Multimedia

Peter A. Henning, P. A.: Taschenbuch Multimedia, 3. Aufl., München 2003

Manschwetius, U. (Hrsg.): Strategisches Internetmarketing, Wiesbaden 2002

Osswald, K.: Konzeptmanagement. Interactive Medien – Interdisziplinäre Projekte, Berlin 2003

Meyer, R., E-Commerce. Grundlagen und Praxiswissen für den Online-Handel, Düsseldorf 2003

Sponsoring/Fundraising

Braun, G. E./Gallus, T./Scheytt, O.: Kultursponsoring für die kommunale Kulturarbeit, Köln 1996

Bruhn, M.: Sponsoring. Systematische Planung und integrativer Einsatz, 4. Aufl., Wiesbaden 2003

Haibach, M.: Fundraising, 3. Aufl., Frankfurt/M. 2006

Hermanns, A.: Sponsoring, Grundlagen – Wirkungen – Management Perspektiven, 2. Aufl., München 1997

Lang, R./Hauert, T.: Handbuch Sozial-Sponsoring, Weinheim 1995

Kreation/Text

Joliet: Anzeigen wirksam gestalten, texten, platzieren, 2. Aufl., München 1991

Winter, J.: Handbuch Werbetext, 2. Aufl., Frankfurt/M. 2004

Reins, A./Texterschmiede Hamburg e.V. [Hrsg.]: Die Mörderfackel Das Lehrbuch der Texterschmiede Hamburg, 2. Aufl., Mainz 2005

Controlling

Mauser, T./GWA: Agenturentabilität unter Controlling, Frankfurt/M. 1993

Mediengestaltung

Böhringer, J.: Kompendium der Mediengestaltung für Digital- und Printmedien, Berlin 2001

Radtke, S.: Handbuch visuelle Mediengestaltung, 2. Aufl., München 2004

Medienproduktion

GWA Production Workbook, Zell/Mosel, 2006

Mühlke, S.: Adobe Photoshop CS2 : das Praxisbuch zum Lernen und Nachschlagen, Bonn 2006

Nyman, M.: 4 Farben - ein Bild : Grundwissen für die Farbbildbearbeitung mit Photoshop und QuarkXPress, Berlin 1974

Kipphan, H.: Handbuch der Printmedien, Berlin 2000

Krömker, H.: Handbuch Medienproduktion : Produktion von Film, Fernsehen, Hörfunk, Print, Internet, Mobilfunk und Musik, Wiesbaden 2005

VDW: Werbefilme produzieren. Richtlinien für die Herstellung von Fernseh- und Kinospots. Vom Auftraggeberbriefing bis zur Ausstrahlung, Frankfurt/M. 1999

Recht

Beck: WettbewerbsR (Gesetzestexte: Wettberbsrecht, Kartellrecht, Markenrecht), 26. Aufl., München 2005

Beck: Arbeitsgesetze (Gesetzestexte: Arbeitsgesetze mit den wichtigsten Bestimmungen zum Arbeitsverhältnis, Kündigungsrecht, Arbeitsschutz, Berufsbildungsrecht, Tarifrecht, Betriebsverfassungsrecht, Mitbestimmungsrecht und Verfahrensrecht), 68. Auflage, München 2006

Canaris, C.-W.: Handelsrecht, 24. Aufl., München 2006

Rolf Bristot: Verträge über Kommunikationsleistungen. Gesamtvertrag, Rahmenvertrag, Projektvertrag. Anleitungen zur Vertragsgestaltung (mit Text-CD), Frankfurt/M. 2002

Kolonko, E./GWA (Hrsg.), Verträge mit Kommunikationsagenturen. Musterverträge mit Kommentierungen (mit Text-CD), Frankfurt/M. 2005

Krimphove, D.: Werberecht: Falltraining, Gesetze, Urteile, Planegg 2003

Schotthöfer, P.: Rechtspraxis im Direktmarketing, Wiesbaden 2004

Weiland, N. G.: Der Sponsoringvertrag, 3. Aufl., München 2005

Präsentationstechniken

Thiele, A.: Überzeugend präsentieren - Präsentationstechnik für Fach- und Führungskräfte, Berlin 2000

Zelazny, G.: Das Präsentationsbuch, 2. Auflage, Frankfurt/M. 2002

Marktforschung

Berekoven, H.: Marktforschung, 11. Aufl., Wiesbaden 2004

Böhler, H.: Marktforschung, 3. Aufl., Stuttgart 2004

Kastin, K. S.: Marktforschung mit einfachen Mitteln. Daten und Informationen beschaffen, auswerten und interpretieren, 2. Aufl., München 1999

Schnettler, J.: Marketing und Marktforschung. Lehr- und Arbeitsbuch, 2. Aufl., Berlin 2006

Weis, H. C./Steinmetz, P.: Marktforschung, 6. Aufl., Ludwigshafen 2005

Lexika

Brauner, D. J./Leitwolf, J./Raible-Besten, R./ Weifert, M.: Lexikon der Öffentlichkeitsarbeit. München/Wien 2001

Kleemann, A.: Eventmarketing-Lexikon, Frankfurt/M. 2006

Koschnick, W. J.: Standard-Lexikon Werbung, Verkaufsförderung, Öffentlichkeitsarbeit, München 1996

Koschnick, W. J.: FOCUS-Lexikon Werbeplanung – Mediaplanung, Marktforschung, Kommunikationsforschung, Mediaforschung, 2. Aufl. München 2004

Pepels, W.: Marketing-Lexikon, 2. Aufl. - München 2002

Zentes, J. Grundbegriffe des Marketing, 4. Aufl., Stuttgart 1996

Ausbilden leicht gemacht

Erläuterungen und Praxishilfen zur Ausbildungsordnung

Bisher erschienen:

Aufbereitungsmechaniker/Aufbereitungsmechanikerin ISBN 3-8214-7054-2	€ 14,50	Fachinformatiker/Fachinformatikerin ISBN 3-8214-7087-9	€ 18,50
Augenoptiker/Augenoptikerin ISBN 3-8214-7093-3	€ 16,50	Fachkraft für Brief- und Frachtverkehr Postverkehrskaufmann/Postverkehrskauffrau ISBN 3-8214-7076-3	€ 17,50
Automobilkaufmann/Automobilkauffrau ISBN 3-8214-7113-1	€ 18,50	Fachkraft für Möbel-, Küchen- und Umzugservice ISBN 3-8214-7181-6	€ 17,50
Änderungsschneider/Änderungsschneiderin ISBN 3-8214-7174-3	€ 15,50	Fachkraft für Straßen- und Verkehrstechnik ISBN 3-8214-7129-8	€ 17,50
Baugeräteführer/Baugeräteführerin ISBN 3-8214-7108-5	€ 13,50	Fachkraft für Wasserwirtschaft ISBN 3-8214-7128-X	€ 16,50
Baustoffprüfer/Baustoffprüferin ISBN 3-8214-7177-8	€ 18,50	Fachkraft im Fahrbetrieb ISBN 3-8214-7150-6	€ 16,50
Bauwerksabdichter/Bauwerksabdichterin ISBN 3-8214-7094-1	€ 16,50	Fachverkäufer/Fachverkäuferin im Lebensmittel- handwerk – Schwerpunkt Bäckerei ISBN 3-8214-7185-9	€ 18,50
Bauwerksmechaniker/Bauwerksmechanikerin für Abbruch- und Betontrenntechnik ISBN 3-8214-7164-6	€ 17,50	Fachverkäufer/Fachverkäuferin im Lebensmittel- handwerk – Schwerpunkt Fleischerei ISBN 3-8214-7186-7	€ 18,50
Bauzeichner/Bauzeichnerin ISBN 3-8214-7143-3	€ 13,50	Fassadenmonteur/Fassadenmonteurin ISBN 3-8214-7124-7	€ 18,50
Bergmechaniker ISBN 3-8214-7009-7	€ 8,50	Feinoptiker/Feinoptikerin ISBN 3-8214-7149-2	€ 17,50
Bergvermessungstechniker/Bergvermessungstechnikerin ISBN 3-8214-7061-5	€ 8,50	Fleischer/Fleischerin ISBN 3-8214-7170-0	€ 17,50
Binnenschiffer/Binnenschifferin ISBN 3-8214-7172-7	€ 15,50	Fotograf/Fotografin ISBN 3-8214-7095-X	€ 13,50
Bodenleger/Bodenlegerin ISBN 3-8214-7145-X	€ 13,50	Friseur/Friseurin ISBN 3-8214-7082-8	€ 12,50
Bootsbauer/Bootsbauerin ISBN 3-8214-7130-1	€ 16,50	Berufe im Gastgewerbe ISBN 3-8214-7102-6	€ 14,50
Buchbinder/Buchbinderin ISBN 3-8214-7085-2	€ 14,50	Gebäudereiniger/Gebäudereinigerin ISBN 3-8214-7105-0	€ 13,50
Buchhändler/Buchhändlerin ISBN 3-8214-7090-9	€ 16,50	Gerüstbauer/Gerüstbauerin ISBN 3-8214-7043-7	€ 8,50
Drechsler (Elfenbeinschnitzer)/ Drechslerin (Elfenbeinschnitzerin) ISBN 3-8214-7041-0	€ 9,50	Gestalter/Gestalterin für visuelles Marketing ISBN 3-8214-7184-0	€ 18,50
Eisenbahner/Eisenbahnerin im Betriebsdienst ISBN 3-8214-7118-2	€ 18,50	Glaser/Glaserin ISBN 3-8214-7137-9	€ 16,50
Fachangestellter/Fachangestellte für Arbeitsförderung ISBN 3-8214-7117-4	€ 18,50	Glasveredler/Glasveredlerin ISBN 3-8214-7171-9	€ 17,50
Fachangestellter/Fachangestellte für Bürokommunikation ISBN 3-8214-7042-9	€ 14,50	Hauswirtschaftler/Hauswirtschaftlerin (3. Auflage) ISBN 3-8214-7122-0	€ 17,50
Fachangestellter/Fachangestellte für Medien- und Informationsdienste (erw. 2. Auflage) ISBN 3-8214-7123-9	€ 18,50		

Ausbilden leicht gemacht

Holzbearbeitungsmechaniker/Holzbearbeitungsmechanikerin ISBN 3-8214-7160-3	€ 16,50	Maler- und Lackierergewerbe: Maler und Lackierer/Malerin und Lackiererin Bauten- und Objektbeschichter/Bauten- und Objektbeschichterin Fahrzeuglackierer/Fahrzeuglackiererin ISBN 3-8214-7154-9	€ 18,50
Holzbildhauer/Holzbildhauerin ISBN 3-8214-7097-6	€ 14,50	Maskenbildner/Maskenbildnerin ISBN 3-8214-7146-8	€ 16,50
Holzmechaniker/Holzmechanikerin ISBN 3-8214-7178-6	€ 18,50	Maßschneider/Maßschneiderin ISBN 3-8214-7158-1	€ 18,50
Industriekaufmann/Industriekauffrau ISBN 3-8214-7127-1	€ 18,50	Modellbauer/Modellbauerin ISBN 3-8214-7036-4	€ 9,50
Industrielle Metallberufe ISBN 3-8214-7040-2	€ 12,50	Modist/Modistin ISBN 3-8214-7159-X	€ 16,50
Informatikkaufmann/Informatikkauffrau ISBN 3-8214-7089-5	€ 17,50	Naturwerksteinmechaniker/Naturwerksteinmechanikerin (2. überarbeitete Auflage) ISBN 3-8214-7151-4	€ 16,50
Investmentfondskaufmann/Investmentfondskauffrau ISBN 3-8214-7147-6	€ 16,50	Orthopädiemechaniker und Bandagist/ Orthopädiemechanikerin und Bandagistin ISBN 3-8214-7080-1	€ 16,50
Isolierfacharbeiter/Isolierfacharbeiterin ISBN 3-8214-7134-4	€ 17,50	Orthopädienschuhmacher/Orthopädienschuhmacherin ISBN 3-8214-7121-2	€ 16,50
Industrie-Isolierer/Industrie-Isoliererin ISBN 3-8214-7134-4	€ 17,50	Papiertechnologe/Papiertechnologin ISBN 3-8214-7182-4	€ 16,50
IT-System-Elektroniker/IT-System-Elektronikerin ISBN 3-8214-7086-0	€ 17,50	Parkettleger/Parkettlegerin ISBN 3-8214-7144-1	€ 13,50
IT-System-Kaufmann/IT-System-Kauffrau ISBN 3-8214-7088-7	€ 17,50	Pharmazeutisch-kaufmännischer Angestellter/ Pharmazeutisch-kaufmännische Angestellte ISBN 3-8214-7075-5	€ 18,50
Justizfachangestellter/Justizfachangestellte ISBN 3-8214-7091-7	€ 14,50	Polsterer/Polsterin ISBN 3-8214-7092-5	€ 14,50
Kaufmann/Kauffrau für audiovisuelle Medien ISBN 3-8214-7100-X	€ 16,50	Produktionsmechaniker-Textil/Produktionsmechanikerin-Textil ISBN 3-8214-7176-X	€ 18,50
Kaufmann/Kauffrau im Eisenbahn- und Straßenverkehr ISBN 3-8214-7115-8	€ 17,50	Produktveredler-Textil/Produktveredlerin-Textil ISBN 3-8214-7176-X	€ 18,50
Kaufmann/Kauffrau im Gesundheitswesen ISBN 3-8214-7131-X	€ 18,50	Raumausstatter/Raumausstatterin ISBN 3-8214-7163-8	€ 16,50
Kaufmann/Kauffrau im Groß- und Außenhandel ISBN 3-8214-7189-1	€ 17,50	Reiseverkehrskaufmann/Reiseverkehrskauffrau (2. Auflage) ISBN 3-8214-7110-7	€ 17,50
Kaufmann/Kauffrau in der Grundstücks- und Wohnungswirtschaft ISBN 3-8214-7077-1	€ 17,50	Rollladen- und Sonnenschutzmechatroniker/ Rollladen- und Sonnenschutzmechatronikerin ISBN 3-8214-7168-9	€ 15,50
Kaufmann/Kauffrau für Marketingkommunikation ISBN 3-8214-7191-3	€ 18,50	Sattler/Sattlerin ISBN 3-8214-7175-1	€ 17,50
Kaufmann/Kauffrau für Spedition und Logistikdienstleistung ISBN 3-8214-7183-2	€ 18,50	Schädlingsbekämpfer/Schädlingsbekämpferin ISBN 3-8214-7157-3	€ 15,50
Kaufmann für Verkehrsservice/ Kauffrau für Verkehrsservice ISBN 3-8214-7083-6	€ 17,50	Schilder- und Lichtreklamehersteller/ Schilder- und Lichtreklameherstellerin ISBN 3-8214-7104-2	€ 12,50
Koch/Köchin (2. Auflage) ISBN 3-8214-7107-7	€ 12,50	Schornsteinfeger/Schornsteinfegerin ISBN 3-8214-7084-4	€ 16,50
Konstruktionsmechaniker/Konstruktionsmechanikerin und Anlagenmechaniker/Anlagenmechanikerin der Fachrichtung Schweißtechnik ISBN 3-8214-7116-6	€ 18,50		

Ausbilden leicht gemacht

Schuhmacher/Schuhmacherin ISBN 3-8214-7161-1	€ 14,50	Veranstaltungskaufmann/Veranstaltungskauffrau ISBN 3-8214-7133-6	€ 16,50
Servicekaufmann/Servicekauffrau im Luftverkehr ISBN 3-8214-7096-8	€ 14,50	Verfahrensmechaniker/Verfahrensmechanikerin Beschichtungstechnik ISBN 3-8214-7126-3	€ 16,50
Sozialversicherungsfachangestellter/ Sozialversicherungsfachangestellte ISBN 3-8214-7079-8	€ 18,50	Verfahrensmechaniker/Verfahrensmechanikerin Brillenoptik ISBN 3-8214-7152-2	€ 16,50
Spielzeughersteller/Spielzeugherstellerin ISBN 3-8214-7103-4	€ 14,50	Verfahrensmechaniker/Verfahrensmechanikerin Glastechnik ISBN 3-8214-7125-5	€ 16,50
Sport- und Fitnesskaufmann/Sport- und Fitnesskauffrau ISBN 3-8214-7135-2	€ 16,50	Verfahrensmechaniker/Verfahrensmechanikerin in der Steine- und Erdenindustrie (2. Auflage) ISBN 3-8214-7055-0	€ 17,50
Steinmetz/Steinmetzin ISBN 3-8214-7148-4	€ 16,50	Verkäufer/Verkäuferin Kaufmann im Einzelhandel/Kauffrau im Einzelhandel ISBN 3-8214-7173-5	€ 18,50
Straßenwärter/Straßenwärterin ISBN 3-8214-7156-5	€ 17,50	Verlagskaufmann/Verlagskauffrau ISBN 3-8214-7099-2	€ 17,50
Technischer Zeichner/Technische Zeichnerin Fachrichtung Elektrotechnik ISBN 3-8214-7070-4	€ 14,50	Verpackungsmittelmechaniker/Verpackungsmittelmechanikerin ISBN 3-8214-7132-8	€ 14,50
Technischer Zeichner/Technische Zeichnerin Fachrichtung Heizungs-, Klima- und Sanitärtechnik ISBN 3-8214-7068-2	€ 14,50	Verwaltungsfachangestellter/Verwaltungsfachangestellte ISBN 3-8214-7106-9	€ 18,50
Technischer Zeichner/Technische Zeichnerin Fachrichtung Holztechnik ISBN 3-8214-7071-2	€ 14,50	Wasserbauer/Wasserbauerin ISBN 3-8214-7169-7	€ 18,50
Technischer Zeichner/Technische Zeichnerin Fachrichtung Maschinen- und Anlagentechnik ISBN 3-8214-7069-0	€ 14,50	Werkzeugmechaniker/Werkzeugmechanikerin – Fachrichtung Formentechnik ISBN 3-8214-7060-7	€ 9,50
Technischer Zeichner/Technische Zeichnerin Fachrichtung Stahl- und Metallbautechnik ISBN 3-8214-7067-4	€ 14,50	Zahnmedizinischer Fachangestellter/Zahnmedizinische Fachangestellte ISBN 3-8214-7138-7	€ 16,50
Textilreiniger/Textilreinigerin ISBN 3-8214-7153-0	€ 15,50	Zahntechniker/Zahntechnikerin ISBN 3-8214-7112-3	€ 16,50
Tierärzthelfer/Tierärzthelferin ISBN 3-8214-7034-8	€ 8,50		
Tierpfleger/Tierpflegerin ISBN 3-8214-7162-X	€ 17,50	In Vorbereitung:	
Tischler/Tischlerin (2. Auflage) ISBN 3-8214-7180-8	€ 17,50	Fachverkäufer/Fachverkäuferin im Lebensmittelhandwerk – Schwerpunkt Konditorei ISBN 3-8214-7187-5	ca. € 15,-
Umwelttechnische Berufe, Band 1 Fachkraft für Wasserversorgungstechnik ISBN 3-8214-7139-5	€ 13,50	Keramische Berufe: Industriekeramiker/Industriekeramikerin Anlagentechnik Industriekeramiker/Industriekeramikerin Dekorationstechnik Industriekeramiker/Industriekeramikerin Modelltechnik Industriekeramiker/Industriekeramikerin Verfahrenstechnik ISBN 3-8214-7190-5	€ 18,50
Umwelttechnische Berufe, Band 2 Fachkraft für Abwassertechnik ISBN 3-8214-7141-7	€ 13,50	Medizinischer Fachangestellter/Medizinische Fachangestellte ISBN 3-8214-7188-3	ca. € 15,-
Umwelttechnische Berufe, Band 3 Fachkraft für Kreislauf- und Abfallwirtschaft ISBN 3-8214-7140-9	€ 13,50	Technischer Produktdesigner/Technische Produktdesignerin ISBN 3-8214-####-#	ca. € 15,-
Umwelttechnische Berufe, Band 4 Fachkraft für Rohr-, Kanal- und Industrieservice ISBN 3-8214-7142-5	€ 13,50	Tiermedizinischer Fachangestellter/Tiermedizinische Fachangestellte ISBN 3-8214-7179-4	ca. € 15,-

Ausbilden leicht gemacht

Umsetzungshilfen

Anlagenmechaniker/Anlagenmechanikerin für Sanitär-, Heizung- und Klimatechnik

Umsetzungshilfen und Praxistipps zur Ausbildungsordnung
ISBN 3-8214-7411-5

€ 14,50

Elektroniker/Elektronikerin

Umsetzungshilfen und Praxistipps für Betriebe und Jugendliche
ISBN 3-8214-7408-4

€ 13,50

Elektroniker/Elektronikerin für Maschinen und Antriebstechnik

ISBN 3-8214-7407-6

€ 13,50

Feinwerkmechaniker/Feinwerkmechanikerin

Umsetzungshilfen zum neu gestalteten Ausbildungsberuf
ISBN 3-8214-7401-7

€ 12,50

Industrielle Elektroberufe:

Elektroniker/in für Maschinen und Antriebstechnik
Elektroniker/in für Gebäude- und Infrastruktursysteme
Elektroniker/in für Betriebstechnik
Elektroniker/in für Automatisierungstechnik
Elektroniker/in für Geräte und Systeme
Elektroniker/in für Luftfahrttechnische Systeme
Systeminformatiker/in

ISBN 3-8214-7403-3

€ 12,50

Industrielle Metallberufe:

Anlagenmechaniker/Anlagenmechanikerin

ISBN 3-8214-7423-8

€ 16,50

Industriemechaniker/Industriemechanikerin

ISBN 3-8214-7424-6

€ 16,50

Konstruktionsmechaniker/Konstruktionsmechanikerin

ISBN 3-8214-7425-4

€ 16,50

Werkzeugmechaniker/Werkzeugmechanikerin

ISBN 3-8214-7426-2

€ 16,50

Zerspanungsmechaniker/Zerspanungsmechanikerin

ISBN 3-8214-7427-0

€ 16,50

Karosserie- und Fahrzeugbaumechaniker/Karosserie- und Fahrzeugbaumechanikerin

Umsetzungshilfen und Praxistipps zur Ausbildungsordnung

ISBN 3-8214-7413-0

€ 10,50

Kraftfahrzeugmechatroniker/Kraftfahrzeugmechatronikerin

Umsetzungshilfen und Praxistipps zur Ausbildungsordnung

ISBN 3-8214-7414-9

€ 12,50

Mechaniker/Mechanikerin für Karosserieinstandhaltungstechnik

Umsetzungshilfen und Praxistipps zur Ausbildungsordnung

ISBN 3-8214-7415-7

€ 12,50

Mechaniker/Mechanikerin für Land- und Baumaschinentechnik

ISBN 3-8214-7416-5

€ 12,50

Mechaniker/Mechanikerin für Reifen- und Vulkanisationstechnik

ISBN 3-8214-7421-1

€ 13,50

Metallbauer/Metallbauerin

Umsetzungshilfen zum neu gestalteten Ausbildungsberuf

ISBN 3-8214-7400-9

€ 13,50

Schiffahrtskaufmann/Schiffahrtskauffrau

Umsetzungshilfen und Praxistipps zur Ausbildungsordnung

ISBN 3-8214-7165-4

€ 15,50

Systemelektroniker/Systemelektronikerin

ISBN 3-8214-7409-2

€ 13,50

Zweiradmechaniker/Zweiradmechanikerin

Umsetzungshilfen und Praxistipps zur Ausbildungsordnung

ISBN 3-8214-7417-3

€ 12,50

In Vorbereitung:

Ofen- und Luftheizungsbauer/Ofen- und Luftheizungsbauerin

ISBN 3-8214-7428-9

ca. € 15,-

Alle „Erläuterungen und Umsetzungshilfen“ sind im Format DIN A4 erschienen.
Stand: November 2006

Ausbilden leicht gemacht

Handbücher „Gezielt ausbilden – auch bei Lernschwierigkeiten“

Ausbildungsmaterialien zur Unterstützung der Berufsausbildung von Jugendlichen ohne Hauptschulabschluss in anerkannten Ausbildungsberufen des Handwerks.

Berufsausbildung im Handwerk:

Der einzelne Betrieb muss seine am Kundenauftrag orientierte Berufsausbildung mit den vorgegebenen Anforderungen der Ausbildungsrahmenpläne in Einklang bringen. Diese besondere Situation des Handwerks berücksichtigen die Handbücher.

Sie helfen:

- ▶ die Ausbildung strukturiert und systematisch aufzubauen und in Verbindung mit konkreten Kundenaufträgen durchzuführen,
- ▶ Informationen über den Leistungsstand der Jugendlichen zu erhalten,
- ▶ auch Jugendliche ohne Hauptschulabschluss auszubilden.

Die Handbücher sind als Ringbücher konzipiert (Format DIN A4). So können z.B. die für die Auszubildenden bestimmten Blätter herausgenommen werden. Jedes Handbuch enthält ein Plakat mit einem Überblick über alle Arbeitsprojekte.

Handbuch für die Ausbildung Hochbau- facharbeiter/in, Maurer/in

ISBN 3-8214-7119-0

€ 34,-

Handbuch für die Ausbildung im Metallbauer-Handwerk, Fachrichtung Konstruktionstechnik

ISBN 3-8214-7058-5

€ 24,-

Handbuch für die Ausbildung im Gas- und Wasserinstallateur-Handwerk

ISBN 3-8214-7059-3

€ 24,-

Weiterbildung und Aufstieg leicht gemacht

Umsetzungshilfen zur Prüfungsordnung

**Geprüfter Fachbauleiter/Geprüfte Fachbauleiterin
im Tischlerhandwerk**

ISBN 3-8214-7418-1

€ 13,50

**Geprüfter Fertigungsplaner/Geprüfte Fertigungsplanerin
im Tischlerhandwerk**

ISBN 3-8214-7419-X

€ 13,50

**Geprüfter Kundenberater/Geprüfte Kundenberaterin
im Tischlerhandwerk**

ISBN 3-8214-7420-3

€ 13,50

Bitte fordern Sie den aktuellen Gesamtprospekt an.



BW Bildung und Wissen Verlag und Software GmbH – Serviceteam – Postfach 82 01 50, 90252 Nürnberg
Telefon (09 11) 96 76-1 75, Telefax (09 11) 96 76-1 89
Internet <http://www.bwverlag.de>, e-mail serviceteam@bwverlag.de

Alle Veröffentlichungen dieser Reihe sind auch über Ihre Buchhandlung zu beziehen.
Die angegebenen Preise verstehen sich inkl. MwSt., bei Bestellung über den Verlag zuzüglich Versandkosten.

Buchtipps



Das zeitgemäße Arbeitszeugnis

Ein Handbuch für Zeugnisaussteller

NEU

Das Schreiben von Arbeitszeugnissen ist eine ganz besondere Kunst. Verdeckte Beurteilungen und umständliche Floskeln gehören der Vergangenheit an; heute soll ein Zeugnis klar strukturiert, informativ und leicht lesbar sein. Karl-Heinz List zeigt, wie das gelingt. Mitarbeiter-Beurteilungsbögen, Formulierungshilfen, Textbausteine und 40 Musterzeugnisse machen Personalverantwortlichen die Arbeit leichter. Da alle Arbeitshilfen auch auf der beiliegenden CD-ROM gespeichert sind, können Sie direkt in der betrieblichen Praxis angewendet werden.

Karl-Heinz List

Das zeitgemäße Arbeitszeugnis

Ein Handbuch für Zeugnisaussteller

ISBN: 3-8214-7653-2

232 Seiten + CD-ROM

Preis: € 19,80



inkl. CD-ROM



Unkündbar!

Wie Sie sich für Ihren Chef unentbehrlich machen

Susanne Reinker nennt elf Anti-Kündigungs-Strategien, die helfen, den Arbeitsplatz zu sichern: Gesetzliche Kündigungsgründe vermeiden – das erste Jahr gut überstehen – ein Organisationstalent werden – den Chef entlasten – mit sozialen Kompetenzen glänzen – angenehme Umgangsformen an den Tag legen – gut mit dem Chef kommunizieren – die Betriebspsychologie durchschauen – ein loyaler Mitarbeiter sein – auch mit einem schlechten Chef gut arbeiten. Last but not least: Auf eigene Bedürfnisse achten, Mensch bleiben.

Es soll leichter werden, einem Arbeitnehmer zu kündigen; um „überflüssiges“ Personal los zu werden, sind Bossing und Mobbing an der Tagesordnung. Gut, wenn man dazu erst gar keinen Anlass bietet und sich gleich von vornherein unentbehrlich macht. Verbiegen muss man sich deshalb nicht. Das Buch ist ein knapper, oft amüsanter Taschenratgeber. Er hilft dabei, den harten Zeiten auf dem Arbeitsmarkt zu begegnen.

Susanne Reinker

Unkündbar

Wie Sie sich für Ihren Chef unentbehrlich machen

ISBN: 3-8214-7643-5

134 Seiten

Preis: € 12,80

Buchtipps



Einfach gut werben

So machen Handwerker auf sich aufmerksam.

Wie Handwerksbetriebe mit gezielter Werbung auf sich aufmerksam machen, das beschreibt dieses Buch. Lästige Theorie bleibt außen vor. Hier geht es gleich mitten rein in die bunte Welt der Werbung. Logo, Geschäftsausstattung, Außenwerbung, Anzeigen, Messen und Internet: Die Autoren erklären, wie man sich blendend darstellt. Teuer muss das alles nicht sein, denn hier zeigen Profis, wie man seine Werbung selbst machen kann. Übersehen werden war gestern!

Oliver Geheeb, Lothar Gröschel, Christian Pfefferle, Holger Tegtmeier

Einfach gut werben

So machen Handwerker auf sich aufmerksam.

ISBN: 3-8214-7646-X

124 Seiten, broschiert

Preis: € 19,80



Einfach gut organisieren

So arbeiten Selbstständige und Kleinunternehmer effektiver

Christine Öttl und Gitte Härter wissen: Wer prima organisiert ist, hat gute Chancen, wirtschaftlich erfolgreich zu sein. Und er schont seine Nerven. Höchste Zeit also, von den Organisationsprofis zu lernen, wie man sein Büro auf Vordermann bringt!

Gitte Härter/Christine Öttl

Einfach gut organisieren

So arbeiten Selbstständige und Kleinunternehmer effektiver

ISBN: 3-8214-7648-6

204 Seiten, broschiert

Preis: € 14,80

**Besuchen Sie unseren Bookshop im Internet:
www.bwverlag.de**

