|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Zielanalyse | | Stand: Juni 2024 | |
| Beruf-Kurz | Ausbildungsberufe | | Zeitrichtwert |
| HFS | Fachmann/Fachfrau für Systemgastronomie | | 40 |
| Lernfeld Nr. | Lernfeldbezeichnung | | Jahr |
| 12 | Im Marketing arbeiten | | 3 |
| Kernkompetenz | |
| Die Schülerinnen und Schüler besitzen die Kompetenz, Marketingmaßnahmen zu planen, durchzuführen und auszuwerten. | |
| Schule, Ort | | Lehrkräfteteam | |
|  | |  | |
| **Bildungsplan[[1]](#footnote-2)** | | **Lernsituationen** | |

| kompetenzbasierte Ziele[[2]](#footnote-3) | Titel der Lernsituation | Situation | Handlungsergebnisse | Datenkranz[[3]](#footnote-4) | Aufträge[[4]](#footnote-5) | | überfachliche  Kompetenzen | Hinweise | Zeit |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Betriebsprofil: Hamborgari GmbH  Rolle der SuS: Fachfrau bzw. Fachmann für Systemgastronomie  in der Filiale „70174“ der Hamborgari GmbH (MA) | | | | | | LF = Lernfeld  LS = Lernsituation  MA = Mitarbeiterin bzw. Mitarbeiter  SuS = Schülerinnen und Schüler | | | |
| Die Schülerinnen und Schüler erfassen die Bedeutung von Marketingaktivitäten und analysieren den Auftrag, Marketingmaßnahmen zu planen, durchzuführen und auszuwerten. Sie **analysieren** Zielgruppen, Gästebedürfnisse, Marktbegleiter und Standorte. | **LS01 Überblick über den Einsatz des Marketings verschaffen** | MA ist Stellvertretung der Restaurantleitung; Umsätze und Auslastung sind rückläufig, Stammkunden vermehrt bei der Konkurrenz; Marketingbesprechung wird angesetzt  🡪 MA soll zur Vorbereitung Basisinformationen in einem Portfolio visualisieren | Portfolio (Concept Map als Deckblatt)  Portfolio (Glossar) | Betriebsprofil  Informationstext zur Bedeutung des Marketings sowie zu den Grundbegriffen und zum Vorgehen im Marketing  Internet (Recherche zur Bedeutung des Marketing sowie zu den Grundbegriffen und zum Vorgehen im Marketing) | 1. Entwickeln Sie eine Concept Map als Deckblatt Ihres zukünftigen Portfolios und berücksichtigen Sie dabei Folgendes:  * Bedeutung des Marketings * Grundbegriffe des Marketings * Marketingprozess  1. Erstellen Sie in Ihrem Portfolio ein Glossar mit Definitionen zu Grundbegriffen des Marketings. | | Probleme erkennen und zur Lösung beitragen  Informationen beschaffen  Informationen nach Kriterien aufbereiten und darstellen  methodengeleitet vorgehen  Fachsprache anwenden  konzentriert lernen | Einführung Betriebsprofil (Erweiterung erst in LS04 ausgeben)  Besprechung mit dem gesamten Portfolio erfolgt in LS06 | 04 |
| **LS02 Zielgruppen, Gästebedürfnisse, Marktbegleiter und Standorte unterscheiden** | bei der Besprechung (LS01) soll auch dargelegt werden, welche Zielgruppen, Gästebedürfnisse, Marktbegleiter und Standorte eine Rolle spielen  🡪 MA soll die Informationen im Portfolio aufbereiten | Portfolio (Diagramm Nachfrage)  Portfolio (Säulendiagramm Standorte)  Portfolio (Landkarte/Stadtplan) | Betriebsprofil  Informationstext zu Zielgruppen und Gästebedürfnissen (z. B. Fleischkonsum, Ersatzprodukte, Auswahl)  Statistik über Zielgruppen an den Standorten und deren Nachfrage  Informationen zu Marktbegleitern  Landkarte als Vorlage | Erstellen Sie folgende Unterlagen für Ihr Portfolio:   * Diagramm zur Nachfrage unterschiedlicher Zielgruppen * Diagramm zu den Standorten und deren jeweiligen Zielgruppen * Landkarte mit eingetragenen Marktbegleitern | | Informationen beschaffen  Informationen nach Kriterien aufbereiten und darstellen  methodengeleitet vorgehen  selbstständig planen und durchführen  Fachsprache anwenden | ggf. Tabellenkalkulationsprogramm | 03 |
| Die Schülerinnen und Schüler **informieren** sich über Marketingziele, Marketinginstrumente und Kontrollmaßnahmen. | **LS03 Marketingziele, Marketinginstrumente und Kontrollmaßnahmen darstellen** | in Besprechung sollen denkbare Ziele und Instrumente für das Marketing sowie Kontrollmaßnahmen vorgestellt werden  🡪 MA muss dies im Portfolio darstellen | Portfolio (Liste Marketingziele)  Portfolio (Mindmap Marketing-Mix)  Portfolio (Übersicht Maßnahmen Auswertung und Kontrolle von Marketingmaßnahmen)  Portfolio (Glossar) | Portfolio (Concept Map als Deckblatt) (LS01)  Informationstexte zu Marketingzielen (z. B. qualitative und quantitative Ziele, SMART-Methode), zum Marketing-Mix und zu Maßnahmen der Auswertung und Kontrolle  Portfolio (Glossar) (LS01) | 1. Erstellen Sie für Ihr Portfolio eine Liste mit denkbaren Marketingzielen und einem konkreten Beispiel für Ihren Betrieb. 2. Stellen Sie in Ihrem Portfolio die Elemente des Marketing-Mix in einer Mindmap dar. 3. Erstellen Sie für Ihr Portfolio eine Übersicht über mögliche Maßnahmen zur Auswertung und Kontrolle von Marketingmaßnahmen. 4. Vervollständigen Sie das Glossar in Ihrem Portfolio mit Definitionen zu neuen Grundbegriffen im Marketing. | | Informationen nach Kriterien aufbereiten und darstellen  Zusammenhänge herstellen  methodengeleitet vorgehen  Fachsprache anwenden |  | 03 |
| Die Schülerinnen und Schüler **planen** Marketingmaßnahmen für den Betrieb (*Gästebindungsprogramme, Werbemaßnahmen, Maßnahmen der Verkaufssteuerung und Verkaufsförderung*). Sie berücksichtigen Zielgruppen, Anlässe, und Budgets entsprechend der Marke und des Standards. Sie wählen geeignete Marketinginstrumente aus und beachten rechtliche (*Wettbewerbsrecht, Markenrecht*) Vorgaben. | **LS04 Maßnahmen zur Gästebindung und Werbemaßnahmen planen** | Geschäftsführung erwartet in der Besprechung die Vorstellung konkreter Vorschläge für Marketingmaßnahmen  🡪 MA soll die Kreativität der Kolleginnen und Kollegen einbinden und in einem Team Marketingmaßnahmen erarbeiten und der Geschäftsführung vor der Besprechung vorlegen | individuelles Medium mit Zielformulierung  Präsentationsfolien (Marketingmaßnahmen) | Betriebsprofil (Erweiterung)  Portfolio (Liste Marketingziele) (LS03)  Erweiterung des Betriebsprofils mit Daten zur aktuellen betrieblichen Situation (enthalten auch: Anlässe, Marke, Standards)  Internet (Recherche zu Werbemaßnahmen)  Informationstext zu Gästebindungsprogrammen  Übersicht über vorhandene Werbemittel und Werbeträger  Informationstext zu Werbung, Public Relations, Werbemitteln und Werbeträgern  Speisekarte  Auszüge aus: MarkenG, Designgesetz | 1. Formulieren Sie das Ziel der Marketingaktivitäten für Ihren Betrieb in einer medialen Form Ihrer Wahl (z. B. Wasserzeichen in der Präsentation, Kopf- oder Fußzeile, Bildschirmhintergrund). 2. Entwerfen Sie Präsentationsfolien mit Ihren Vorschlägen zu Marketingmaßnahmen im Bereich Gästebindung und Werbemaßnahmen. | | Medien sachgerecht nutzen  Informationen beschaffen  Probleme erkennen und zur Lösung beitragen  sich flexibel auf Situationen einstellen  selbstständig planen und durchführen  Entscheidungen treffen  sprachlich angemessen kommunizieren  Medien sachgerecht nutzen | Gesetzestexte  keine Berechnungen  Präsentation in LS06 | 06 |
| **LS05 Maßnahmen der Verkaufssteuerung und der Verkaufsförderung planen** | nach Durchsicht der Vorschläge im Vorfeld der Besprechung fordert die Geschäftsführung weitere Vorschläge im Bereich Verkaufssteuerung und Verkaufsförderung  🡪 MA soll diese ausarbeiten | vervollständigte Präsentationsfolien | individuelles Medium mit Zielformulierung (LS04)  Präsentationsfolien (Marketingmaßnahmen) (LS04)  Erweiterung des Betriebsprofils mit Daten zur aktuellen betrieblichen Situation (LS04)  Auszug aus dem System mit Budget  Informationstext zur Verkaufssteuerung  Informationstext zur Verkaufsförderung  Internet (Recherche zu Verkaufssteuerung und -förderung)  Speisekarte mit Inklusivpreis  Auszug aus der Kasse mit Umsatzzahlen der einzelnen Produkte im Tagesverlauf  Informationstext zu den kurzfristigen und langfristigen Preisuntergrenzen (allgemein)  Auszug aus dem Warenwirtschaftssystem (Wareneinsatz, fixe und variable Kosten) | Vervollständigen Sie Ihre Präsentationsfolien aus Lernsituation 04 mit Vorschlägen zu Maßnahmen der Verkaufssteuerung und Verkaufsförderung. | | sich flexibel auf Situationen einstellen  Informationen beschaffen  methodengeleitet vorgehen  Entscheidungen treffen  Realisierbarkeit erkennbarer Lösungen abschätzen  begründet vorgehen  sprachlich angemessen kommunizieren  Medien sachgerecht nutzen | vgl. HFS-LF14-LS07 (Deckungsbeitragsrechnung)  keine vollständige Kalkulation  Präsentation in LS06  ggf. Tabellenkalkulationsprogramm oder Gastronomiesoftware | 04 |
| **LS06 Marketingmaßnahmen auswählen** | MA soll in der Besprechung auf Basis einer Bewertung 2 bis 3 konkrete Marketingmaßnahmen vorschlagen  🡪 MA muss sich darauf vorbereiten | Pro- und Kontra-Liste  vervollständigte Präsentationsfolien (Maßnahmenvorschläge)  Präsentation (in Besprechung) | individuelles Medium mit Zielformulierung (LS04)  vervollständigte Präsentationsfolien (LS05)  Auszüge aus: Gebührenordnung der jeweiligen Stadt, DSGVO, Patentgesetz, UWG | 1. Bewerten Sie in einer Pro- und Kontra-Liste die vorgeschlagenen Ziele und Maßnahmen aus den Lernsituationen 04 und 05. 2. Vervollständigen Sie Ihre Präsentationsfolien aus Lernsituation 05 mit einer Folie mit Vorschlägen für zwei konkrete Marketingmaßnahmen. 3. Führen Sie die Präsentation und Diskussion in der Besprechung durch. | | Alternativen finden und bewerten  Informationen strukturieren  Schlussfolgerungen ziehen  sprachlich angemessen kommunizieren  fachlich argumentieren  eigene Meinungen artikulieren | Gesetzestexte  Rollenspiel | 03 |
| Die Schülerinnen und Schüler **setzen** selbstgeplante und erarbeitete Maßnahmen sowie markenweite analoge und digitale Marketingmaßnahmen am Standort **um**. | **LS07 Marketingmaßnahmen umsetzen** | Vorschläge wurden von der Geschäftsführung in der Besprechung akzeptiert  🡪 MA darf sie umsetzen | markenweite Marketingmaßnahmen  Marketingmaßnahmen für den Standort (jeweils auch in digitaler Form, z. B. Audiodatei, Video, Bildbearbeitung, Textverarbeitung) | E-Mail der Zentrale mit Informationen zu neuen markenweiten Marketingmaßnahmen  vervollständigte Präsentation (Maßnahmenvorschläge) (LS06) | 1. Führen Sie markenweite Marketingmaßnahmen durch. 2. Führen Sie die ausgewählten Maßnahmen aus Lernsituation 06 für Ihren eigenen Standort durch. | | selbstständig planen und durchführen  systematisch vorgehen  Gelerntes auf neue Probleme übertragen  zuverlässig handeln  Medien sachgerecht nutzen | mögliche Umsetzungen:  Konzeptvorstellungen, inkl. USP; Produktvorstellungen; Preisgestaltungen; Werbemaßnahmen | 06 |
| Die Schülerinnen und Schüler **beurteilen** die eingesetzten Maßnahmen und kontrollieren den Erfolg. | **LS08 Marketingmaßnahmen beurteilen** | Marketingmaßnahmen wurden umgesetzt; nach der im Marketingziel festgelegten Zeit wird ihr Erfolg kontrolliert  🡪 MA muss dies durchführen | Bericht | Portfolio (Übersicht Maßnahmen Auswertung und Kontrolle von Marketingmaßnahmen) (LS03)  individuelles Medium mit Zielformulierung (LS04)  markenweite Marketingmaßnahmen (LS07)  Marketingmaßnahmen für den Standort (LS07)  aktuelle relevante Betriebszahlen  Reaktionen der Gäste auf der Webseite | Verfassen Sie einen Bericht an die Geschäftsführung. Berücksichtigen Sie dabei insbesondere   * eine Analyse der aktuellen Betriebszahlen, * die Erreichung des Marketingziels und * sonstige Auswirkungen der Marketingmaßnahmen | | eigenes Handeln reflektieren  Zusammenhänge herstellen  Schlussfolgerungen ziehen  sprachlich angemessen kommunizieren  fachlich argumentieren |  | 03 |
| **gesamt[[5]](#footnote-6)** | | | | | | | | | **32** |

1. Ministerium für Kultus, Jugend und Sport Baden-Württemberg (Herausgeber): Bildungsplan für die Berufsschule, Fachkraft Gastronomie, Fachmann für Systemgastronomie und Fachfrau für Systemgastronomie, Fachmann für Restaurants und Veranstaltungsgastronomie und Fachfrau für Restaurants und Veranstaltungsgastronomie (2021) [↑](#footnote-ref-2)
2. Die in den kompetenzbasierten Zielen des Bildungsplans grau hervorgehobenen Passagen werden mehrfach aufgeführt. [↑](#footnote-ref-3)
3. Zur Bearbeitung der Aufträge notwendige Informationen [↑](#footnote-ref-4)
4. Aufträge beginnen mit einem Operator (siehe Operatorenliste der Koordinierungsstelle für Abschlussprüfungen von Berufsschule und Wirtschaft), enthalten jeweils nur einen Operator und führen zu dem in der vorigen Spalte aufgeführten betrieblichen Handlungsergebnis. [↑](#footnote-ref-5)
5. Die restlichen 20 % des Zeitrichtwerts sind für Vertiefung und Lernerfolgskontrolle vorgesehen. [↑](#footnote-ref-6)