

# AUSBILDUNG GESTALTEN

**Gestalter für  
visuelles Marketing/  
Gestalterin für  
visuelles Marketing**



---

# AUSBILDUNG **GESTALTEN**

**Gestalter für  
visuelles Marketing/**

**Gestalterin für  
visuelles Marketing**

---

## **Herausgeber:**

### **Bundesinstitut für Berufsbildung**

Robert-Schuman-Platz 3  
53175 Bonn  
Internet: [www.bibb.de](http://www.bibb.de)

## **Erläuterungen und Redaktion:**

### **Hannelore Paulini-Schlottau**

### **Carl Schamel**

Bundesinstitut für Berufsbildung  
53175 Bonn  
Telefon: 0228 / 107-0

## **weitere Autoren:**

Heike Fuhrmann, Akademie-Handel, Dorfen

Cornelia Gottwald, Akademie Dorfen

Winfried Lazarek, Kaufhof Warenhaus AG, Hamburg

Wilfried Malcher, HDE, Berlin

## **Mit Unterstützung der:**

### **Arbeitgeberorganisationen**

#### **Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE)**

Berlin  
[www.einzelhandel.de](http://www.einzelhandel.de)

#### **Deutscher Industrie- und Handelskammertag (DIHK)**

Berlin  
[www.dihk.de](http://www.dihk.de)

### **Arbeitnehmerorganisationen**

#### **Deutscher Gewerkschaftsbund (DGB)**

Berlin  
[www.dgb.de](http://www.dgb.de)

#### **Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft e.V.**

#### **(ver.di)**

Berlin  
[www.ver.di.de](http://www.ver.di.de)

## **Gleichstellungshinweis:**

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

## **Verlag:**

W. Bertelsmann Verlag GmbH & Co. KG  
Auf dem Esch 4  
33619 Bielefeld

## **Vertrieb:**

W. Bertelsmann Verlag GmbH & Co. KG  
Postfach 100633  
33506 Bielefeld  
Tel.: 05 21 | 9 11 01-11  
Fax: 05 21 | 9 11 01-19  
E-Mail: [service@wbv.de](mailto:service@wbv.de)  
Internet: [www.wbv.de](http://www.wbv.de)

## **Lektorat:**

Sabine Schmidt

## **Koordination:**

Alexander Ehresmann

## **Layout und Satz:**

Hans-Jörg Jolli  
Christiane Zay, Bielefeld

## **Umschlaggestaltung:**

Christiane Zay, Bielefeld

## **Druck:**

Druckerei Lokay e.K., Reinheim

Alle Rechte vorbehalten, Nachdruck –  
auch auszugsweise – nicht gestattet.

© W. Bertelsmann Verlag GmbH & Co. KG  
Bielefeld  
2. Auflage 2009

ISBN 978-3-7639-4214-5

Bestell-Nr. E152



---

# Gestalter/Gestalterin für visuelles Marketing

Erläuterungen und Praxishilfen  
zur staatlich anerkannten  
Ausbildungsordnung

Herausgeber:

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



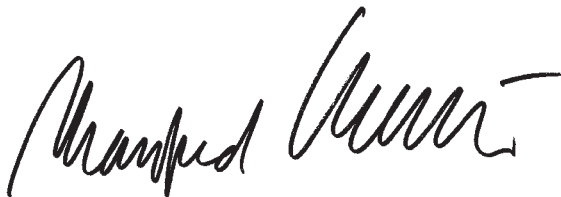
---

## Vorwort

Aufgabe von Ausbildern und Ausbilderinnen sowie Berufsschullehrern und Berufsschullehrerinnen ist es, den neuen Ausbildungsberuf Gestalter für visuelles Marketing/Gestalterin für visuelles Marketing in die Praxis umzusetzen. Die Reihe „AUSBILDUNG GESTALTEN“ des Bundesinstituts für Berufsbildung unterstützt sie dabei. Die Ergebnisse der Neuordnung und die damit verbundenen Ziele und Hintergründe werden dargestellt und kommentiert. Empfehlungen für die Gestaltung sowie praktische Handlungshilfen zur Planung und Umsetzung der Ausbildung und der Prüfungen dienen allen an der Ausbildung Beteiligten. Die Reihe „AUSBILDUNG GESTALTEN“ soll zur Modernisierung und Qualitätssicherung der Berufsausbildung beitragen.

Die neue Ausbildungsordnung Gestalter für visuelles Marketing/Gestalterin für visuelles Marketing wurde vom Bundesinstitut für Berufsbildung in enger Zusammenarbeit mit Sachverständigen aus der Berufsbildungspraxis entwickelt. Auch die Umsetzungshilfen sind mit Unterstützung von Experten und Expertinnen aus der Berufsbildungspraxis erstellt worden.

Ich wünsche mir, dass diese Umsetzungshilfe von möglichst vielen betrieblichen Ausbildern und Ausbilderinnen, Auszubildenden, Berufsschullehrern und Berufsschullehrerinnen sowie Prüfern und Prüferinnen als Basis für eine hochwertige Berufsausbildung genutzt wird.



Manfred Kremer  
Präsident  
Bundesinstitut für Berufsbildung

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort</b> .....	5
<b>Einführung</b> .....	9
1. Was ist neu? .....	11
2. Chancen durch Ausbildung .....	16
<b>Ausbildungsordnung und Ausbildungsrahmenplan</b> .....	17
<b>1. Ausbildungsordnung</b> .....	18
1.1 Erläuterungen zu den Paragraphen der Ausbildungsordnung .....	18
§ 1 Staatliche Anerkennung des Ausbildungsberufes .....	19
§ 2 Ausbildungsdauer .....	20
§ 3 Zielsetzung der Berufsausbildung .....	20
§ 4 Ausbildungsberufsbild .....	21
§ 5 Ausbildungsrahmenplan .....	22
§ 6 Ausbildungsplan .....	22
§ 7 Berichtsheft .....	23
§ 8 Zwischenprüfung .....	23
§ 9 Abschlussprüfung .....	24
§ 10 Übergangsregelung .....	26
§ 11 Inkrafttreten, Außerkrafttreten .....	26
<b>2. Ausbildungsrahmenplan</b> .....	27
2.1 Sachliche Gliederung des Ausbildungsrahmenplans .....	28
2.2 Zeitliche Gliederung des Ausbildungsrahmenplans.....	75
<b>Rahmenlehrplan</b> .....	79
1. Erläuterungen zum KMK <sup>1)</sup> Rahmenlehrplan .....	80
2. Rahmenlehrplan.....	81
<b>Hinweise zur Planung und Durchführung der Ausbildung</b> .....	97
1. Voraussetzungen für die betriebliche Ausbildung.....	98
1.1 Organisationsstruktur der Ausbildung .....	98
1.2 Ausbildungsbetrieb .....	98
• Eignung des Betriebes .....	98
• Art und Einrichtung des Ausbildungsbetriebes .....	98
• Zahl der Auszubildenden eines Ausbildungsbetriebes .....	99
• Aufgaben des Ausbildungsbetriebes .....	99
• Ausbilder .....	99
• Ausbildungsbeauftragte (Fachausbilder/Praxispate) .....	99
1.3 Alternative Ausbildungsorganisation/Ausbilden im Verbund .....	100

---

1) Kultusministerkonferenz

---

2. Zuständige Stellen .....	101
3. Ausbildungspraxis .....	102
3.1 Checklisten zur Ausbildungsplanung .....	102
3.2 Der Ausbildungsvertrag.....	106
• Ausbildungsdauer .....	106
• Unzulässige Vereinbarungen.....	107
• Ausbildungsvergütung .....	107
• Eintragung in das Verzeichnis der Berufsausbildungsverhältnisse .....	107
• Ende der Ausbildung/Kündigung .....	107
• Probezeit.....	107
• Urlaub.....	108
3.3 Erstellen eines betrieblichen Ausbildungsplanes.....	108
3.4 Flexibilitätsklausel.....	109
3.5 Abstimmung zwischen den Lernorten Ausbildungsbetrieb und Berufsschule .....	109
3.6 Berufliche Handlungskompetenz.....	110
4. Hinweise zur Prüfung .....	111
4.1 Veränderung bei den Prüfungsanforderungen .....	111
4.2 Durchführung der Prüfungen .....	114
4.3 Checkliste zur Prüfungsvorbereitung .....	120
5. Berichtsheft als Ausbildungsnachweis .....	121
6. Ausbildungsprofil in deutscher, englischer und französischer Sprache .....	122
7. EUROPASS.....	125
<b>Muster/Beispiele</b> .....	127
1. Berufsausbildungsvertrag mit Erläuterungen .....	128
<b>Informationen</b> .....	143
1. Weiterbildung .....	144
2. Berufsschulen .....	148
3. Literaturhinweise .....	152





---

# Einführung

## Einführung

Der neu geordnete Ausbildungsberuf „Gestalter/Gestalterin für visuelles Marketing“ wurde am 12. Mai 2004 erlassen und trat am 1. August 2004 in Kraft.

(Bundesgesetzblatt 2004 Teil I Nr. 23 vom 17. Mai 2004, S. 922 ff.)

Der Inhalt dieser Verordnung wurde unter Federführung des Bundesinstituts für Berufsbildung (BiBB) im Einvernehmen mit dem damaligen Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit (heute Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie) und dem Bundesministerium für Bildung und Forschung, gemeinsam mit den Ländern und Vertretern der nachfolgend aufgeführten Spitzenorganisationen von Arbeitgebern und Arbeitnehmern erarbeitet:

### Arbeitgeber:

**HDE**  
**Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE)**  
Am Weidendamm 1 A  
10117 Berlin

**Deutscher Industrie- und Handelskammertag (DIHK)**  
Breitestrasse 29  
10178 Berlin

**Kuratorium der Deutschen Wirtschaft für Berufsbildung (KWB)**  
Ollenhauerstrasse 4  
53113 Bonn

### Arbeitnehmer:

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

**Deutscher Gewerkschaftsbund-Bundesvorstand (DGB)**  
Henriette-Herz-Platz 2  
10178 Berlin

### Ländervertretung:

**Sekretariat der ständigen Konferenz der Kultusminister  
der Länder der Bundesrepublik Deutschland (KMK)**  
Lennéstr. 6  
53113 Bonn

Die Federführung für die Länder im Neuordnungsverfahren hatte das Bundesland Nordrhein-Westfalen

## 1. Was ist neu?

Kernpunkte der Neuordnung in Stichworten:

- ✓ Gemäß den Änderungen im Ausbildungsprofil weg vom „Schmücker“ zum professionellen Gestalter;
- ✓ wie bisher ist es ein Monoberuf, ohne Spezialisierung;
- ✓ neue Ausbildungsberufsbezeichnung;
- ✓ Verstärkung berufsbezogener IT-Anwendung mit dem Einsatz von Grafik-, Layout- und Bildbearbeitungsprogrammen;
- ✓ Entschlackung gewerblich-technischer Inhalte;
- ✓ Integration kaufmännischer Inhalte, Projektplanung und -umsetzung; Erfolgskontrolle;
- ✓ Aufnahme von berufsbezogenem Englisch;
- ✓ neue zeitliche Gliederung des Ausbildungsrahmenplans, die Zeitrahmenmethode;
- ✓ grundlegende Überarbeitung der Prüfungsanforderungen;
- ✓ keine Zuordnung zu dem Berufsfeld „Farbtechnik und Raumgestaltung“ – wie vor der Neuordnung, aber gemeinsame Inhalte im ersten Ausbildungsjahr mit dem Ausbildungsberuf „Raumausstatter/Raumausstatterin“ im berufsschulischen Rahmenlehrplan.

### Erforderliche Modernisierung des Ausbildungsberufs

Der modernisierte Ausbildungsberuf „Gestalter/Gestalterin für visuelles Marketing“ löst den Ausbildungsberuf „Schauwerbegestalter/Schauwerbegestalterin“ vom 6. Oktober 1980 ab. Seine Modernisierung war nach über 20 Jahren überfällig. Die Ausbildungsordnung entsprach nicht mehr den aktuellen technischen, arbeitsorganisatorischen, wirtschaftlichen, gestaltungs- und werbebezogenen Entwicklungen im Beruf, so dass eine Neustrukturierung und Neuordnung des Ausbildungsberufs unumgänglich war. Die neue Ausbildungsregelung wurde unter der Federführung des Bundesinstituts für Berufsbildung gemeinsam mit den Sozialparteien grundlegend auf einen modernen, zukunftsorientierten Stand gebracht und ist im August 2004 in Kraft getreten. Trotz grundlegender Modernisierung bleibt der Ausbildungsberuf „Gestalter/Gestalterin für visuelles Marketing“ weiterhin ein kreativer, gestalterischer Ausbildungsberuf, jedoch mit veränderter Schwerpunktsetzung und erweiterten Einsatzfeldern.

### Neue Ausbildungsberufsbezeichnung und die Entwicklung von der Schauwerbung zum visuellen Marketing

Die Ausbildungsberufsbezeichnung wurde gemäß den inhaltlichen Entwicklungen verändert. Der Begriff „Gestaltung“ bleibt weiterhin in der Ausbildungsberufsbezeichnung enthalten. Die Umbenennung trägt der Weiterentwicklung des Berufs in Richtung des visuellen Marketings Rechnung. Dass die Definition „Visuelles Marketing“ für die Präzisierung der gestalterischen Aufgabe gewählt wurde, hängt damit zusammen, dass es sich bei der beruflichen Tätigkeit um Maßnahmen handelt, die darauf gerichtet sind, durch die Entwicklung und Realisierung von Gestaltungskonzepten mit definierten Zielgruppen visuell zu kommunizieren, dadurch den Absatz zu fördern und die Unternehmensphilosophie sichtbar zu machen. Dazu zählen insbesondere Präsentationen von Waren, Produkten und Dienstleistungen, Maßnahmen der Verkaufsförderung, Werbung und Öffentlichkeitsarbeit sowie Events (Definition nach Orbis). Das entsprach dem grundlegenden Verständnis, das die Sachverständigen im Rahmen des Neuordnungsverfahrens erzielt hatten.

### Schwerpunktverlagerung des Profils

Das Profil des Berufes bleibt im Kern unberührt, hat sich aber in den Anforderungen verändert. Stand für die früheren „Schauwerbegestalter“ (noch früher der Schaufenstergestalter) das Schmücken und Gestalten von Schauräumen und Schaufenstern im Mittelpunkt, so orientiert sich das neue Qualifikationsprofil der „Gestalter/innen für visuelles Marketing“ an übergeordneten Marketingkonzepten, insbesondere der visuellen Kommunikation mit der Ware. Zum „visuellen Marketing“ gehören die Raumgestaltung ebenso wie die Gestaltung von Events, die Entwicklung von Promotionaktionen, die Organisation von Kundenforen sowie weitere öffentlichkeitsbezogene Maßnahmen, die darauf gerichtet sind, Waren, Produkte und Dienstleistungen so optimal und zeitgemäß wie möglich, definierten Zielgruppen zu präsentieren, ihren Verkauf anzuregen und die Unternehmensziele zu verdeutlichen. Das heißt, dass sich das Profil des Berufs in Richtung professioneller Gestalter, der auf Basis fundierter Daten Konzepte entwickelt und neue Techniken anwendungsbezogen nutzt, weiterentwickelt hat.

### Neuerungen in Inhalt und Struktur

Die aktive und gestalterische kreative Orientierung ist in diesem Ausbildungsberuf nach wie vor von großer Bedeutung. Sie ist erforderlich für den Erfolg im Beruf. Gestalter/Gestalterinnen für visuelles Marketing müssen für ihre konzeptionelle und gestalterische Arbeit ein Gespür für Lebensstile, Mode und Trends generell und in der jeweiligen Branche aufweisen. Dazu müssen sie auch die aktuellen Fakten zur Ansprache der jeweiligen Zielgruppen innerhalb der Konsumentenlandschaft kennen oder recherchieren können und jederzeit offen für neue Entwicklungen sein. Ferner müssen sie über ausgeprägtes Materialgefühl, überdurchschnittliches handwerkliches, künstlerisches und zeichnerisches Geschick, Form- und Farbensinn, räumliches Vorstellungsvermögen sowie Ideenreichtum und Freude am Ausprobieren neuer Ideen verfügen. Dazu gehören der Umgang mit Farben, Licht, Multimediaetechniken, Typografie und sonstigen innovati-

ven Gestaltungsmitteln ebenso wie mit Werkstoffen, Werkzeugen und Geräten.

Die Veränderungen im neu geordneten Ausbildungsberuf sehen folgendermaßen aus:

- Die namentliche und inhaltliche Zuordnung zum Marketingbereich wird stärker betont. Dabei sind die verschiedenen Visualisierungsmaßnahmen im Rahmen des Marketing von zentraler Bedeutung
- Gewerblich-technische Inhalte sind weiterhin in diesem Ausbildungsberuf enthalten, sie sind jedoch reduziert worden, z. B. indem sie in einer Berufsbildposition konzentriert sind.
- Berufsbezogene IT-Anwendungen, wie die Anwendung von Grafik-, Layout- und Bildbearbeitungsprogrammen, die für die Entwurfserstellung und deren gestalterische Umsetzung genutzt werden, wurden als neue Inhalte aufgenommen. Dagegen wurden traditionelle Druckverfahren, wie z. B. der Siebdruck, gestrichen.
- Kaufmännische Inhalte wurden in diesen Ausbildungsberuf integriert, damit Leistungen des visuellen Marketings, die entwickelten Entwürfe und deren Umsetzung, geplant und kalkuliert sowie Erfolgskontrollen durchgeführt werden können. Kreative Entwürfe müssen am jeweiligen Markt orientiert und finanzierbar sein und von Anfang an eine realistische, umsetzbare Basis haben. Kaufmännische Inhalte bilden aber auch Grundlagen für eine eigene Unternehmensgründung, die bei ausgebildeten Gestaltern/ Gestalterinnen immer häufiger eine Berufsperspektive wird.
- Englisch als Fremdsprache wurde in berufsbezogener Form ebenfalls neu aufgenommen, insbesondere bezogen auf den Umgang mit englischsprachigen Informationen und auf die Anwendung von fremdsprachigen Fachbegriffen.
- Für den Erfolg der Tätigkeit ist auch Kooperationsfähigkeit mit dem Verkaufs- und Ausstellungspersonal sowie mit anderen gestalterischen und sonstigen Berufen sowie mit Partnerfirmen ausschlaggebend. So sind auch die so genannten Softskills verstärkt bei der Neuordnung dieses Ausbildungsberufs berücksichtigt worden.
- Da Gestalter/Gestalterinnen für visuelles Marketing häufig in Projekten arbeiten, ist der Bereich Projektplanung und -umsetzung aufgenommen und wird im Rahmen eines eigenen Prüfungsbereichs geprüft.
- Für die Strukturierung der betrieblichen Ausbildung wurde als zeitliche Gliederung des Ausbildungsrahmenplans die Zeitrahmenmethode gewählt, die eine stärkere Flexibilität bei der Ausbildung im Betrieb ermöglicht. Dadurch kann auf die unterschiedlichen Bedürfnisse der Betriebe nach individueller Gestaltung der Ausbildung besser eingegangen werden.
- In Bezug auf die schulische Ausbildung wurde die Zuordnung zu einem Berufsfeld aufgehoben; es wurden aber gemeinsame Inhalte mit dem Ausbildungsberuf „Raumausstatter/Raumausstatterin“ im ersten Ausbildungsjahr erarbeitet, die auf der Basis des Grundstufenplans „Farbtechnik und Raumgestaltung“ formuliert wurden. Eine weitere Neuerung für die schulische Ausbildung ist die Strukturierung des Rahmenlehrplans in Lernfelder.

## Gliederung der Ausbildungsinhalte

Die Ausbildungsinhalte sind neu strukturiert worden. Sie sind in den folgenden Berufsbildpositionen, z.T. in ausdifferenzierter Form (in Teilpositionen) untergliedert:

1. **Der Ausbildungsbetrieb:** Berufsbildung, arbeits- und sozialrechtliche Grundlagen, AGU (Arbeits-, Gesundheits- und Umweltschutz)
2. **Arbeitsorganisation, Kommunikation und Kooperation:** Arbeitsplanung, Kooperation, Kommunikation, Informations- und Kommunikationssysteme, Qualitätssicherung, Fremdsprachen
3. **Grundlagen des visuellen Marketings:** CI (Corporate Identity), Präsentation von Waren, Produkten und Dienstleistungen, Verkaufsförderung, Werbung
4. **Werkstoffe, Werkzeuge und Geräte**
5. **IT-Anwendungen**
6. **Projekte des visuellen Marketings:** Entwurf, Planung, Umsetzung
7. **Steuerung von Projekten visuellen Marketings:** Beschaffung, Kalkulation, Erfolgskontrolle, Kaufmännische Steuerung und Kontrolle

## Sachliche und Zeitliche Gliederung des Ausbildungsrahmenplans

Der Ausbildungsrahmenplan wurde auch in der Struktur geändert. Seine Sachliche Gliederung wurde einheitlich gestaltet, d.h. es kam nicht – wie bisher – zu einer Aufteilung nach Grund- und Fachbildung. Auch wurden die Lernziele reduziert im Sinne der Orientierung an dem zu erreichenden Endverhalten. Somit gibt es keine Aufteilung mehr in Fertigungs- und Kenntnis-Lernziele. Gleichzeitig wurde aber eine Trennung von Sachlicher und Zeitlicher Gliederung des Ausbildungsrahmenplans in zwei Anlagen der Ausbildungsordnung vorgenommen.

Für die Zeitliche Gliederung des Ausbildungsrahmenplans als von der Sachlichen Gliederung getrennte Anlage wurde anstatt der Ankreuzmethode nach Halbjahren jetzt die Zeitrahmenmethode als Anleitung zur sachlichen und zeitlichen Gliederung eingesetzt, die sich seit 1991 insbesondere in kaufmännischen Ausbildungsberufen bewährt hat. Diese Methode ist flexibler einsetzbar und kann auf die unterschiedlichen Bedürfnisse der Betriebe besser eingehen. Richtschnur der Zeitrahmenmethode ist der integrative Vermittlungsansatz, der bei der Vermittlung unterschiedliche Ausbildungsinhalte kombiniert, so dass sie der Aufgabenschneidung, wie sie in der betrieblichen Praxis vorkommt, entspricht. Die Zeitrahmenmethode differenziert nach Jahren. Jährlich wird der Zeitrahmen in drei Ausbildungsblöcke mit einem Umfang von mindestens einem bis maximal sechs Monaten gegliedert (Bruttoausbildungszeit). Darüber hinaus geben die Zeitrahmen auch Auskunft über die Zeitanteile und Gewichtung der Ausbildungsinhalte.

Eine weitere Differenzierung der Zeitlichen Gliederung umfasst die Aufteilung in Teil A und B. Teil A enthält die Vermittlung von Inhalten

während der gesamten Ausbildungszeit wie die Berufsbildposition 2.1 „Arbeitsorganisation und Arbeitsplanung“ sowie 2.2 „Teamarbeit und Kooperation“. Diese Ausbildungsinhalte werden somit bei der Vermittlung der hauptsächlichen Inhalte während der drei Ausbildungsjahre mitgeführt. Teil B stellt den regulären Zeitrahmen, gegliedert nach Jahren, dar. Bei der Zeitlichen Gliederung werden darüber hinaus zwei Vermittlungsstufen unterschieden: die erste Vermittlungsstufe drückt sich durch das Verb „vermitteln“ aus, die 2. Vermittlungsstufe durch das Verb „fortsetzen“ oder „einüben“. Es muss allerdings berücksichtigt werden, dass die Ausbildungsinhalte des ersten Ausbildungsjahres Gegenstand der Zwischenprüfung sind. Die grundlegenden Änderungen zur Prüfung werden im gesonderten Abschnitt behandelt. (siehe Seite 111 f)

**Zahl der Auszubildenden - im Zeitablauf**

Die Zahl der Auszubildenden in diesem Ausbildungsberuf (die Zahlen von 2004 enthalten auch die neugeordneten Gestalter/innen für visuelles Marketing) hat innerhalb von 13 Jahren sukzessive abgenommen, von 1991 mit ca. 3,6 Tsd. auf gut 1,5 Tsd. im Jahre 2004, d.h. die Zahlen haben sich um mehr als die Hälfte reduziert (vgl. Abbildung 1). So war auch ein wesentlicher Punkt der Modernisierung dieses Ausbildungsberufs, mit der Möglichkeit der Erweiterung des Qualifikations- und Einsatzspektrums neue Ausbildungsbetriebe zu gewinnen und dadurch die Auszubildendenzahlen wieder steigen zu lassen.

Dieser gestalterische Ausbildungsberuf ist ein Frauenberuf. Die Frauenquote ist bei den Auszubildenden sehr hoch: 84% bei

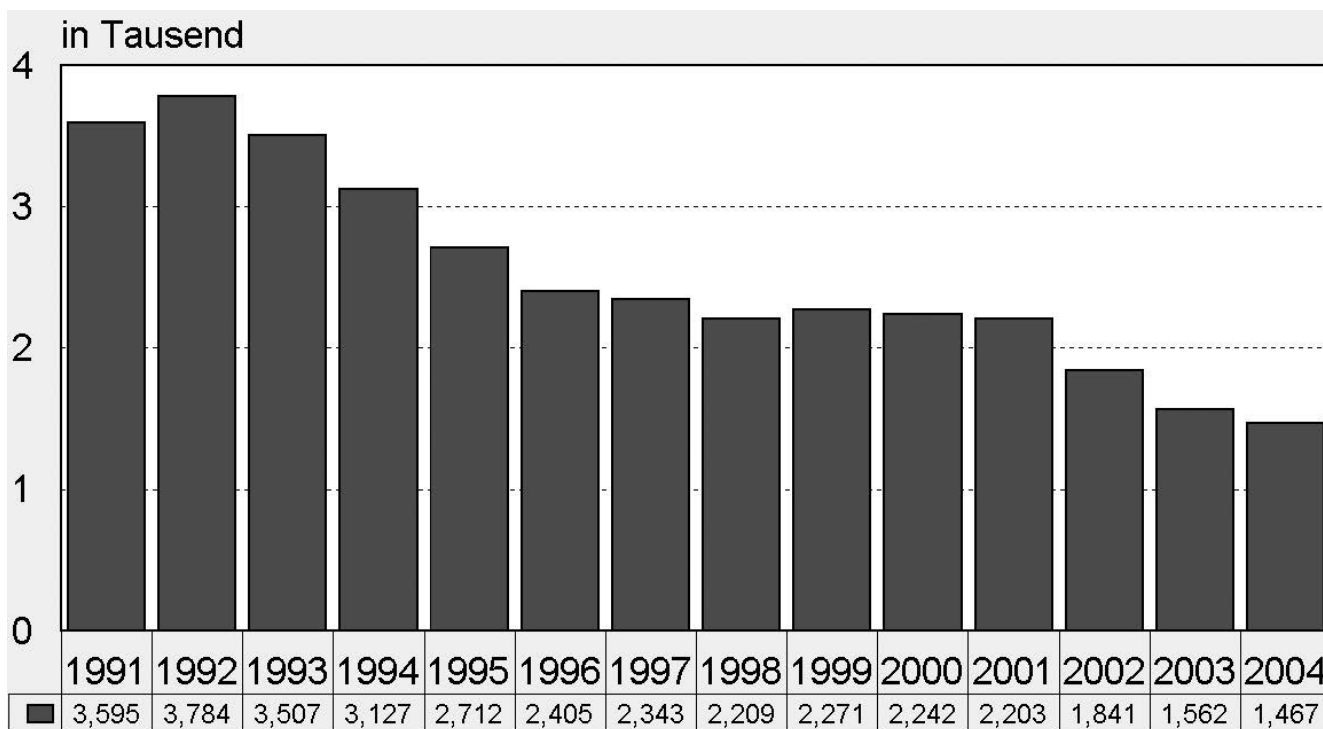
Schauwerbegestaltern/Schauwerbegestalterinnen sowie 82% bei den neuen Verträgen „Gestalter/innen für visuelles Marketing“ in 2004. Die Auszubildendenzahlen sind zwar bei den absoluten Zahlen zurückgegangen, die Frauenquote ist aber weitgehend gleichgeblieben (83% im Jahre 1991).

Gesetzlich ist eine bestimmte Schulbildung nicht vorgeschrieben, jedoch wünschen viele Betriebe einen mittleren oder höheren Bildungsabschluss. Darüber hinaus gibt es je nach Branche und Unternehmen teilweise weitere Einstellungsbedingungen. Darauf weist auch der hohe Vorbildungsstand der Auszubildenden in diesem Ausbildungsberuf hin: Im Jahre 2004 ist der Abiturientenanteil mit 34% bei Schauwerbegestaltern/-gestalterinnen sowie 33% bei Gestaltern/Gestalterinnen für visuelles Marketing mehr als doppelt so hoch wie bei den Ausbildungsberufen insgesamt mit 15%, während der Anteil der Hauptschulabsolventen mit 12% bei Schauwerbegestaltern/-gestalterinnen und 10% bei Gestaltern/Gestalterinnen für visuelles Marketing weniger als die Hälfte des Durchschnitts aller Ausbildungsberufe beträgt (mit 29%). Der Anteil der Realschulabsolventen ist mit 40% bei Schauwerbegestaltern/-gestalterinnen 39% bei Gestaltern/Gestalterinnen geringfügig höher als der Gesamtdurchschnitt aller Auszubildenden mit 38%.

**Bisherige und künftige Tätigkeitsfelder**

Mit der Modernisierung des Ausbildungsberufs wurde das Spektrum der Tätigkeitsfelder - und damit auch das der potenziellen Ausbildungsbetriebe - erweitert. Die „alten“ Schauwerbegestalter/innen waren hauptsächlich im Handel damit beschäftigt, Schaufenster,

Abbildung 1: Entwicklung der Zahl der Auszubildenden von 1991 bis 2004



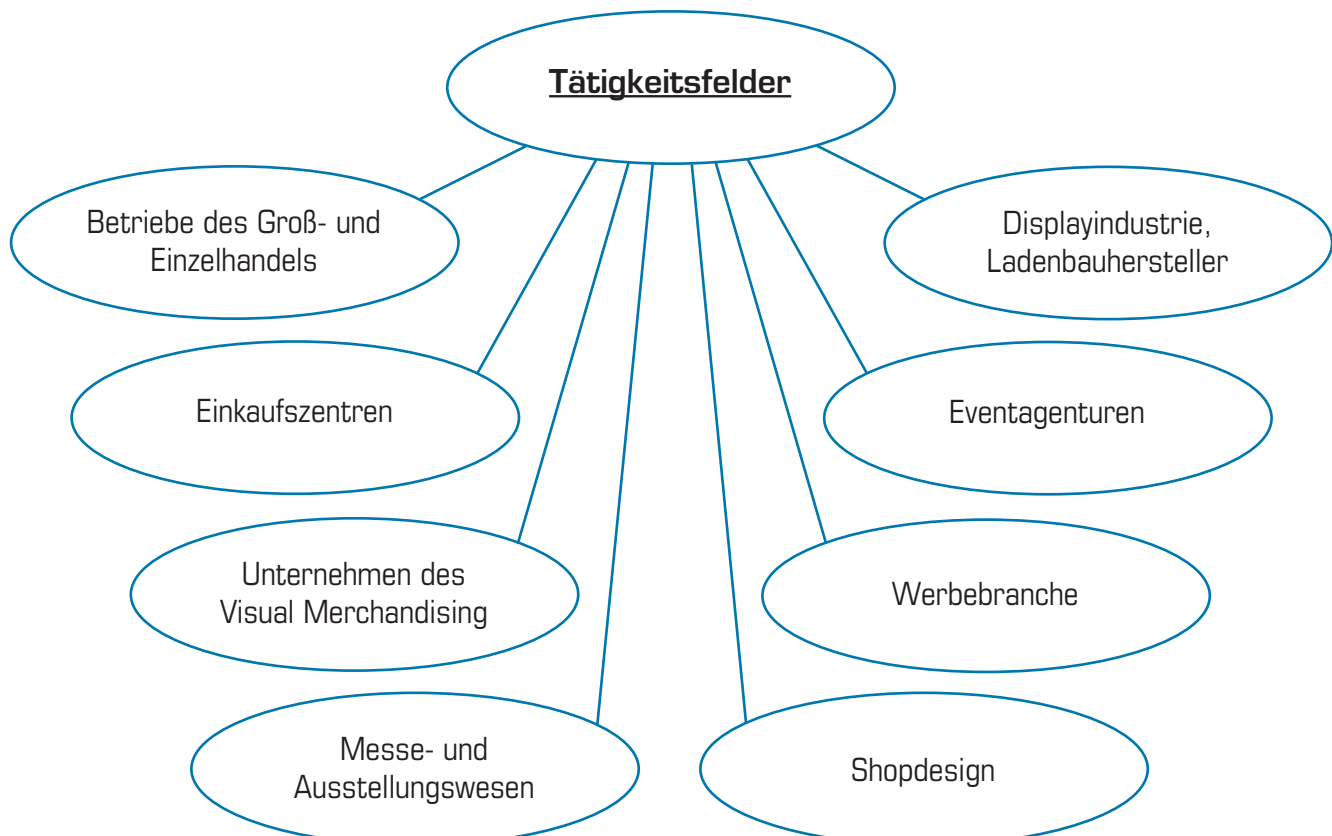
Quelle: Datenbank BIBB, Stat. BA, 2004 summieren sich die Zahlen des alten (Schauwerbegestalter/in) und des neuen Ausbildungsberufs (Gestalter/in für visuelles Marketing)

Werbeflächen und Verkaufsräume optisch ansprechend zu gestalten. Zu den Aufgaben des modernisierten Ausbildungsberufs gehört es darüber hinaus, über die Gestaltung der Verkaufsräume, und die Präsentation des Sortiments die Philosophie eines Unternehmens oder Geschäftes zu kommunizieren, damit sich die Kunden (Zielgruppen) beim Einkaufen wohl und „angesprochen“ fühlen und dadurch zum Kauf angeregt werden. Künstlerische Begabung ist erforderlich, um Objekte der Gestaltung zielgruppenorientiert und unter verkaufsfördernden Gesichtspunkten erstellen zu können. Dazu gehören beispielsweise Plakate Schrifttafeln, Werbetexte, Scheibenaufkleber, Preisschilder oder Dekorationsobjekte. Diese werden entweder selbst angefertigt, indem die Gestalter/innen für visuelles Marketing die zur Umsetzung notwendigen Materialien auswählen, sie verarbeiten (zum Beispiel bespannen oder bedrucken) und die fertigen Objekte im Schaufenster oder Verkaufsraum aufbauen. Oder sie wählen bereits fertiggestellte Gestaltungsobjekte aus Sortimenten von Displayherstellern passend zum eigenen Gestaltungskonzept und unter wirtschaftlichen Aspekten beurteilt aus oder/und lassen Objekte in Zusammenarbeit mit Partnern (z. B. Schreiner, Printunternehmen) fertigen. Neu ist die Ausweitung des Tätigkeitsfeldes auf die Mitwirkung bei der Gestaltung von Messen, Ausstellungen und Events. Außerdem lernen Auszubildende, Events, Kundenforen und Promotion-Aktionen zu planen und zu organisieren. Darüber hinaus sollen Gestalter/Gestalterinnen für visuelles Marketing stärker auf Messen, Ausstellungen und in der Industrie, bei Werbemittelgestaltern und Dekorationsfirmen eingesetzt und somit auch dort ausgebildet werden. Diese neueren Einsatzfelder können im Einzelnen folgendermaßen beschrieben werden:

- Im Messe- und Ausstellungswesen soll die Befähigung erworben werden, Erlebnisräume, Events, Veranstaltungen, Verkaufsaaktionen und andere Aktionen zu konzipieren, zu inszenieren und zu gestalten.
- In Industriebetrieben können Gestalter/Gestalterinnen für visuelles Marketing im Rahmen des Handelsmarketings Gestaltungsvorschläge entwickeln, die an die Handelspartner weitergegeben werden können.
- Kommunen können Gestalter/Gestalterinnen für visuelles Marketing beauftragen, die Betreuung und Gestaltung von leerstehenden Schaufenstern und Geschäftsräumen zu übernehmen, um dadurch die Attraktivität des Standortes zu fördern.

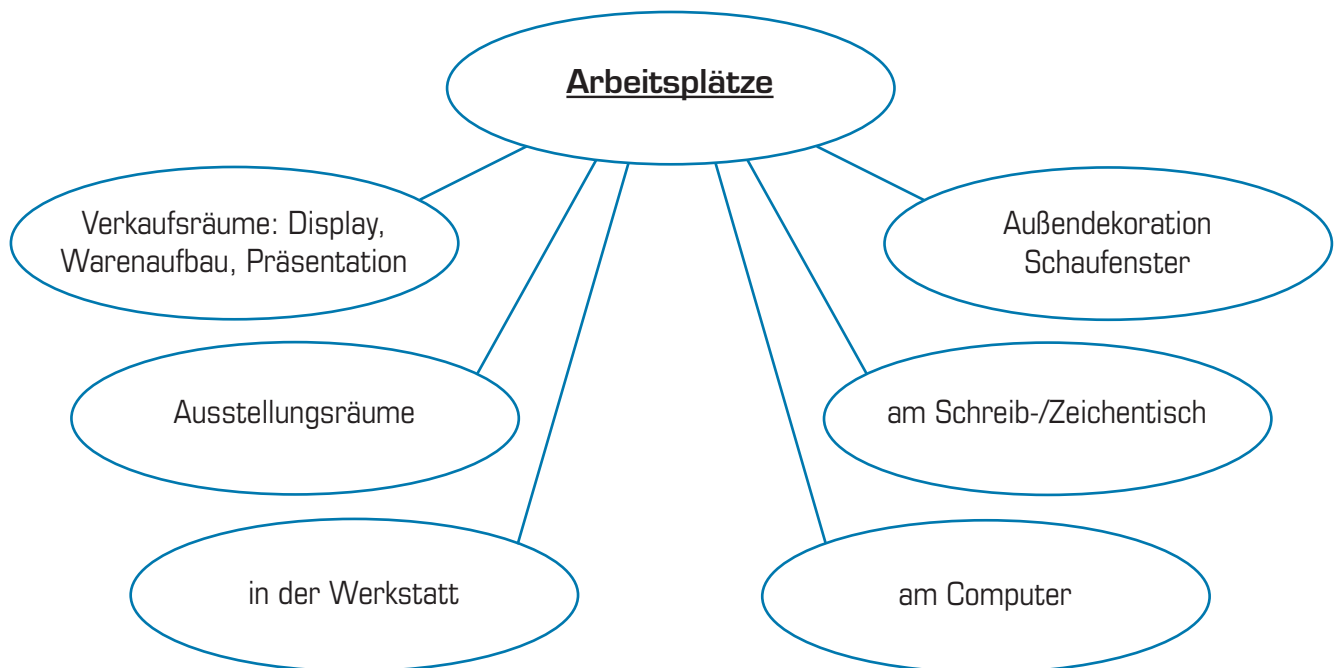
Somit arbeiten Gestalter/Gestalterinnen für visuelles Marketing in Einzelhandelsunternehmen, Einkaufszentren, Dekorationsbetrieben, in Fachbetrieben für Schaufenster-, Schauwerbe- und Werbegestaltung, in Betrieben des Messe- und Ausstellungswesens, in Dekorationsabteilungen von Industrieunternehmen und Unternehmen der Markenartikelindustrie (vgl. Abbildung 2) sowie Agenturen für visuelle Kommunikation. Sie können aber auch für die diversen Betriebe und Branchen freiberuflich tätig sein.

### Bisherige und künftige Tätigkeitsfelder



Im Rahmen der verschiedenen Tätigkeits- und Einsatzfelder zeigt sich die Vielseitigkeit der Gestalter/innen für visuelles Marketing: Sie haben künftig wie bisher unterschiedliche Arbeitsplätze bzw. Arbeitsräume, die ständig gewechselt werden: Sie arbeiten in Verkaufsräumen, Schaufenstern, bei der Außendekoration, in Ausstellungsräumen, aber auch in der Werkstatt, am Schreib- und Zeichentisch, sowie am Computer.

### Einsatz auf unterschiedlichen Arbeitsplätzen





## 2. Chancen durch Ausbildung

### Warum sollten Sie in Ihrem 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<sup>1)</sup>?

### Nutzen der eigenen Ausbildungstätigkeit aus Sicht der Betriebe (Angaben in %)

Eigene Ausbildung...	Handel	Gesamtwirtschaft
ist der beste Weg, künftige Mitarbeiter in die Unternehmenskultur einzuführen	81	75
steigert deutlich den Geschäftswert unseres Unternehmens durch gut qualifizierte Mitarbeiter	75	72
fördert wesentlich die Identifikation mit unserem Unternehmen	71	68
soll uns vom externen Arbeitsmarkt unabhängig machen	66	62
wirkt sich positiv auf das Image unseres Betriebes in der Öffentlichkeit aus	66	66
nutzen wir, um das Risiko von Qualifikationsengpässen auszuschließen	66	61
trägt entscheidend zur künftigen Wettbewerbsfähigkeit unseres Betriebes bei	65	64
gehört bei uns zur Firmentradition	63	62
ist unverzichtbarer Bestandteil unserer Personalpolitik	63	63
stets auch eine Gemeinschaftsaufgabe der Wirtschaft und eine Leistung für die Gesellschaft	62	60
bewirkt eine systematische Verjüngung unserer Belegschaft	57	53
erhöht stark das Ansehen unseres Betriebes bei Kunden und Lieferanten	52	49
fördert die Innovationsfähigkeit unseres Betriebes	52	47
gewährleistet die stetige Zufuhr von neuem Wissen in unserem Betrieb	47	45
erhöht die Attraktivität unseres Betriebes für leistungsfähige Arbeitskräfte	46	47
verbessert erheblich unsere Anpassungsfähigkeit an technische und Marktveränderungen	46	43
wirkt sich sehr positiv auf die Gestaltung der betrieblichen Weiterbildung aus	45	47

Quelle: BIBB

### Fazit

Ausbildung ist eine ökonomisch sehr interessante Variante der Personalrekrutierung. In der Regel 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.

1) Auszug aus der BIBB Erhebung 2000

---

# Ausbildungsordnung und Ausbildungs- rahmenplan

# 1. Ausbildungsordnung

## 1.1 Erläuterungen zu den Paragraphen der Ausbildungsordnung

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

Die Berufsausbildung „Gestalter/Gestalterin für visuelles Marketing“ wurde in der „Verordnung über die Berufsausbildung zum/zur Gestalter/Gestalterin für visuelles Marketing“ am 17. Mai 2004 erlassen.

### Verordnungstext blau unterlegt

### Erläuterungen zur Verordnung

### Verordnung

#### über die Berufsausbildung Gestalter für visuelles Marketing/Gestalterin für visuelles Marketing<sup>1)</sup>

Auf Grund des § 25 Abs. 1 in Verbindung mit Abs. 2 Satz 1 des Berufsbildungsgesetzes vom 14. August 1969 (BGBl. I S. 1112), der zuletzt durch Artikel 184 Nr. 1 der Verordnung vom 25. November 2003 (BGBl. I S. 2304) geändert worden ist, verordnet das Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit im Einvernehmen mit dem Bundesministerium für Bildung und Forschung:

#### Ausbildungsordnung

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

Diese Ausbildungsordnung beruht auf § 25 Abs. 1 des Berufsbildungsgesetzes (BBiG alte Fassung)<sup>2)</sup>. Sie wurde vom zuständigen Fachministerium, in diesem Fall vom Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit (BMWA) 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 in 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 „Gestalter für visuelles Marketing/Gestalterin für visuelles Marketing“ ist mit der Ausbildungsordnung im Bundesanzeiger veröffentlicht. (vgl. Bundesanzeiger Jg. 56, Nr. 157a vom 21. August 2004)

1) Diese Rechtsverordnung ist eine Ausbildungsordnung im Sinne des § 25 Berufsbildungsgesetz. Die Ausbildungsordnung und der damit abgestimmte, von der Ständigen Konferenz der Kultusminister der Länder in der Bundesrepublik Deutschland beschlossene Rahmenlehrplan für die Berufsschule werden als Beilage zum Bundesanzeiger veröffentlicht.

2) Alle §§ ohne diesen Zusatz beziehen sich auf das am 1. April 2005 in Kraft getretene BBiG.

## § 1 Staatliche Anerkennung des Ausbildungsberufes

Der Ausbildungsberuf Gestalter für visuelles Marketing/Gestalterin für visuelles Marketing wird staatlich anerkannt.

### **Staatliche Anerkennung**

In diesem Paragraphen wird die Berufsausbildung zum/zur Gestalter/in für visuelles Marketing 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 Gestalter/in für visuelles Marketing nur nach dieser Verordnung ausgebildet werden.

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

### **Verzeichnis der anerkannten Ausbildungsberufe**

Der neugeordnete 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](mailto:service@wbv.de))

### **Zuständige Stelle**

Für den Beruf zum/zur Gestalter/in für visuelles Marketing 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 Arbeit im Einvernehmen mit dem Bundesministerium für Bildung und Forschung am 12. Mai 2004 erlassen. Die Verordnung wurde am 17. Mai 2004 im BGBl, Teil I, Nr. 23, S. 922 ff, verkündet.

## § 2 Ausbildungsdauer

Die Ausbildung dauert drei Jahre.

Die Ausbildungszeit ist so bemessen, dass den Auszubildenden die für eine qualifizierte Berufstätigkeit zum/zur Gestalter/Gestalterin für visuelles Marketing 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, § 21, § 45 BBiG aus folgenden Gründen möglich:

### **Verkürzung durch Anrechnung bereits erworbener Qualifikationen**

Vor Beginn der Ausbildung ist eine Verkürzung der Ausbildungszeit möglich, sofern auf der Grundlage einer Rechtsverordnung

ein vollzeitschulischer Bildungsgang oder eine vergleichbare Berufsausbildung ganz oder teilweise auf die Ausbildungszeit anzurechnen ist (§ 7 BBiG).

### **Verkürzung aufgrund entsprechender Vorbildung**

Auf gemeinsamen Antrag der Auszubildenden und Ausbildenden hat die zuständige Stelle die Ausbildungszeit zu kürzen, wenn zu erwarten ist, dass das Ausbildungsziel in der gekürzten Zeit erreicht wird. 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 besteht auch die Möglichkeit der Verkürzung während der Ausbildungszeit. 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)

### **Verlängerung**

Wenn zu erwarten ist, dass der Auszubildende die Abschlussprüfung nicht besteht, kann die zuständige Stelle auf Antrag des Auszubildenden die Ausbildungszeit verlängern, wenn nur dadurch das Ausbildungsziel erreichbar erscheint. Vor der Entscheidung sind die Ausbildenden zu hören (§ 8 Abs. 2 BBiG).

## § 3 Zielsetzung der Berufsausbildung

Die in dieser Verordnung genannten Fertigkeiten und Kenntnisse sollen so vermittelt werden, dass die Auszubildenden zur Ausübung einer qualifizierten beruflichen Tätigkeit im Sinne des § 1 Abs. 2 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 der modernen Ausbildung zum/zur Gestalter/in für visuelles Marketing sollen berufliche Tätigkeiten nicht nur auf Anweisung erlernt und ausgeübt werden, sondern der fertig Ausgebildete soll in seinem Verantwortungsbereich selbstständig seine Aufgaben durchführen können. Das 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 die Auszubildenden die für die Ausübung des Berufes notwendigen Qualifikationen nicht mehr rein auf die Abwicklung funktionsbezogener Teilaufgaben hin, sondern auf die Kunden ausgerichtet in realen Geschäftsprozessen erwerben.

## § 4 Ausbildungsberufsbild

Gegenstand der Berufsausbildung sind mindestens die folgenden Fertigkeiten und Kenntnisse:

1. Der Ausbildungsbetrieb:
  - 1.1 Stellung, Rechtsform und Struktur,
  - 1.2 Berufsbildung, arbeits- und sozialrechtliche Grundlagen,
  - 1.3 Sicherheit und Gesundheitsschutz bei der Arbeit,
  - 1.4 Umweltschutz;
2. Arbeitsorganisation, Kommunikation und Kooperation:
  - 2.1 Arbeitsorganisation und Arbeitsplanung,
  - 2.2 Teamarbeit und Kooperation,
  - 2.3 Kundenorientierte Kommunikation,
  - 2.4 Informations- und Kommunikationssysteme,
  - 2.5 Qualitätssicherung,
  - 2.6 Anwenden von Englisch bei Fachaufgaben;
3. Grundlagen des visuellen Marketings:
  - 3.1 Visuelle Verkaufsförderung als Instrument der Unternehmenspolitik,
  - 3.2 Präsentation von Waren, Produkten und Dienstleistungen,
  - 3.3 Visuelle Verkaufsförderung und Werbung;
4. Werkstoffe, Werkzeuge und Geräte;
5. IT-Anwendungen;
6. Projekte des visuellen Marketings:
  - 6.1 Entwurf und Planung,
  - 6.2 Umsetzung;
7. Steuerung von Projekten visuellen Marketings:
  - 7.1 Beschaffung,
  - 7.2 Kalkulation,
  - 7.3 Erfolgskontrolle,
  - 7.4 Kaufmännische Steuerung und Kontrolle.

Das Ausbildungsberufsbild nennt nach Sachthemen geordnet die Inhaltsbereiche (Berufsbildpositionen) der Ausbildung. Es gibt damit im Wesentlichen 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 2.1 und 2.2 sind während der gesamten Ausbildung zu vermitteln, die anderen innerhalb eines zeitlichen Rahmens.

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.

## § 5 Ausbildungsrahmenplan

Die Fertigkeiten und Kenntnisse 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 Anlagen 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 mitumfasst. Diese zu erwerbenden Qualifikationen stellen den Mindeststandard an zu vermittelnden Fertigkeiten und Kenntnissen dar. Der Betrieb darf aber 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 sollen die zugeordneten Fertigkeiten und Kenntnisse (Lernziele) schwerpunktmäßig

vermittelt werden. Die angegebenen Zeitrahen stellen im Mittel auf das Ausbildungsjahr bezogene Bruttozeiten dar.

Die Berufsbildpositionen 2.1 und 2.2 sind während der gesamten Ausbildung zu vermitteln.

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.

### 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 Auszubildenden 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 und Kenntnisse erzielt werden.

Vor diesem Hintergrund muss vom Ausbildungsbetrieb ein betrieblicher Ausbildungsplan erstellt werden (§ 14 BBiG). Er berücksichtigt - 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 und Kenntnissen abgestimmt sind.

## § 7 Berichtsheft

Die Auszubildenden haben ein Berichtsheft in Form eines Ausbildungsnachweises zu führen. Ihnen ist Gelegenheit zu geben, das Berichtsheft während der Ausbildungszeit zu führen. Die Ausbildenden haben das Berichtsheft regelmäßig durchzusehen.

### Stellenwert und Zielsetzung des Berichtsheftes

Das Berichtsheft ist ein wesentliches Instrument zur Information über den Stand des individuellen Ausbildungsgeschehens in Betrieb und Berufsschule.

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

Siehe Abschnitt „Berichtsheft“, Seite 121

## § 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 und Kenntnisse sowie auf den im Berufsschulunterricht entsprechend dem Rahmenlehrplan zu vermittelnden Lehrstoff, soweit er für die Berufsausbildung wesentlich ist.

(3) Die Zwischenprüfung ist schriftlich in höchstens 180 Minuten durchzuführen. Der Prüfling soll grundlegende praxisbezogene Aufgaben der visuellen Verkaufsförderung bearbeiten und dabei insbesondere eine Gestaltungsidee entwickeln und begründen.

Dabei soll der Prüfling zeigen, dass er Skizzen erstellen und nutzen, Arbeitsabläufe planen und dokumentieren, Arbeitsmittel festlegen sowie Anforderungen der Arbeitssicherheit und des Umweltschutzes berücksichtigen kann.

Die Zwischenprüfung ist schriftlich durchzuführen!

### Stellenwert der Zwischenprüfung (§ 48 Abs. 1 BBiG)

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 „Hinweise zur Prüfung“, Seite 111



## § 9 Abschlussprüfung

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

(2) Die Abschlussprüfung besteht aus vier Prüfungsbereichen:

1. Praktische Arbeitsaufgabe,
2. Visuelle Verkaufsförderung,
3. Projektplanung und -steuerung,
4. Wirtschafts- und Sozialkunde.

(3) Der Prüfling soll im Prüfungsbereich Praktische Arbeitsaufgabe in insgesamt höchstens 21 Stunden eine Arbeitsaufgabe durchführen und dokumentieren; während dieser Zeit soll er in insgesamt höchstens fünf Stunden eine Konzeption entwickeln und in insgesamt höchstens 30 Minuten diese präsentieren und ein Fachgespräch führen.

Die Konzeption soll insbesondere Skizzen, Reinzeichnungen und Bereitstellungslisten beinhalten.

Dem Prüfling werden zu Beginn der praktischen Prüfung zwei Arbeitsaufgaben zur Auswahl gestellt. Hierfür kommt insbesondere die Entwicklung einer Gestaltungskonzeption sowie deren Umsetzung in Betracht.

Durch die Umsetzung und Dokumentation der Arbeitsaufgabe soll der Prüfling zeigen, dass er Arbeitsabläufe unter Beachtung wirtschaftlicher, technischer und organisatorischer Vorgaben selbstständig und kundenorientiert planen und durchführen kann. Dabei soll er Gestaltungsmittel anwenden, Waren, Produkte oder Dienstleistungen präsentieren, Räume inszenieren, Typografie einsetzen und berufstypische IT-Anwendungen nutzen kann.

Durch die Präsentation und das Fachgespräch soll der Prüfling zeigen, dass er fachbezogene Probleme und deren Lösungen darstellen, die für die Arbeitsaufgabe relevanten fachlichen Hintergründe aufzeigen sowie die Vorgehensweise bei der Ausführung der Arbeitsaufgabe begründen kann.

Die Konzeption soll mit 30 Prozent, das Ergebnis der Durchführung mit 60 Prozent, die Präsentation und das Fachgespräch mit 10 Prozent gewichtet werden.

(4) Die schriftliche Prüfung besteht aus den Prüfungsbereichen:

1. Visuelle Verkaufsförderung,
2. Projektplanung und -steuerung,
3. Wirtschafts- und Sozialkunde.

Im Prüfungsbereich Visuelle Verkaufsförderung soll der Prüfling in höchstens 120 Minuten praxisbezogene Aufgaben oder Fälle insbesondere aus den Gebieten:

- a) Präsentation und Platzierung von Waren, Produkten und Dienstleistungen,
- b) Einsatz von Werbe- und Gestaltungsmitteln,
- c) Be- und Verarbeitungstechniken

bearbeiten und dabei zeigen, dass er Objekte visueller Verkaufsförderung erstellen, präsentieren und platzieren sowie Konzeptionen entwickeln, begründen und umsetzen kann.

Im Prüfungsbereich Projektplanung und -steuerung soll der Prüfling in höchstens 90 Minuten praxisbezogene Aufgaben oder Fälle insbesondere aus den Gebieten:

- a) Projektplanung und -umsetzung,
- b) Kalkulation von Projekten und Objekten,
- c) Erfolgskontrolle

bearbeiten und dabei zeigen, dass er Arbeitsabläufe unter Beachtung von technischen und wirtschaftlichen Vorgaben planen, gestalten und bewerten sowie Instrumente der Erfolgsfeststellung einsetzen kann.

*noch § 9*

Im Prüfungsbereich Wirtschafts- und Sozialkunde soll der Prüfling in höchstens 60 Minuten praxisbezogene Aufgaben oder Fälle bearbeiten und dabei zeigen, dass er wirtschaftliche und gesellschaftliche Zusammenhänge der Berufs- und Arbeitswelt darstellen und beurteilen kann.

(5) Sind in der schriftlichen Prüfung die Prüfungsleistungen in bis zu zwei 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.

(6) Bei der Ermittlung des Gesamtergebnisses hat das Prüfungsergebnis des Prüfungsbereichs Praktische Arbeitsaufgabe gegenüber jedem der übrigen Prüfungsbereiche das doppelte Gewicht.

(7) Die Prüfung ist bestanden, wenn

1. im Prüfungsbereich Praktische Arbeitsaufgaben und
2. im Gesamtergebnis der schriftlichen Prüfungsbereiche Visuelle Verkaufsförderung, Projektplanung und -steuerung sowie Wirtschafts- und Sozialkunde

jeweils mindestens ausreichende Leistungen erbracht wurden. In zwei der Prüfungsbereiche des schriftlichen Prüfungsteils müssen mindestens ausreichende Leistungen, in dem weiteren Prüfungsbereich des schriftlichen Prüfungsteils dürfen keine ungenügende Leistungen erbracht worden sein.

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

#### **Struktur und Gegenstand der Abschlussprüfung**

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

Die Abschlussprüfung besteht aus 4 Prüfungsbereichen, in der der Prüfling nachweisen muss, dass er zu einer qualifizierten beruflichen Tätigkeit befähigt ist, die selbstständiges Planen, Durchführen und Kontrollieren einschließt.

#### **Die Prüfungsbereiche:**

- Praktische Arbeitsaufgabe
- Visuelle Verkaufsförderung
- Projektplanung und -steuerung
- Wirtschafts- und Sozialkunde.

Siehe Abschnitt „Hinweise zur Prüfung“, Seite 111

## § 10 Übergangsregelung

Auf Berufsausbildungsverhältnisse, die bei Inkrafttreten dieser Verordnung bestehen, sind die bisherigen Vorschriften weiter anzuwenden, es sei denn, die Vertragsparteien vereinbaren die Anwendung der Vorschriften dieser Verordnung.

Geregelt wird die Fortführung für bestehende Berufsausbildungsverhältnisse nach der alten Ausbildungsordnung (von 1980), sofern die Vertragsparteien sich nicht auf die Anwendung dieser Ausbildungsordnung geeinigt haben.

## § 11 Inkrafttreten, Außerkrafttreten

Diese Verordnung tritt am 1. August 2004 in Kraft. Gleichzeitig tritt die Verordnung über die Berufsausbildung zum Schauwerbegestalter/zur Schauwerbegestalterin vom 6. Oktober 1980 (BGBl. I S.1918, 2064), zuletzt geändert durch Artikel 3 Abs. 4 des Gesetzes vom 23. Juli 2001 (BGBl. S. 1661), außer Kraft.

Berlin, den 12. Mai 2004

**Der Bundesminister für Wirtschaft und Arbeit**

in Vertretung  
Georg Wilhelm Adamowitsch

Die Ausbildungsverordnung zum Schauwerbegestalter/zur Schauwerbegestalterin gilt nur noch für Ausbildungsverhältnisse, die bei Inkrafttreten dieser Ausbildungsordnung am 1. August 2004 bestanden.

Diese Ausbildungsverhältnisse können im beiderseitigen Einvernehmen der Vertragsparteien auf die neue Ausbildungsordnung umgestellt werden. Dabei sollte allerdings sehr genau geprüft werden, ob die erforderlichen Rahmenbedingungen dazu gegeben sind.

## 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. 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 und Kenntnisse).

#### 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 betriebspezifischen 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 betriebspezifisch regeln.

#### Methodisches Vorgehen zum Erreichen des Ausbildungsziels

Im Ausbildungsrahmenplan sind die Ausbildungsziele durch die Ausbildungsinhalte fachdidaktisch 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“.

## 2.1 Sachliche Gliederung des Ausbildungsrahmenplans

Legende zur Erläuterung der sachlichen Gliederung des Ausbildungsrahmenplanes:

<b>fett gedruckt</b>	Positionen des Ausbildungsberufsbildes
leicht gedruckt und blau unterlegt	zu vermittelnde Fertigkeiten und Kenntnisse (Lernziele) in dem Ausbildungsberuf Gestalter/Gestalterin für visuelles Marketing
leicht gedruckt	Text der Erläuterungen zum Ausbildungsrahmenplan

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

**Beispielhafte 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 und Kenntnisse (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr (Aj.) und Zeitrahmen (ZR) der zeitlichen Gliederung)</i>	Beispielhafte Inhalte	Hinweise <i>zusätzlich Lernfeldzuordnung (Lf.) nach Ausbildungs-jahren (Aj.) der Berufsschule</i>
1	<b>Der Ausbildungsbetrieb</b> (§ 4 Nr. 1)	Der Auszubildende soll einen Überblick über rechtliche, wirtschaftliche, ökologische, gesellschaftliche und berufsspezifische Aspekte und Zusammenhänge erhalten. Dadurch wird eine Einführung in Branche und Vertriebsform sowie in das Ausbildungsunternehmen, deren innere Struktur und Ablauf gegeben. Ferner werden berufsbildungsbezogene Inhalte, arbeits- und sozialrechtliche Zusammenhänge, Umweltschutz sowie Arbeitssicherheit thematisiert.	
1.1	<b>Stellung, Rechtsform und Struktur</b> (§ 4 Nr. 1.1)  <i>1. Ausbildungsjahr (Aj.) ZR: 2 - 3 Monate</i>	Inhalte: Struktur, Art, Aufgaben, Zielsetzung und Kooperationsformen des Unternehmens und seine Einordnung in den wirtschaftlich-gesellschaftlichen Kontext.	<i>Lernfeldzuordnung: Lernfeld (Lf.) 1 im 1. Ausbildungsjahr (Aj.)</i>
	a) Zielsetzung und Geschäftsfelder des Ausbildungsbetriebes sowie seine Stellung am Markt und seine Bedeutung in der Region beschreiben	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zielsetzung und Profilierung des Unternehmens (z. B. Spezialisierung im Bereich des visuellen Marketings/des Visual Merchandising)</li> <li>• Angebots- und Leistungspalette</li> <li>• Leistungen des Unternehmens – für Kunden: Bedürfnisweckung, Erlebnis, kundengerechtes Angebot, Kundenservice für Hersteller/Produzenten: Marktbeobachtung, Absatzförderung</li> <li>• Unternehmensphilosophie, Corporate Identity, Führungsgrundsätze</li> <li>• Einordnung des Ausbildungsbetriebes in regionale Wirtschaft und Gesellschaft, Position am Markt, Aktivitäten des Ausbildungsbetriebs in der Region und im Umfeld</li> <li>• Bedeutung des Standorts als Faktor für visuelles Marketing</li> <li>• Wettbewerb/Mitbewerber im regionalen Umfeld</li> <li>• Branche, Vertriebs- und Angebotsform des Handels bzw. Betriebe im Messe-, Event- und Veranstaltungsbereich</li> </ul>	<p><u>Aufgabe für Auszubildende:</u> Erkundung des Leistungsangebots und der Geschäftsfelder des Ausbildungsbetriebs</p> <p>Beispiele nennen für regionale, standortbezogene Orientierung, z. B. wenn eine Universitätsstadt ein anderes Publikum hat als ein Kurort oder wenn das Geschäft neben einem Seniorenheim oder einem Kindergarten liegt, unterscheidet sich das Sortiment.</p>

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten und Kenntnisse (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr (Aj.) und Zeitrahmen (ZR) der zeitlichen Gliederung)</i>	Beispielhafte Inhalte	Hinweise <i>zusätzlich Lernfeldzuordnung (Lf.) nach Ausbildungs-jahren (Aj.) der Berufsschule</i>
	noch lfd. Nr. 1.1, a)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• horizontale und vertikale Kooperationen, Kooperationsformen im Absatzbereich (lockere Zusammenschlüsse) wie z. B. Interessen- und Werbegemeinschaften, Auslagerung/Outsourcing einer oder mehrere Unternehmensfunktionen (Teile des Rechnungswesens, der Logistik, der Werbung usw.)</li> </ul>	
	b) Aufbau und Struktur des Ausbildungsbetriebes erläutern	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gliederung in Abteilungen/Bereiche, Organigramm</li> <li>• Betriebsgröße</li> <li>• Rolle des Betriebes im Unternehmen/ Konzern</li> <li>• Positionierung des Bereichs der Gestalter/innen für visuelles Marketing gegenüber der anderen Funktionsbereiche wie Verkauf/Vertrieb, Werbung, Marketing, Rechnungswesen/ Controlling usw.</li> <li>• Schnittstellen zwischen den unterschiedlichen Bereichen</li> <li>• Arbeitsabläufe, Entscheidungsstruktur, Zuständigkeiten</li> </ul>	<u>Aufgabe für Auszubildende:</u> Erkundung im Ausbildungsbetrieb durch Befragung der Beschäftigten sowie Auswertung von Zeitschriften- und Zeitungsbeiträgen sowie Internetrecherche zur Branche und zum visuellen Marketing
	c) Rechtsform des Ausbildungsbetriebes darstellen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rechtsformen können sein: AG, GmbH, OHG, KG, GmbH &amp; Co KG, GbR, Einzelunternehmung, etc.</li> <li>• Kapital- und Personengesellschaft</li> <li>• Holding, Konzern, Filiale</li> </ul>	
	d) Zusammenarbeit des Ausbildungsbetriebes mit Wirtschaftsorganisationen, Behörden, Verbänden, Gewerkschaften und Berufsvertretungen beschreiben	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bedeutung und Funktion der Kooperationspartner für Ausbildungsbetrieb und Beschäftigte</li> <li>• Zusammenarbeit mit:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Handelsverbänden und Fachverbänden</li> <li>- Industrie- und Handelskammern (IHK)</li> <li>- Gewerkschaften</li> </ul> </li> </ul>	

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten und Kenntnisse (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr (Aj.) und Zeitrahmen (ZR) der zeitlichen Gliederung)</i>	Beispielhafte Inhalte	Hinweise <i>zusätzlich Lernfeldzuordnung (Lf.) nach Ausbildungsjahren (Aj.) der Berufsschule</i>
	<i>noch lfd. Nr. 1.1, d)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Behörden: z. B. Gewerbeaufsichtsamt, Finanzamt, Agenturen für Arbeit, Kommunalverwaltung</li> <li>- Berufsgenossenschaft</li> </ul>	
<b>1.2</b>	<b>Berufsbildung, arbeits- und sozialrechtliche Grundlagen</b> (§ 4 Nr. 1.2)  <i>1. / 2. Aj. ZR: 2 - 3 Monate</i>	Inhalte: Grundzüge von Berufsbildung, Arbeits- und Sozialrecht	<i>Lernfeldzuordnung: Lf. 1 im 1. Aj.</i>
	a) Rechte und Pflichten aus dem Ausbildungsvertrag feststellen und Aufgaben der Beteiligten im dualen System beschreiben	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Regelungstatbestände in Ausbildungsordnung, Tarifvertrag, Ausbildungsvertrag</li> <li>• Inhalte des Ausbildungsvertrages (§ 10 f. BBiG): Beginn und Dauer der Ausbildung, Dauer der täglichen Arbeitszeit, Probezeit, Vergütungs- und Urlaubsregelungen, Kündigungsbedingungen, Folgen bei Nichtbeachtung der Rechte und Pflichten</li> <li>• Vorteile der Ausbildung im dualen System der Berufsbildung</li> <li>• unterschiedliche Lernorte, auf regionaler Ebene Zusammenwirken von Betrieb und Berufsschule (Absprachen, Arbeitskreise, Abstimmung des Zeitpunkts der Vermittlung der Inhalte)</li> <li>• Aufgaben von Ausbildungsbetrieb, Berufsschule, Industrie- und Handelskammer im Rahmen der Berufsausbildung</li> </ul>	
	b) den betrieblichen Ausbildungsplan mit der Ausbildungsordnung vergleichen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausbildungsrahmenplan, sachliche und zeitliche Gliederung</li> <li>• Zuordnung der Lernziele des Ausbildungsrahmenplans zu den Inhalten des betrieblichen Ausbildungsplans, unter Berücksichtigung betrieblicher Besonderheiten und der Flexibilitätsklausel</li> <li>• Einsatz- und Versetzungsplan</li> </ul>	<u>Aufgabe für Auszubildende:</u> Inhalte und zeitliche Vorgaben des Ausbildungsrahmenplans ebenso wie die Inhalte des Rahmenlehrplans für das erste Ausbildungsjahr zusammenfassen, betrieblichen Ausbildungsplan analysieren, Abweichungen zwischen den Plänen erläutern



Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten und Kenntnisse (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr (Aj.) und Zeitrahmen (ZR) der zeitlichen Gliederung)</i>	Beispielhafte Inhalte	Hinweise <i>zusätzlich Lernfeldzuordnung (Lf.) nach Ausbildungsjahren (Aj.) der Berufsschule</i>
	<p>noch lfd. Nr. 1.2</p> <p>c) lebensbegleitendes Lernen für die berufliche und persönliche Entwicklung begründen; berufliche Fortbildungsmöglichkeiten ermitteln</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erwerb von Grund- und Fachqualifikationen für Persönlichkeits- und Berufsentwicklung</li> <li>• berufliches Fortkommen, Aufstiegspositionen im Berufsbereich visuelles Marketing/Visual Merchandising, im Handel und im Messe-, Event- und Veranstaltungsbereich, berufliche Selbstständigkeit</li> <li>• Gründe für lebensbegleitendes Lernen: z. B. organisatorischer und technischer Wandel, europäische Integration, Internationalisierung der Arbeitsmärkte, beruflicher Aufstieg/Karriere, Arbeitsplatzsicherung, persönliche Interessen</li> <li>• Umgang mit Veränderungen, positive Einstellung zum Lernen und zur Weiterbildung</li> <li>• beruflichen Trendrichtungen von Mode und Stilveränderungen (Zeitgeist beachten und verarbeiten)</li> <li>• Regelungen und Möglichkeiten für interne und externe Weiterbildung in Betrieb, Berufsbereich und Branche</li> <li>• Bildungseinrichtungen im Handel und für visuelles Marketing</li> <li>• persönliche Weiterbildung: Studium von Fachliteratur, Durcharbeiten von Selbstlernmaterialien</li> </ul>	<p><u>Erläuterung durch den Ausbilder/die Ausbilderin:</u> Überblick über Themen zur Weiterbildung (Schulungen, Seminare, überbetriebliche Kurse), E-Learning, Selbstlern-Materialien</p> <p><u>Aufgabe für Auszubildende:</u> Entwicklungs-/Karriereplanung vor dem Hintergrund von Möglichkeiten im Unternehmen und in der Branche aufzeigen</p>
	<p>d) für den Ausbildungsbetrieb geltende arbeits-, sozial- und mitbestimmungsrechtliche Vorschriften sowie Tarif- und Arbeitszeitregelungen darstellen</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundsätze des Individual- und kollektiven Arbeitsrechtes</li> <li>• wesentliche Bestimmungen aus den relevanten Rechtsgebieten z. B. <ul style="list-style-type: none"> <li>- Berufsbildungsgesetz</li> <li>- Arbeitsschutzgesetz</li> <li>- Jugendarbeitsschutzgesetz</li> <li>- Arbeitsstättenverordnung</li> <li>- Arbeitszeitgesetz</li> </ul> </li> </ul>	<p>Hinweis an die Auszubildenden, dass diese Gesetze und Regelungen bestehen, dass aber Ausnahmen vorkommen können, wenn z. B. der Termin einer Geschäftseröffnung ansteht, dass aber auch Aufgaben außerhalb der regulären Zeiten fertig gestellt werden müssen</p>

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten und Kenntnisse (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr (Aj.) und Zeitrahmen (ZR) der zeitlichen Gliederung)</i>	Beispielhafte Inhalte	Hinweise <i>zusätzlich Lernfeldzuordnung (Lf.) nach Ausbildungs-jahren (Aj.) der Berufsschule</i>
	noch lfd. Nr. 1.2, d)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kündigungsschutzgesetz</li> <li>- Mutterschutzgesetz</li> <li>- Betriebsverfassungsgesetz</li> <li>- Betriebsvereinbarungen z. B. betriebliche Arbeitszeitregelung betriebliches Beurteilungsverfahren</li> <li>- Sozialversicherung,</li> <li>- Lohnsteuer</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tarifverträge (Tarifverhandlung, Arbeitgeberverband, Gewerkschaft, Arbeitskampf, Schlichtung)</li> </ul>	
	e) wesentliche Inhalte und Bestandteile eines Arbeitsvertrags darstellen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Arbeitsvertrag und Ausbildungsvertrag</li> <li>• Arten von Arbeitsverträgen: Zeitvertrag, unbefristeter Arbeitsvertrag, freier Mitarbeitervertrag, Vollzeit, Teilzeit</li> <li>• Probezeit, Kündigungsfrist</li> <li>• Ausbildungsvergütung, Gehalt nach der Ausbildung</li> <li>• Lohnsteuerkarte</li> <li>• Sozialversicherungsnachweis</li> <li>• ärztliche Untersuchung</li> <li>• Zeugnisse, Lebenslauf</li> <li>• betriebliche Regelungen und Vereinbarungen</li> </ul>	<p><u>Aufgabe für Auszubildende:</u> Vergleich BBiG (§ 11 BBiG) mit Ausbildungsvertrag</p> <p>Hinweis auf mögliche spätere Arten von Arbeitsverhältnissen in diesem Beruf, z. B. freie Mitarbeit, zeitlich begrenztes Engagement für Events</p>
	f) Positionen der eigenen Entgeltabrechnung erklären	<p>z. B.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Brutto, Netto</li> <li>• Lohnsteuer</li> <li>• Sozialabgaben</li> <li>• vermögenswirksame Leistungen</li> <li>• Vorschuss, Zuschüsse</li> </ul>	<p><u>Aufgabe für Auszubildende:</u> z. B. am eigenen Beispiel Berechnung des Nettogehalts</p>

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten und Kenntnisse (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr (Aj.) und Zeitrahmen (ZR) der zeitlichen Gliederung)</i>	Beispielhafte Inhalte	Hinweise <i>zusätzlich Lernfeldzuordnung (Lf.) nach Ausbildungsjahren (Aj.) der Berufsschule</i>
1.3	<p><b>Sicherheit und Gesundheitsschutz bei der Arbeit</b> (§ 4 Nr. 1.3)</p> <p>1. / 2. Aj. ZR: 2 - 3 Monate</p>	<p>Inhalte: Standardposition zur Sicherheit und zum Gesundheitsschutz bei der Arbeit in allen Ausbildungsberufen</p>	<p><u>Einweisung:</u> Zu Beginn der Tätigkeit sollen Auszubildende mit den Arbeitsschutz- und Arbeitssicherheitsbestimmungen vertraut gemacht werden</p> <p><i>Lernfeldzuordnung: Lf. 1 / 2 / 3 / 4 im 1. Aj. Lf. 5 / 7 / 8 im 2. Aj. Lf. 9 / 11 im 3. Aj.</i></p>
	<p>a) Gefährdung von Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz feststellen und Maßnahmen zu ihrer Vermeidung ergreifen</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ordnung am Arbeitsplatz, Ergonomie</li> <li>• betriebliche Einrichtungen zum Arbeitsschutz</li> <li>• Arbeits- und Gesundheitsschutz: Verhalten am Arbeitsplatz, gefährliche Arbeitsstoffe, Werkzeuge und Maschinen, arbeitsplatzbedingte Gefahren</li> <li>• Sicherheitsbeauftragte: Vorsorgeuntersuchungen (z. B. Augenuntersuchung für Bildschirmarbeitsplätze)</li> <li>• Suchtgefahren</li> <li>• Arbeitssicherheit, u.a. sicherheitsgerechtes Verhalten</li> <li>• Sicherheitsvorschriften bei Schaufenster- und Verkaufsraumbelichtung</li> </ul>	<p><u>Aufgabe für Auszubildende:</u> Untersuchung eines Arbeitsbereiches, z. B. in Werkstatt oder Verkaufsraum im Hinblick auf Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz unter Berücksichtigung der gesetzlichen Vorschriften</p>
	<p>b) berufsbezogene Arbeitsschutz- und Unfallverhütungsvorschriften anwenden</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen der Arbeitssicherheit im Betrieb, z. B. Gefahrensymbole und Gefahrenkennzeichen</li> <li>• Vorsorgemaßnahmen zur Vermeidung von Gefahrenquellen (Umgang mit Leitern, Transport sperriger Güter, Kleidung und Schuhe am Arbeitsplatz, Arbeiten mit Maschinen und Geräten, Ordnung am Arbeitsplatz, besondere Gefahren beim Umgang mit elektrischem Strom)</li> </ul>	<p><u>Hinweise für Auszubildende:</u> Auf die besonderen Gesundheitsrisiken hinweisen, z. B. durch das Heben und Tragen von Figuren und anderen schweren Elementen, Umgang mit Lösungsmitteln, Einhaltung von Pausen</p>

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten und Kenntnisse (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr (Aj.) und Zeitrahmen (ZR) der zeitlichen Gliederung)</i>	Beispielhafte Inhalte	Hinweise <i>zusätzlich Lernfeldzuordnung (Lf.) nach Ausbildungsjahren (Aj.) der Berufsschule</i>
	noch lfd. Nr. 1.3, b)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vorschriften aus Arbeitsschutz-, Arbeitssicherheits- sowie Geräte- und Produktsicherheitsgesetz, Arbeitsstättenverordnung, Arbeitsstättenrichtlinien</li> <li>Überwachung durch Berufsgenossenschaft und Gewerbeaufsicht</li> </ul>	
	c) Verhaltensweisen bei Unfällen beschreiben sowie erste Maßnahmen einleiten	<ul style="list-style-type: none"> <li>Erste Hilfe-Maßnahmen</li> <li>Notrufe</li> <li>Abfolge von Meldungen</li> <li>Evakuierung</li> <li>Dokumentation</li> </ul>	
	d) Vorschriften des vorbeugenden Brandschutzes anwenden: Verhaltensweisen bei Bränden beschreiben und Maßnahmen zur Brandbekämpfung ergreifen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Brandschutzmaßnahmen nach den für den Betrieb geltenden Brandverhütungsvorschriften, Vorschriften der Berufsgenossenschaft</li> <li>Gefahren, die von Giften, Gasen, Dämpfen und leicht entzündlichen Stoffen sowie von elektrischem Strom ausgehen können</li> <li>Verhaltensregeln, Fluchtwege, Erste Hilfe, Notrufnummern, Notausgänge (Kennzeichnung)</li> <li>Brandschutzmittel, Feuerlöscher (Standort, Bedienungsanleitung, Wirkungsweise)</li> </ul>	<p><b>Aufgaben für Auszubildende:</b> Beispielweise Überprüfung des Datums für die TÜV-Prüfung von Feuerlöschern vornehmen lassen</p> <p>Überprüfung der Fluchtwege und ob dafür die erforderlichen Kennzeichnungen vorhanden sind</p>

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten und Kenntnisse (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr (Aj.) und Zeitrahmen (ZR) der zeitlichen Gliederung)</i>	Beispielhafte Inhalte	Hinweise <i>zusätzlich Lernfeldzuordnung (Lf.) nach Ausbildungsjahren (Aj.) der Berufsschule</i>
1.4	<p><b>Umweltschutz</b> (§ 4 Nr. 1.4)</p> <p>1. Aj. ZR: 3 - 5 Monate</p> <p>2. Aj. ZR: 2 - 3 Monate</p>	<p>Inhalte: Standardposition zum Umweltschutz in allen Ausbildungsberufen</p>	<p><i>Lernfeldzuordnung: Lf. 1 / 2 / 3 / 4 im 1. Aj. Lf. 5 / 8 im 2. Aj. Lf. 9 im 3. Aj.</i></p>
	<p>Zur Vermeidung betriebsbedingter Umweltbelastungen im beruflichen Einwirkungsbereich beitragen, insbesondere</p>	<p>Fördern von Umweltbewusstsein und Vermittlung von praktischem Umweltschutz</p>	
	<p>a) mögliche Umweltbelastungen durch den Ausbildungsbetrieb und seinen Beitrag zum Umweltschutz an Beispielen erklären</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rationelle Energien- und Ressourcenverwendung</li> <li>• Emissionen, Immissionen</li> <li>• Wiederverwertung (Recycling)</li> <li>• Lärmschutz</li> <li>• Abfallvermeidung/Trennung</li> <li>• Umweltschutzmaßnahmen im Unternehmen, in der Abteilung</li> <li>• Beschreibung von Waren, Produkten und Materialien als besonders umweltfreundlich oder umweltbelastend</li> </ul>	<p><u>Aufgabe:</u> Auszubildende sollen ermitteln, welche umweltbelastenden Stoffe im Unternehmen eingesetzt werden und wie sie unter Anwendung von Umweltschutzbestimmungen entsorgt werden</p>
	<p>b) für den Ausbildungsbetrieb geltende Regelungen des Umweltschutzes anwenden</p>	<p>z. B.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verpackungsverordnung (VerpackV)</li> <li>• Kreislaufwirtschafts- und Abfallgesetz (KrW-/AbfG)</li> <li>• Elektrogerätegesetz</li> <li>• Chemikaliengesetz (ChemG), Chemikalienverbotsverordnung, Gefahrstoffverordnung</li> <li>• Hygienevorschriften</li> </ul>	<p><u>Aufgabe:</u> Auszubildende sollen ermitteln, welche Maßnahmen der Ausbildungsbetrieb anwendet, um eine umweltschonende und wirtschaftliche Materialverwendung sicherzustellen und Müll zu vermeiden.</p>
	<p>c) Möglichkeiten der wirtschaftlichen und umweltschonenden Energie- und Materialverwendung nutzen</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zusammenhang von Ressourcenverbrauch und Umweltschutz</li> <li>• Sensibilisierung der Mitarbeiter/innen</li> </ul>	<p><u>Aufgabe für Auszubildende:</u> In der täglichen Arbeit Container bereithalten, Stoffe und Materialien sortieren, Müll trennen, umweltgerecht entsorgen, Wiederverwertung prüfen</p>

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten und Kenntnisse (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr (Aj.) und Zeitrahmen (ZR) der zeitlichen Gliederung)</i>	Beispielhafte Inhalte	Hinweise <i>zusätzlich Lernfeldzuordnung (Lf.) nach Ausbildungs-jahren (Aj.) der Berufsschule</i>
	noch lfd. Nr. 1.4, c)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• arbeitsplatzbedingte Beispiele rationellen Material- und Energieeinsatzes, z. B. Einsparmaßnahmen: Beleuchtung, Heizung, Geräte, Maschinen sowie bei Materialien, Recycling, gezielte Disposition</li> </ul>	
	d) Abfälle vermeiden; Stoffe und Materialien einer umweltschonenden Entsorgung zuführen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Möglichkeiten der Abfallvermeidung, -reduzierung und -verwertung in unterschiedlichen Betriebsbereichen</li> <li>• Entsorgung/Trennung der Wertstoffe</li> <li>• Sondermüll</li> </ul>	
2.	<b>Arbeitsorganisation, Kommunikation und Kooperation</b> (§ 4 Nr. 2)	Auszubildende erwerben in dieser Berufsbildposition arbeitsorganisatorische Kompetenzen zur Organisation der eigenen Arbeit und in Kooperation mit Kollegen sowie Geschäftspartnern.	<u>Aufgabe für Auszubildende:</u> Auszubildende bei kleinen Projekten „Präsentation“ üben lassen, d.h. sie sollen Sachverhalte erklären oder für andere aufbereiten, so dass diese verständlich und anwendbar sind.
2.1	<b>Arbeitsorganisation und Arbeitsplanung</b> (§ 4 Nr. 2.1)	<p>Inhalte: Zeitmanagement, Analyse von Problemen, Entwickeln von Lösungen, Einsatz von Arbeits- und Organisationsmitteln sowie von Lern- und Arbeitstechniken, Überprüfen und Auswerten von Ergebnissen und Fachinformationen sowie ihre Korrekturen</p> <p>Die Fertigkeiten und Kenntnisse der Berufsbildposition 2.1 sind während der gesamten Ausbildungszeit zu vermitteln. Die Vermittlung soll in der Regel nicht als „Trocken-Kurs“, sondern integrativ, zusammen mit anderen Fachqualifikationen umgesetzt werden.</p>	<p><i>Lernfeldzuordnung:</i> Lf. 1 / 2 / 3 / 4 im 1. Aj. Lf. 5 / 8 im 2. Aj. Lf. 9 / 11 / 12 im 3. Aj.</p>
	a) Ziele, Reihenfolge und Zeitplan für Aufgaben festlegen und dokumentieren	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Werbeplanung, Aktionsplanung (Schaufenster, Point of Sale, Events), Messeplanung</li> <li>• Zielorientiertes und wirtschaftliches Arbeiten</li> <li>• Festlegung und Ausarbeitung eines Zeitplanes bei konkreten Aufgaben und Projekten</li> </ul>	<u>Aufgaben für Auszubildende:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Erstellen von Werbeplänen</li> <li>• Planen von Aktionsplanungen nach vorgegebenen Terminen</li> <li>• Budgetplanung: Kostenbewusster Einsatz von Verbrauchs- und Gebrauchsmaterialien</li> <li>• Vor Auftragsvergabe Einholen von Kostenvoranschlägen, termingerechte Erteilung von Aufträgen</li> <li>• Überwachen der Termineinhaltung</li> </ul>

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten und Kenntnisse (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr (Aj.) und Zeitrahmen (ZR) der zeitlichen Gliederung)</i>	Beispielhafte Inhalte	Hinweise <i>zusätzlich Lernfeldzuordnung (Lf.) nach Ausbildungs-jahren (Aj.) der Berufsschule</i>
	noch lfd. Nr. 2.1, a)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zeit- und Selbstmanagementtechniken, Stressbewältigung</li> <li>• Berücksichtigung von Schnittstellen, Koordination, auch gemeinsam mit anderen Partnern</li> </ul>	
	b) Probleme analysieren, Lösungsalternativen entwickeln und bewerten	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zusammentragen und Analyse der entsprechenden Sachverhalte</li> <li>• Erkennen von Lösungswegen, Auswahl aus verschiedenen Lösungswegen</li> <li>• Umgang mit Störungen</li> <li>• Systematisches Arbeiten</li> <li>• Umgang mit häufig wechselnden Situationen und Anforderungen</li> <li>• Problemfelder: personell, zeitlich, sachlich, finanziell</li> <li>• Erarbeiten von Lösungen</li> </ul>	<u>Aufgaben für Auszubildende:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Auszubildende sollen lernen, wie mit Abweichungen von betrieblichen Abläufen umzugehen ist, wie z. B. bei: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Problemen bei der Erstellung von Entwürfen und ihren Realisierungen</li> <li>- EDV-Störungen</li> <li>- Kommunikationsstörungen</li> </ul> </li> <li>• Plausibilität von Geschäftsvorgängen oder Inhalten</li> <li>• Eingehen auf Sonderwünsche von internen und externen Kunden</li> <li>• Förderung der Sensibilität von Auszubildenden, dass Abweichungen, Störungen, Sonderwünsche „normal“ sind und kein Grund sind, in Panik zu geraten oder beleidigt zu sein</li> <li>• Planen von Alternativen</li> </ul>
	c) Arbeits- und Organisationsmittel sowie Lern- und Arbeitstechniken einsetzen; Informationen beschaffen und nutzen	<u>Informations- und Kommunikations-systeme und -techniken:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Computerprogramme,</li> <li>• Internet und/oder Intranet</li> <li>• Telefon, Telefax, E-Mail</li> <li>• Fachzeitschriften, Kataloge</li> <li>• Fachmessen</li> <li>• Kommunikation/Information: z. B. Mitarbeiterzeitschriften, Schwarzes Brett, Jour-Fixe, Abteilungstreffen, Gespräche unter Mitarbeitern und Kollegen etc.</li> <li>• Konkurrenzbeobachtung</li> <li>• Informationsbeschaffung im Internet</li> <li>• Umgang mit Störungen</li> </ul>	<u>Aufgaben für Auszubildende:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Planen von Terminen und Aktivitäten</li> <li>• Information über ständige Neuerungen</li> <li>• Beobachtung der Mitbewerber</li> <li>• Nutzen von Kommunikationsmöglichkeiten</li> </ul>

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten und Kenntnisse (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr (Aj.) und Zeitrahmen (ZR) der zeitlichen Gliederung)</i>	Beispielhafte Inhalte	Hinweise <i>zusätzlich Lernfeldzuordnung (Lf.) nach Ausbildungs-jahren (Aj.) der Berufsschule</i>
	noch lfd. Nr. 2.1, c)	<p><u>Arbeits- und Organisationsmittel:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Terminkalender/Terminplaner, Zeitplaner, elektrischer Kalender</li> <li>• Lieferanten-/Kundendateien oder -karteien</li> <li>• Schreib- und Zeichengeräte, Taschenrechner</li> <li>• PC, Plotter, Drucker</li> <li>• Werkstoffe, Werkzeuge, Geräte</li> </ul> <p><u>Arbeitstechniken:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zeitmanagementtechniken, Moderations- und Präsentationstechniken, Arbeitsplanungs- und Projektplanungstechniken, Mind Mapping</li> <li>• Selbstgesteuertes Lernen mit Hilfe von E-learning, Selbststudium durch Lesen sowie durch Beschaffung, Auswahl und Auswertung von Fachinformationen</li> </ul>	
	d) Durchführung und Ergebnisse kontrollieren sowie Korrekturmaßnahmen ergreifen	<p>z. B.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dokumentation der Erstellung von Entwürfen und ihrer Realisierung</li> <li>• Bewertung von Soll-Ist-Abweichungen</li> <li>• Korrektur von Arbeitsabläufen</li> <li>• Bedeutung des Qualitätsmanagements</li> <li>• Erfolgskontrolle: Feed-back, Bewertung (Evaluation)</li> </ul>	<p><u>Aufgabe für Auszubildende:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Möglichkeiten der Dokumentation aufzeigen, z. B. mit Hilfe eines Fotoprotokolls oder durch Einsatz von Projektplanungsinstrumenten</li> <li>• Erarbeiten eines aussagefähigen Instruments zur Erfolgskontrolle</li> <li>• Durchführung und Auswertung von Kundenbefragungen</li> <li>• geplante Kosten einhalten</li> </ul>



Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten und Kenntnisse (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr (Aj.) und Zeitrahmen (ZR) der zeitlichen Gliederung)</i>	Beispielhafte Inhalte	Hinweise <i>zusätzlich Lernfeldzuordnung (Lf.) nach Ausbildungs-jahren (Aj.) der Berufsschule</i>
2.2	<b>Teamarbeit und Kooperation</b> (§ 4 Nr. 2.2)	<p>Inhalte: Regeln und Pflege der Zusammenarbeit. Aufbereiten und Präsentieren von Arbeitsergebnissen und Themen, interne und externe Kooperationsprozesse, Konfliktlösung, Kommunikationsformen</p> <p>Die Fertigkeiten und Kenntnisse der Berufsbildposition 2.2 sind während der gesamten Ausbildungszeit zu vermitteln.</p> <p>Die Vermittlung soll in der Regel nicht als „Trocken-Kurs“, sondern integrativ, zusammen mit anderen Fachqualifikationen umgesetzt werden.</p> <p style="text-align: right;"><i>Lernfeldzuordnung: Lf. 1 / 4 im 1. Aj Lf. 6 / 7 / 8 im 2. Aj Lf. 10 / 11 im 3. Aj.</i></p>	
	a) Aufgaben im Team planen, bearbeiten und auswerten	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teambildung, Teamentwicklung, Entscheidungsfindung im Team</li> <li>• Rollenverteilung</li> <li>• Motivierung von Teammitgliedern</li> <li>• Kennen und Einsatz der spezifischen Fähigkeiten der Mitarbeiter/-innen</li> <li>• Führungsstil, Leitung von Projektgruppen</li> <li>• Konfliktregelung im Interesse eines sachbezogenen Ergebnisses</li> <li>• Faire Zusammenarbeit, Achtung der Partner</li> <li>• Zusammenarbeit mit anderen Geschäftsbereichen im Unternehmen</li> </ul>	<p><u>Aufgabe für Auszubildende:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vorbereiten von Besprechungen</li> <li>• Informieren der Kollegen/innen</li> <li>• Kritische Begleitung des Arbeitsablaufs</li> </ul>
	b) Sachverhalte, Themen und Unterlagen situationsbezogen und adressatengerecht aufbereiten und präsentieren	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufbereitung der Inhalte gemäß der Zielgruppen und Adressaten</li> <li>• Adressaten-/Situationsorientierung</li> <li>• Erstellen von Präsentationen</li> <li>• Einsatz von Präsentations- und Moderationstechniken, z. B. Nutzung von Power-Point oder anderen Präsentationsprogrammen</li> </ul>	<p><u>Aufgabe für Auszubildende:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Beamerpräsentation (Entwürfe, Reinzeichnungen, „Briefings“)</li> <li>• Protokoll von Besprechungen</li> <li>• Flexibler Umgang mit potenziellen Präsentationstechniken, z. B. Umgang mit unvorhergesehenen Situationen: wie präsentiere ich, wenn der Strom ausfällt?</li> <li>• Einholen von Feed-backs</li> </ul>

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten und Kenntnisse (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr (Aj.) und Zeitrahmen (ZR) der zeitlichen Gliederung)</i>	Beispielhafte Inhalte	Hinweise <i>zusätzlich Lernfeldzuordnung (Lf.) nach Ausbildungs-jahren (Aj.) der Berufsschule</i>
	<p><i>noch lfd. Nr. 2.2</i></p> <p>c) interne und externe Kooperationsprozesse mitgestalten, insbesondere mit den Bereichen Verkauf, Werbung, Medien und Industrie</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Externe Kommunikation und Kooperation, z. B. in den Bereichen Werbung, Events</li> <li>• Betriebliche Kommunikations-/Kooperationsregeln</li> <li>• Terminpläne</li> <li>• Telefoniertechniken, Versenden von Briefen, Faxen oder E-Mails</li> <li>• Kundenorientierung bei der Kommunikation</li> <li>• Zielgerichteter Einsatz von Kommunikationsmitteln mit internen und externen Partnern</li> <li>• Arbeitsabläufe zwischen Betriebsbereichen: Informationsfluss von der Leitung zu Mitarbeitern und umgekehrt, z. B. Zusammenarbeit bei Planung des Verbrauchs von Materialien für Objekte und Projekte des visuellen Marketings</li> </ul>	<p><u>Aufgaben für Auszubildende:</u> Auszubildende sollen lernen, mit welchen Mitteln die Kooperation am schnellsten und effizientesten abläuft</p> <p>Aufzeigen von Möglichkeiten der Kostenbeteiligung bei Kooperationsprozessen</p> <p>Definition und Einhaltung von Zielvorgaben</p>
	d) Konfliktlösungsmöglichkeiten anwenden	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rechte und Pflichten der Partner und Kollegen/Kolleginnen</li> <li>• Berücksichtigung von Zielvereinbarungen</li> <li>• Kritikfähigkeit</li> <li>• Beachtung von Kommunikationsregeln</li> <li>• Ursachen von Konflikten: Fehlende Eindeutigkeit bei Weisungen oder Absprachen, Konkurrenz, Verhältnis Vorgesetzte/Mitarbeiter, mangelnde Information</li> <li>• Umgang mit Konflikten im direkten Umfeld, soziale Verantwortung</li> </ul>	<p><u>Aufgaben für Auszubildende:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vorbereiten und Durchführen von Besprechungen, Umgang mit Meinungsverschiedenheiten und Konflikten, Beurteilen von Besprechungen</li> <li>• Überprüfen der erreichten Zielvereinbarungen</li> </ul>

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten und Kenntnisse (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr (Aj.) und Zeitrahmen (ZR) der zeitlichen Gliederung)</i>	Beispielhafte Inhalte	Hinweise <i>zusätzlich Lernfeldzuordnung (Lf.) nach Ausbildungs-jahren (Aj.) der Berufsschule</i>
	noch lfd. Nr. 2.2, d)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verschiedene Arten der Konfliktlösung: Konfliktbewältigung, Maßnahmen zur Konfliktreduzierung bzw. -vermeidung</li> </ul>	
	e) Kommunikationsformen situationsbezogen anwenden	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unterschiedliche Kommunikationssituationen, z. B. Besprechungen, Schriftverkehr, Telefon, E-Mail, u.a.</li> <li>• Gesprächsführungstechniken, Fragetechniken</li> <li>• Unterschiedliche Aufgaben: Überzeugen, Informieren, Beraten</li> <li>• Trennung der Sach- und Beziehungsebene bei Information und Kommunikation</li> <li>• Effektive Zusammenarbeit im Team, im Unternehmen und mit Geschäftspartnern</li> <li>• Feed-back-Regeln</li> </ul>	
2.3	<b>Kundenorientierte Kommunikation</b> (§ 4 Nr. 2.3)  2. Aj. ZR: 2 - 3 Monate	Inhalte: Kundenwünsche und -erwartungen, Kundenverhalten, sprachliche und nichtsprachliche Kommunikationsmittel, Gesprächsführung, Fragen, Einwände, Kommunikationsstörungen, Konfliktlösung sowie alternative Angebote	Hier die Auszubildenden klar darauf hinweisen, dass ihr Erfolg nicht nur von den gestalterischen Fähigkeiten abhängt, sondern in ganz hohem Maß von der kundenorientierten Kommunikation  <i>Lernfeldzuordnung:                      Lf. 6 / 7 im 2. Aj.                      Lf. 9 / 12 im 3. Aj.</i>
	a) Bedeutung von Information, Kommunikation und Kooperation für Betriebsklima, Arbeitsleistung und Geschäftserfolg beachten	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Arbeitsklima durch gute Information und Kommunikation im Unternehmen, z. B. durch regelmäßige Treffen und Gespräche im Team, Austausch von aktuellen Informationen und Entwicklungen, auch durch E-Mail, Infos über Foren und Schwarzes Brett</li> <li>• Koordination der eigenen Arbeit mit anderen Teammitgliedern</li> </ul>	

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten und Kenntnisse (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr (Aj.) und Zeitrahmen (ZR) der zeitlichen Gliederung)</i>	Beispielhafte Inhalte	Hinweise <i>zusätzlich Lernfeldzuordnung (Lf.) nach Ausbildungs-jahren (Aj.) der Berufsschule</i>
	noch lfd. Nr. 2.3, a)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teambildung: Entscheidungsfindung im Team, Dokumentation der Entscheidungen, Selbst-/Teambewertung, bei Bedarf Revision gefällter Entscheidungen</li> <li>• Vertrauensvolle Arbeitsbeziehungen, kooperative Kommunikationsregeln</li> <li>• Auswirkungen in wirtschaftlichen, sozialen und beruflichen Bereichen</li> </ul>	
	b) Kundenkontakte nutzen und pflegen, Regeln für kundenorientiertes Verhalten anwenden	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anforderungen an die eigene Person hinsichtlich des Äußeren, Gesprächsführung, Mimik/Gestik u.a.</li> <li>• Umgangsformen, Fragetechniken, Trennung von Sach- und Beziehungsebene</li> <li>• Gesprächsphasen/Einwandbehandlung, Eingehen auf Kunden</li> <li>• Wahrnehmung von Erwartungen, Wünschen und Bedürfnissen der Kunden</li> <li>• Höflichkeit, Glaubwürdigkeit, sachliche Information</li> <li>• Ziele eines Gespräches: Auskunft, Information, Beratung, Abrechnung</li> <li>• Vorbereitung eines Kundengesprächs, Erfragung von Daten für Gestaltung</li> <li>• aktives Zuhören, Blickkontakt, Ernstnehmen des Kunden, Einsatz von Hilfsmitteln</li> <li>• Kundengerechte Korrespondenz</li> <li>• Textverarbeitung und Kommunikation mittels PC</li> </ul>	<u>Aufgabe für Auszubildende:</u> Kundengespräch vorbereiten und durchführen, kundenrelevante Daten dokumentieren, Anlässe für Kundenkontakte nutzen, Kundendatenbank aktualisieren

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten und Kenntnisse (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr (Aj.) und Zeitrahmen (ZR) der zeitlichen Gliederung)</i>	Beispielhafte Inhalte	Hinweise <i>zusätzlich Lernfeldzuordnung (Lf.) nach Ausbildungs-jahren (Aj.) der Berufsschule</i>
	<p>noch lfd. Nr. 2.3</p> <p>c) Informations- und Präsentationsgespräche planen, durchführen und nachbereiten; Alternativen anbieten</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vorbereitung von Kundengesprächen, Briefing</li> <li>• verschiedene Gesprächsarten, Gesprächsphasen, Kommunikationsregeln</li> <li>• Sachinformation, Aufbau des Kundengesprächs, Sprechtechnik, emotionale Einstellung zum Kunden</li> <li>• Werbeziele, Unternehmensziele, Präsentationsziele</li> <li>• Präsentation von Sachverhalten, Analysen, Ergebnissen, Entwürfen, Gestaltungen</li> <li>• Gliederung und Aufbau der Präsentationen</li> <li>• Resultat der Gespräche, Konsequenzen daraus</li> </ul>	<p><u>Aufgaben für Auszubildende:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Erfragen von relevanten Daten von „Kunden“</li> <li>• Erarbeiten von Vorschlägen für Präsentationen, Berücksichtigung des firmenspezifischen Präsentationsstils, Einsetzen von Präsentationstechniken, Anbieten von alternativen Vorschlägen, Sicherstellung der Übereinstimmung durch Rückfragen, Überprüfung der eigenen Vorschläge auf Korrektheit und Vollständigkeit</li> </ul>
2.4	<p><b>Informations- und Kommunikationssysteme</b> (§ 4 Nr. 2.4)</p> <p>1. Aj. ZR: 2 - 3 Monate</p>	<p>Inhalte: Umgang mit betriebsüblichen Informations- und Kommunikationssystemen und -techniken, Vernetzung, Internet, E-Mail-Verkehr, Berücksichtigung von Datenschutz und Datensicherheit</p>	<p><i>Lernfeldzuordnung:</i> Lf. 1 / 2 im 1. Aj. Lf. 5 / 6 im 2. Aj.</p>
	<p>a) Informations- und Kommunikationssysteme nutzen</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• z. B. Fax, Telefon, PC, mobile Datenerfassungsgeräte, Anwendung von Software, z. B. für Textverarbeitung, Datenbank-Anwendungen, Kalkulationen, Präsentationen usw.</li> <li>• Nutzen von Informations- und Kommunikationsgeräten, z. B. für Internetrecherche, Versenden eines Fax mit Ablegen des Sendeberichts</li> </ul>	<p><u>Aufgaben für Auszubildende:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Auszubildende schreiben Brief am PC an Lieferanten oder schicken E-Mail in Absprache mit dem Ausbilder/der Ausbilderin</li> </ul>

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten und Kenntnisse (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr (Aj.) und Zeitrahmen (ZR) der zeitlichen Gliederung)</i>	Beispielhafte Inhalte	Hinweise <i>zusätzlich Lernfeldzuordnung (Lf.) nach Ausbildungs-jahren (Aj.) der Berufsschule</i>
	<p><i>noch lfd. Nr. 2.4</i></p> <p>b) externe und interne Netze und Dienste nutzen; Sicherheitsanforderungen beachten</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vernetzung der Systeme, kabelgebundene und kabellose Vernetzung</li> <li>• E-Mail, Standleitung, Internetanwendungen, Intranet, Datensicherung, Antivirenprogramm, Firewall, verschlüsselte/unverschlüsselte Verbindungen</li> <li>• Datensicherheit, Datenschutz</li> </ul>	<p><u>Aufgaben für Auszubildende:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Internetrecherche</li> <li>• angemessene Sicherung von Daten</li> </ul>
	<p>c) Daten eingeben, mit betriebsüblichen Verfahren sowie unter Beachtung des Datenschutzes sichern und pflegen</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dateneingabeinstrumente</li> <li>• Umwandlung von Dateien in pdf- oder schreibgeschützte Dokumente</li> <li>• Abgrenzung Datenschutz und Datensicherheit</li> <li>• Betriebliche Regelungen: z. B. zu Auskunftserteilung und Datenschutz</li> <li>• Formen, Gründe oder Notwendigkeiten von Zugriffsberechtigungen für Datensicherheit/Datensicherung</li> </ul>	<p><u>Aufgaben für Auszubildende:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nutzen von Programmen</li> <li>• Speichern von Daten</li> <li>• Anlegen und Pflegen der Kundendatenbank</li> <li>• Prüfen des Einhaltens der Datenschutzbestimmungen</li> </ul>
2.5	<p><b>Qualitätssicherung</b> (§ 4 Nr. 2.5)</p> <p>3. Aj. ZR: 2 - 4 Monate</p>	<p>Inhalte: Qualitätssichernde Maßnahmen, Optimierung der Arbeit, Zusammenhang zwischen Qualität, Kundenzufriedenheit und Betriebsergebnis</p>	<p><i>Lernfeldzuordnung: Lf. 9 / 10 / 11 im 3. Aj.</i></p>
	<p>a) qualitätssichernde Maßnahmen im eigenen Arbeitsbereich anwenden, dabei zur Verbesserung von Arbeitsprozessen beitragen</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definition von Qualität bei der gestalterischen Leistung</li> <li>• Ermittlung von noch tolerierbaren Fehlerquoten</li> <li>• Maßnahmen der Qualitätssicherung, Qualitätsstandards, Formen der Qualitätsprüfung</li> <li>• Auswerten von Qualitätsdaten</li> </ul>	<p><u>Hinweis für Auszubildende:</u> Hier ist zu berücksichtigen, dass Qualität in diesem Berufsfeld oft erst noch definiert werden muss, weil letztlich nur die gestalterische Leistung als einziges Qualitätsmerkmal im Bewusstsein ist.</p>

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten und Kenntnisse (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr (Aj.) und Zeitrahmen (ZR) der zeitlichen Gliederung)</i>	Beispielhafte Inhalte	Hinweise <i>zusätzlich Lernfeldzuordnung (Lf.) nach Ausbildungs-jahren (Aj.) der Berufsschule</i>
	noch lfd. Nr. 2.5, a)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Analyse des Arbeitsprozesses und des Arbeitsergebnisses, Prozessoptimierung durch Schwachstellenanalyse und Beseitigung von Fehlerquellen, Verbesserungsvorschläge</li> <li>Bewertung (Evaluation)</li> </ul>	
	b) Zusammenhänge zwischen Qualität und Kundenzufriedenheit beschreiben und Auswirkungen auf das Betriebsergebnis ableiten	<ul style="list-style-type: none"> <li>Qualitätsverbesserung von Dienstleistungen</li> <li>Erhöhung der Kundenfrequenz</li> <li>Kundengespräch: Kommunikationsregeln, Umgang mit Reklamationen, Feedback</li> <li>Rückgang von Reklamationen</li> <li>Betriebsergebnis: Umsatzsteigerung, Ertragssteigerung</li> <li>Kundenzufriedenheit, Kundenbindung, Kundengewinnung, Kundenrückgewinnung</li> </ul>	<u>Aufgabe für Auszubildende:</u> Umgang mit Reklamationen üben
<b>2.6</b>	<b>Anwenden von Englisch bei Fachaufgaben</b> (§ 4 Nr. 2.6)  2. Aj. ZR: 2 - 3 Monate 3. Aj. ZR: 2 - 4 Monate	Inhalte: Anwendung der englischen Sprache für schriftliche Sachverhalte: Nutzung von Fachbegriffen und Auswertung von Informationen	<i>Lernfeldzuordnung:</i> Lf. 6 im 2. Aj. Lf. 11 / 12 im 3. Aj.
	a) englische Fachbegriffe anwenden	<ul style="list-style-type: none"> <li>einschlägige Branchenterminologie, typische Fachbegriffe des Berufs in englischer Sprache wie z. B. Point of Sale, Display, Corporate Identity, Lay-out, Headline, Key Visual, Copy, Slogan, Logo usw.</li> <li>Werbeplanung, Mediaplanung</li> <li>Visual Merchandising</li> </ul>	<u>Aufgabe für Auszubildende:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>Nutzen von Informationsquellen (Internet, websites, Lexika) zum Auffinden von englischen Fachbegriffen</li> <li>Vertraut machen mit relevanten Begriffen aus Marketing und Werbung</li> <li>Anwenden der in dem Unternehmen gebräuchlichen spezifischen Begriffe in der Kommunikation mit Kunden</li> <li>Sicherstellen der korrekten Schreibweise und Verwendung der englischen Fachbegriffe</li> </ul>

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten und Kenntnisse (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr (Aj.) und Zeitrahmen (ZR) der zeitlichen Gliederung)</i>	Beispielhafte Inhalte	Hinweise <i>zusätzlich Lernfeldzuordnung (Lf.) nach Ausbildungsjahren (Aj.) der Berufsschule</i>
	noch lfd. Nr. 2.6  b) englischsprachige Informationen nutzen und auswerten	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bedienungsanleitungen</li> <li>• Produktinformationen</li> <li>• Internetrecherche nach englischen Begriffen</li> <li>• Ermittlung von Trends aus dem Bereich des visuellen Marketing durch Auswertung fremdsprachiger Literatur oder durch Internetrecherche</li> </ul>	<u>Aufgabe für Auszubildende:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Suchen relevanter Websites</li> <li>• Suchen nach Ideen und Daten in den Suchmaschinen des Internets</li> <li>• Verwendung englischsprachiger Literatur zur Ideenfindung, Nutzung von Lexika zur Übersetzung</li> </ul>
<b>3.</b>	<b>Grundlagen des visuellen Marketings</b> (§ 4 Nr. 3)	In dieser Berufsbildposition sollen grundlegende Aspekte des visuellen Marketings vermittelt werden, das sind die Bereiche Verkaufsförderung und Corporate Identity, Präsentation von Waren, Produkten und Dienstleistungen, Werbung, Öffentlichkeitsarbeit, Gestaltung von Events, Verkaufsaktionen, Messen und sonstigen Veranstaltungen	
<b>3.1</b>	<b>Visuelle Verkaufsförderung als Instrument der Unternehmenspolitik</b> (§ 4 Nr. 3.1)  1. Aj. ZR: 4 - 7 Monate 2. Aj. ZR: 5 - 7 Monate 3. Aj. ZR: 4 - 7 Monate	Inhalte: Rolle von Unternehmensphilosophie und Corporate Identity, Profil des Unternehmens, Berücksichtigung der Entwicklungen im Marktsegment bei Gestaltungskonzeptionen	<i>Lernfeldzuordnung:</i> Lf. 6 im 2. Aj. Lf. 11 / 12 im 3. Aj.
	a) Unternehmensphilosophie bei der Entwicklung von Gestaltungskonzepten berücksichtigen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Corporate Identity: Corporate Communication, Corporate Design; Unternehmensphilosophie und Firmengrundsätze</li> <li>• Image des Unternehmens, Profilierung des Unternehmens, visuelles Erscheinungsbild, langfristige, strategische Ziele, Berücksichtigung von Standort, Region</li> <li>• Marktauftritt, in Abgrenzung zu den Wettbewerbern</li> </ul>	<u>Aufgaben für Auszubildende:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Anhand von Bildbeispielen aus verschiedenen Branchen sollen Auszubildende einen Eindruck erhalten, welche Gestaltungskonzepte in Verkaufs- und Präsentationsräumen in Abhängigkeit von der Unternehmensphilosophie erfolgreich eingesetzt werden</li> <li>• Als Übung: Markenshops und/oder Mitbewerber analysieren lassen</li> </ul>



Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten und Kenntnisse (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr (Aj.) und Zeitrahmen (ZR) der zeitlichen Gliederung)</i>	Beispielhafte Inhalte	Hinweise <i>zusätzlich Lernfeldzuordnung (Lf.) nach Ausbildungs-jahren (Aj.) der Berufsschule</i>
	noch lfd. Nr. 3.1, a)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unternehmenskommunikation: saisonale Aktivitäten, Kontakt zu Kunden, aktive regionale Öffentlichkeitsarbeit, Information auf regionaler Internetseite</li> <li>• Gestaltungsgrundsätze, Gestaltungsspezialitäten und -schwerpunkte</li> <li>• Store- und Room Check (Fassade, Ladenbau, Einrichtung, Licht, Warenpräsentation, Dekoration, Kundenführung, Wohlfühlen der Kunden)</li> </ul>	
	b) Bedarfs- und Marktentwicklungsdaten des Marktsegmentes beschaffen, auswerten und für Gestaltungskonzepte nutzen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Branchenentwicklungen, z. B. Wandel der Betriebsformen, Branchen und Bedarfsgruppen im Handel; Veränderungen in den Bereichen Event, Messen, Veranstaltungen</li> <li>• Marktanalysen, Marktprognose, Marktsegmentierung, Zielgruppenanalyse, Positionierung</li> <li>• Nachfrage, Bedarfsangebot, Absatzwege, Konkurrenz</li> <li>• Inspiration durch Ideen über Schaufenster- und Verkaufsraumgestaltung von Wettbewerbern</li> <li>• Einsatz von Präsentationstechniken</li> </ul>	<b>Aufgaben für Auszubildende:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Möglichkeiten aufzeigen, wie man Informationen über die Zielgruppen sammeln kann</li> <li>• Bildbeispiele für Auszubildende zusammensstellen, um aktuelle gestalterische Trends vom Schaufenster zur Raumgestaltung bis hin zur Ausrichtung von Events, Veranstaltungen und Messen zu geben und dadurch zahlreiche konkrete Anregungen für Gestaltungsentwürfe</li> <li>• Skizzierung von gelungenen Ideen der Wettbewerber, Darstellung der Ideen, die besonders ansprechen</li> <li>• Entwicklung und Auswertung von Fragebögen, Befragung</li> </ul>
3.2	<b>Präsentation von Waren, Produkten und Dienstleistungen</b> (§ 4 Nr. 3.2)  1. Aj. ZR: 4 - 7 Monate 2. Aj. ZR: 5 - 7 Monate 3. Aj. ZR: 4 - 7 Monate	Inhalte: Warenpräsentation, Warenplatzierung, Gestaltungsmittel und -elemente, zielgruppenspezifische Auswahl und ihr Einsatz, Gestaltung von Räumen, Bedarfsgruppenbildung für Präsentationen, Zusammenspiel verschiedener Gestaltungselemente	Lernfeldzuordnung: Lf. 3 / 4 im 1. Aj. Lf. 7 / 8 im 2. Aj. Lf. 9 / 10 im 3. Aj.
	a) Waren, Produkte und Dienstleistungen präsentieren und atmosphärisch visualisieren, dabei Grundsätze der Warenplatzierung anwenden	<b>Waren, Produkte, Dienstleistungen:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definition von Waren, Produkten, Dienstleistungen</li> </ul>	<b>Aufgabe für Auszubildende:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Erstellen einer Warenpräsentation mit Vollfiguren nach Vorgabe des Ausbilders, dabei Einsatz von</li> </ul>

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten und Kenntnisse (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr (Aj.) und Zeitrahmen (ZR) der zeitlichen Gliederung)</i>	Beispielhafte Inhalte	Hinweise <i>zusätzlich Lernfeldzuordnung (Lf.) nach Ausbildungs-jahren (Aj.) der Berufsschule</i>
	noch lfd. Nr. 3.2, a)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bündelung von Artikeln, Waren, Warengruppen, Warenbereiche; Warensortiment</li> <li>• Warensortiment des Ausbildungsunternehmens</li> <li>• Preisauszeichnung: Klebe-, Hängeetikett, Preisangabenverordnung</li> <li>• Warenbehandlung, Warenaufmachung, Warenpflege</li> <li>• Dienstleistungen des Unternehmens, Dienstleistungen im Zusammenhang mit Gestaltungen und Veranstaltungen/Events</li> <li>• Präsentation des Waren- und Dienstleistungsangebot am POS, unterteilt nach äußerem Angebot: Schaufenster, Vitrinen, Schaukästen Passagen, Hausvorplätze sowie nach innerem Angebot: Verkaufs-, Ausstellungs- und Messerräume</li> <li>• Beratung von Verkaufs- und Ausstellungspersonal bezogen auf verkaufsförderliche Verhaltensweisen und Präsentationen</li> </ul> <p><u>Gestaltung:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestaltungselemente/Ordnungsprinzipien: Wirkung von Farbe, Material, Licht; Symmetrie/Asymmetrie, Goldener Schnitt, u.a.</li> <li>• Warenpräsentation: warentypische Anordnung, Blickführung und Blickpunkte, Faszinationsaspekt, Kundenleitweg, Reihung, Streuung, Häufung, Stapel, Staffel, Greifhöhe bei Regalen</li> <li>• dreidimensionale Warenpräsentation; In Szene-Setzen z. B. von Mode, Animation von Konsumenten/Kunden</li> </ul>	<p>Requisiten, Accessoires, Licht und anderen Gestaltungselementen, Präsentation und Begründung des Gestaltungskonzeptes</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Erstellen von Preisschildern für Verkaufsraum und Schaufenster</li> <li>• Erstellen eines Textplakates</li> <li>• Erstellen einer räumlichen Zeichnung, Überprüfung der Entwürfe auf Stimmigkeit, Erläutern von Auswahl und Gestaltung</li> </ul>

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten und Kenntnisse (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr (Aj.) und Zeitrahmen (ZR) der zeitlichen Gliederung)</i>	Beispielhafte Inhalte	Hinweise <i>zusätzlich Lernfeldzuordnung (Lf.) nach Ausbildungs-jahren (Aj.) der Berufsschule</i>
	noch lfd. Nr. 3.2, a)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dekorative Wirkungen, z. B. Faltenwürfe, Draperie</li> <li>• Anbietformen nach gestalterischen Grundsätzen: Ausstellungsform, Illusionsform Repräsentationsform</li> <li>• Einsatz von Leitern und Gerüsten, UV-Schutz</li> </ul> <p><u>Entwurfstechniken:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Skizzierung des Gestaltungsvorschlages</li> <li>• In-Szene-Setzen von Exponaten</li> </ul>	
	b) Gestaltungsmittel und -elemente, insbesondere Warenträger, Beleuchtung und Multi-mediatechniken zielgruppenspezifisch auswählen und einsetzen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Warenträger und Displays, Regal, Bord, Gondeln, sonstige Warenträger</li> <li>• Präsentationshilfen: Büsten, Figuren, Torsen, Präsenter, Ausstellungsstücke, Dekoartikel, Kulissen</li> <li>• Einsatz von Licht: Lampen/Leuchtmittel (Beleuchtungsregeln)</li> <li>• Multimediatechniken: Foto, DVD, Film, Beamer-Einsatz</li> <li>• Kombination von akustischen, visuellen und audiovisuellen Medien</li> <li>• Zielgruppenorientierung</li> <li>• Kritische Bewertung des optischen Eindrucks</li> <li>• Überprüfung der technischen Sicherheit</li> </ul>	
	c) Verkaufsräume, Ausstellungsräume oder Schaufenster unter dem Aspekt der visuellen Verkaufsförderung gliedern; Verkehrsströme und Blickzonen berücksichtigen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verkehrsströme: Fahrströme, Passantenströme, Nahströme, Fernströme</li> <li>• Räumliche Gliederung des Raumes: Gestaltung von Blickzonen (Blickfang, Sehfeld, Sehbogen, Stopper, Blickführung, Blickhauptpunkt, Blickrichtung, Blickschatten)</li> </ul>	<p><u>Aufgabe für Auszubildende:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Erstellen eines Konzepts für visuelle Kundenführung (z. B. Einsatz von Displays planen)</li> <li>• Präsentieren von Ladenbau (-konzepten), Messeständen und Ladeneinrichtungen</li> </ul>

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten und Kenntnisse (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr (Aj.) und Zeitrahmen (ZR) der zeitlichen Gliederung)</i>	Beispielhafte Inhalte	Hinweise <i>zusätzlich Lernfeldzuordnung (Lf.) nach Ausbildungs-jahren (Aj.) der Berufsschule</i>
	noch lfd. Nr. 3.2, c)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atmosphäre als Erfolgsfaktor, Schaffung von Erlebniswelten, Erhöhung von Kundenfrequenz und Aufenthaltsdauer</li> <li>• geschickte Ladengestaltung: Vorgehensweise bei Neuplanung und Renovierung</li> <li>• aktuelle Tendenzen und strategische Planung im Ladenbau, Zusammenhang von Ladenbau und visuellem Erscheinungsbild</li> <li>• Finden von geeigneten Partnern aus Architektur und Handwerk</li> <li>• Aufmaß/Technische Zeichnung, Erstellen eines Grundrisses</li> <li>• Planung und Kontrolle von Kosten</li> <li>• Kontrolle der Umsetzung</li> </ul>	
	d) Waren bedarfsgebündelt und selbsterklärend präsentieren	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planen der Warenzusammenstellung, Bündelung unterschiedlicher Waren als Bedarfsgruppe, Überprüfung der Bedarfsbündelung (Stimmigkeit)</li> <li>• Gestalterische Grundsätze bei Warenanordnung</li> <li>• Präsentationshilfen: Requisiten, Attrappen, Accessoires, Multimedia-techniken, dekorative Teile</li> <li>• Anordnung der Stilelemente, z. B. Form, Farbe und Licht</li> <li>• saisonale und modische Angebote, Lifestyle-Angebote, Kaufkraft</li> <li>• Selbsterklärende Warenpräsentation, Voraussetzung zur Anregung des Kunden zum Verkauf</li> </ul>	<u>Aufgaben für Auszubildende:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• An konkreten Beispielen „Bedarfsbündelungen“ entwickeln lassen, z. B. Spargelzeit oder „Modisch zum Frühlingswandern“ (vom Schuh bis zum Hut, mit Rucksack und Fernglas)</li> <li>• Warenanordnung z. B. Gruppe, Reihe, Staffel, Stapel, Kombination</li> </ul>

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten und Kenntnisse (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr (Aj.) und Zeitrahmen (ZR) der zeitlichen Gliederung)</i>	Beispielhafte Inhalte	Hinweise <i>zusätzlich Lernfeldzuordnung (Lf.) nach Ausbildungsjahren (Aj.) der Berufsschule</i>
	<p>noch lfd. Nr. 3.2</p> <p>e) Zusammenspiel von Sortiment, Einrichtung, Bildwelten und dekorativer Darstellung berücksichtigen</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Präsentationssysteme, Gestaltungselemente</li> <li>• Ideal- und Realangebot, Illusion und realer Bedarf</li> <li>• Erlebnisorientierung, Wecken von Emotionen, Kaufanreize</li> </ul>	<p><u>Aufgabe für Auszubildende:</u> Die Auszubildenden auf die oft schnellen Änderungen des Sortiments und des Warenbestandes aufmerksam machen. Reaktionen darauf müssen bei jeder Gestaltungsidee mitberücksichtigt werden.</p>
3.3	<p><b>visuelle Verkaufsförderung und Werbung</b> (§ 4 Nr. 3.3)</p>	<p>Inhalte: Ziele und Aufgaben von Verkaufsförderung und Werbung, unterschiedliche Marketingmaßnahmen, Einsatz von Werbemittel und Werbemaßnahmen</p>	<p><i>Lernfeldzuordnung:</i> Lf. 2 / 4 im 1. Aj. Lf. 6 / 8 im 2. Aj. Lf. 9 / 10 / 11 / 12 im 3. Aj.</p>
	<p>a) Ziele und Aufgaben der visuellen Verkaufsförderung als Teil des Marketings erläutern</p> <p>2. Aj. ZR: 5 - 7 Monate 3. Aj. ZR: 4 - 7 Monate vertiefen</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ziele: Förderung des Absatzes, Schaffung von Emotionen, Erlebniswelten, Wecken unbewusster Bedürfnisse, Visualisierung und atmosphärische Gestaltung (geplante Einkäufe, Spontankäufe)</li> <li>• Aufgaben: Gestaltung von verkaufsfördernden Präsentationen</li> <li>• Zusammenarbeit mit den Schnittstellen, z. B. mit der Werbeabteilung</li> </ul>	
	<p>b) bei der Entwicklung von Maßnahmen der Werbung, Verkaufsförderung und Öffentlichkeitsarbeit sowie bei Events mitwirken; wirtschaftliche und rechtliche Aspekte berücksichtigen</p> <p>2. Aj. ZR: 5 - 7 Monate 3. Aj. ZR: 4 - 7 Monate vertiefen</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Werbekommunikation: Werbeplanung, Werbeziele, Ausarbeiten einer Werbekonzeption, Festlegung eines konkreten Zeitplanes, Marketing-Mix, werbepsychologische Hintergründe</li> <li>• Grundsätze der Werbung: Wahrheit, Klarheit, Sachlichkeit</li> <li>• Arten der Wirtschaftswerbung: Einzelwerbung, Duettwerbung, Gemeinschaftswerbung, Co-op-Werbung, Sammelwerbung, offene Werbung, versteckte Werbung, direkte und indirekte Werbung, Außenwerbung, Dauerwerbung, Haushaltswerbung: Wurf-sendungen, audiovisuelle Werbung</li> </ul>	<p><u>Aufgabe für Auszubildende:</u> Für die Vermarktung eines neuen Produktes Mediakonzept entwickeln und präsentieren</p>

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten und Kenntnisse (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr (Aj.) und Zeitrahmen (ZR) der zeitlichen Gliederung)</i>	Beispielhafte Inhalte	Hinweise <i>zusätzlich Lernfeldzuordnung (Lf.) nach Ausbildungs-jahren (Aj.) der Berufsschule</i>
	noch lfd. Nr. 3.3, b)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufgaben der Wirtschaftswerbung: Bedarf ermitteln, decken, lenken, steigern, wecken</li> <li>• Werbeappelle (stärker rational, stärker emotionale oder rein emotional orientiert, auch Mischformen)</li> <li>• Zielgruppen der Werbung</li> <li>• Public Relations: Ziele, Durchführung von PR-Maßnahmen, z. B. Einladung der Presse, der Medien, Postwurfsendungen</li> <li>• Veranstaltungsrecht: Musterversammlungsstättenverordnung</li> <li>• Planen und Durchführen von Events, Veranstaltungen, z. B. Hausmessen und besondere Aktionen (Vorträge zu Themen oder Produkten), Eventmarketing, Entwerfen von Einladungsschreiben für Kunden, Kundenbindungstechniken und -systeme</li> <li>• Planung der Gestaltung von Showrooms (bühnenbildnerisches Arrangement der Ausstellungsräume), Verkaufsausstellung, Aktion, Aktionsfläche (stark frequentierte Stellen zum Verkauf), Sonderverkaufsaktionen, Ausverkäufe</li> <li>• Sicherheitstechnische Richtlinien</li> <li>• Kostenplanung</li> </ul>	
	<p>c) Bedeutung und Wirkungen einzelner Werbemittel und Werbemaßnahmen erklären und diese zielgerichtet einsetzen</p> <p>1. Aj. ZR: 3 - 5 Monate</p> <p>3. Aj. ZR: 4 - 7 Monate vertiefen</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Räumliche Werbemittel (Schaufenster, Schaukästen, Vitрины, Ausstellungs- und Messestände)</li> <li>• Werbemittelauswahl: Printmedien, Non Printmedien</li> <li>• Mediaplanung: Streuplan, Zielgruppe, Erstellen des Streuplans, Bearbeitung der Mediaschaltung</li> </ul>	<p><u>Aufgabe für Auszubildende:</u> Begründen der spezifischen Eigenschaften der wichtigsten Werbemittel und Werbeträger des eigenen Unternehmens nach Wirkung, Einsatzmöglichkeiten und Kosten</p>

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten und Kenntnisse (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr (Aj.) und Zeitrahmen (ZR) der zeitlichen Gliederung)</i>	Beispielhafte Inhalte	Hinweise <i>zusätzlich Lernfeldzuordnung (Lf.) nach Ausbildungs-jahren (Aj.) der Berufsschule</i>
	noch lfd. Nr. 3.3, c)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Erfolgskontrolle des Mediaeinsatzes</li> <li>Zielgerichteter Einsatz</li> </ul>	
	<p>d) Farben als Gestaltungsmittel einsetzen, dabei Grundsätze der Farbenlehre beachten</p> <p>1. Aj. ZR: 3 - 5 Monate</p> <p>3. Aj. ZR: 4 - 7 Monate vertiefen</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gestaltungselement Farbe: additiv, subtraktiv, Kontraste, Harmonien, Grundsätze der Farbgestaltung</li> <li>Kontrolle der Wirkungen der Farbe unter bestimmten Lichtverhältnissen</li> <li>Farbsysteme, Farbordnung, Farbeigenschaften, Farbkontraste, Farbsymbole</li> <li>Einsatz der Farben am Computer</li> <li>Grundfarben, Farbmischungen</li> <li>Farbpsychologie</li> <li>Farbenlehre: Farben und Licht/Farbenkreis</li> <li>Farbe in Kunst und Wissenschaft</li> <li>DIN-Farbsystem, RAL-Farben</li> </ul>	<p><u>Aufgabe für Auszubildende:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Planen einer themenbezogenen Farbgebung, farbige Gestaltung von Blickzonen, Anwenden von Applikationen, z. B. eine Collage aus vorgeschlagenen Farben erstellen</li> <li>Farb- und Gestaltungsvorschläge für verschiedene Bereiche und Anwendungen</li> </ul>
	<p>e) Licht als Gestaltungsmittel unter Berücksichtigung von Wirtschaftlichkeit und Sicherheit einsetzen</p> <p>1. Aj. ZR: 3 - 5 Monate</p> <p>3. Aj. ZR: 4 - 7 Monate vertiefen</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lichtstrom, Lichtstärke, Beleuchtungsstärke</li> <li>Elektrische Leistung und Arbeit</li> <li>Lampen, Leuchten</li> <li>Allgemein- und Effektbeleuchtung, Licht und Schatten, Farbe und Licht, Zusammenhang von Raumausstattung und Beleuchtung</li> <li>Beleuchtungsregeln</li> <li>Sicherheitstechnische Richtlinien, Sicherheitsabstand von Strahlern, Überprüfung von Sicherheitsabstand und Funktionstüchtigkeit</li> </ul>	<p><u>Aufgaben für Auszubildende:</u></p> <p>Erstellen von Beleuchtungsplänen, Auswahl von Leuchtmitteln nach Beleuchtungsregeln</p>

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten und Kenntnisse (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr (Aj.) und Zeitrahmen (ZR) der zeitlichen Gliederung)</i>	Beispielhafte Inhalte	Hinweise <i>zusätzlich Lernfeldzuordnung (Lf.) nach Ausbildungs-jahren (Aj.) der Berufsschule</i>
	noch lfd. Nr. 3.3, e)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lichtkonzeptionen für unterschiedliche Geschäftstypen, Bereiche und Situationen, flexible Lichttechnik, Downlight, Uplight</li> <li>• Berücksichtigung von Wirtschaftlichkeit, der Wärmebelastung, der Energie- und Betriebskosten und der Farb wiedergabe, Ermittlung der Zahl der Lampen und Leuchten (wirtschaftliche Aspekte)</li> </ul>	
	f) typografische Gestaltungsvarianten produktorientiert auswählen  2. Aj. ZR: 5 - 7 Monate 3. Aj. ZR: 4 - 7 Monate vertiefen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in Typografie, Auswahl und Einsatz verschiedener Schrifttypen, Stilarten</li> <li>• Gestaltung z. B. von Plakaten, Einladungen, Inseraten, Flyer, Broschüren, Annoncen/Anzeigen am Computer und per Hand</li> <li>• Berücksichtigung werbe- und verkaufpsychologischer Grundsätze</li> <li>• Textmanuskript, Lay-out-Gestaltung, Bildauswahl</li> <li>• Headline, Key Visual, Copy, Slogan, Logo</li> <li>• Grafikdesign, Satz-, Reproduktions- und Drucktechniken, Druckvorlagen (Drucksachen wie Briefbögen, Geschäftspapiere)</li> <li>• Druckwiedergabe von Fotos, farbigen Darstellungen, getönten Zeichnungen</li> </ul>	<u>Aufgaben für Auszubildende:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Planen und Gestalten einer Zeitungsanzeige, Ermitteln von Kosten, Eingrenzen verwendbarer Schrifttypen, Erstellen von Gestaltungsvariationen, Kontrolle der Wirkung von Bild und Text im Zusammenhang</li> <li>• Schriftzug passend zu einer Fläche gestalten, Buchstaben-(Zeilen-) Abstände beachten</li> </ul>
	g) innovative verkaufsfördernde Gestaltungselemente einsetzen  2. Aj. ZR: 5 - 7 Monate 3. Aj. ZR: 4 - 7 Monate vertiefen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Werbe- und verkaufpsychologische Grundsätze</li> <li>• Sensorische Gestaltungsmittel: Bedufung, Effektbeleuchtung, Kombination von akustischen, visuellen und audiovisuellen Medien, Einsatz von Video- und Multimediatechnik</li> </ul>	<u>Aufgaben für Auszubildende:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Entwicklung einer Gestaltung, dabei Einbeziehen von ausgewählten Gestaltungselementen, Recherche in unterschiedlichen Quellen und Verzeichnissen</li> </ul>



Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten und Kenntnisse (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr (Aj.) und Zeitrahmen (ZR) der zeitlichen Gliederung)</i>	Beispielhafte Inhalte	Hinweise <i>zusätzlich Lernfeldzuordnung (Lf.) nach Ausbildungs-jahren (Aj.) der Berufsschule</i>
	<i>noch lfd. Nr. 3.3, g)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Recherchieren innovativer Gestaltungselemente (auch auf Messen, vor allem im Internet, in Katalogen von Displayherstellern)</li> <li>Berücksichtigung von aktuellen und zukünftigen Trendthemen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Die Auszubildenden auf die Euroshop als wichtigste Messe für Innovationen hinweisen, ggf. gemeinsam die Messe besuchen, dabei Suche nach speziellen innovativen Elementen</li> <li>Prüfen, ob bei der Gestaltung Elemente für alle Sinne ausgewählt wurden und ob einzelne Gestaltungselemente nicht zu dominant sind</li> </ul>
4.	<b>Werkstoffe, Werkzeuge und Geräte</b> (§ 4 Nr. 4)  1. Aj. ZR: 3 - 5 Monate 2. Aj. ZR: 5 - 7 Monate	Diese Berufsbildposition umfasst Qualifikationen für handwerkliche Tätigkeiten, deren Beherrschen für die erfolgreiche und professionelle Erstellung der Objekte und Präsentationen des visuellen Marketings erforderlich ist.	<i>Lernfeldzuordnung:</i> Lf. 1 / 2 / 3 / 4 im 1. Aj. Lf. 5 / 7 im 2. Aj. Lf. 9 im 3. Aj.
	a) Werkstoffe und Hilfsmittel unter Berücksichtigung ihrer Eigenschaften und der beabsichtigten gestalterischen Wirkung auswählen; unterschiedliche Be- und Verarbeitungstechniken anwenden	<ul style="list-style-type: none"> <li>Werkstoffe: z. B. Papier, Holz/Holzarten, Holzverbindungen, Glas, Gips, Steine, Platten aus Steinen, Marmorplatten und andere Verbundplatten, Metall</li> <li>Bespann- und Abdeckstoffe (Textile Bespannungsmaterialien, Tapeten/Wandverkleidungen), Mal- und Anstreichfarben, Kunststoffe (Folien, Schaumstoffplatten), Haftmaterialien, Modelliermaterialien, Metalle</li> <li>Beschichtungsstoffe und -verfahren</li> <li>Bausysteme, Zusammenbau von verschiedenen Elementen</li> <li>Einsatz von Materialien nach Verwendungszweck, Oberflächenstrukturen und Farbwirkungen für entsprechende Gestaltungsart</li> <li>Verbindungsmittel aus Metall und Kunststoff, Klebende Verbindungsmittel</li> <li>DIN-Normen, DIN-Farbensystem</li> <li>Durchführen von Werkstoffverbindungen, Überprüfen des Zusammenhalts der verbundenen Teile</li> </ul>	<u>Aufgabe für Auszubildende:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>Aussägen einer rechteckigen und runden Platte nach Vorgabe des Ausbilders, Bespannen der Platten mit Unterspannstoff und Spannfolie, Berechnung des Materialbedarfs</li> <li>Dekorationsteile und -mittel: bedrucken, verschiedene Materialien bespannen</li> </ul>

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten und Kenntnisse (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr (Aj.) und Zeitrahmen (ZR) der zeitlichen Gliederung)</i>	Beispielhafte Inhalte	Hinweise <i>zusätzlich Lernfeldzuordnung (Lf.) nach Ausbildungs-jahren (Aj.) der Berufsschule</i>
	noch lfd. Nr. 4, a)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prüfen der Standfestigkeit der Systeme</li> <li>• Festlegen von Applikationsverfahren, Zuschneiden, Verarbeiten bzw. Besspannen von Materialien</li> <li>• Gestalterische und materialspezifische Eigenschaften</li> <li>• Beurteilen der ästhetischen und werblichen Wirkung</li> </ul>	
	b) Werkzeuge und Maschinen nutzen und pflegen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• z. B. als Werkzeuge Hämmer, Zangen, Schraubendreher, Schraubenschlüssel, Messer, usw.</li> <li>• Einsatz von Geräten und Maschinen, Berücksichtigung von Bedienungsanleitung, Sicherheitsvorschriften, Sicherheitskennzeichnung (Symbole), elektrisch, per Akku oder mit Druckluft betriebene Maschinen und Geräte</li> <li>• Fachgerechte Handhabung, Pflege und Aufbewahrung von Werkzeugen und Maschinen, regelmäßige Wartung</li> <li>• Überprüfung von Geräten und Maschinen auf mögliche Gefahrenquellen, z. B. Defekte, beschädigte Kabel, unzulässige Installation bei Schäden Sicherheitsvorkehrungen treffen (Schaden melden, beheben lassen)</li> </ul>	
	c) Geräte und Beleuchtungselemente nach Vorgaben und technischen Unterlagen einsetzen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lampen, Leuchten, Beleuchtungssystemen, Berücksichtigung der lichttechnischen Anforderungen (z. B. Sicherheitskennzeichnungen) und Bedienungsanleitungen</li> <li>• Einsatz und Bedienung von Projektionsgeräten</li> <li>• Einsatz von Licht nach gestalterischen und werbewirksamen Gesichtspunkten, Mischen von Lichtfarben (additive Farbmischung)</li> </ul>	<u>Aufgabe für Auszubildende:</u> Waren und Produkte sollen in das „richtige Licht“ gesetzt werden, d.h. sie sollen effektiv durch Beleuchtungsmittel präsentiert werden

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten und Kenntnisse (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr (Aj.) und Zeitrahmen (ZR) der zeitlichen Gliederung)</i>	Beispielhafte Inhalte	Hinweise <i>zusätzlich Lernfeldzuordnung (Lf.) nach Ausbildungsjahren (Aj.) der Berufsschule</i>
	noch lfd. Nr. 4, c)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lichttechnik: Streulicht, z. B. Allgemein-, Akzentbeleuchtung</li> <li>• Zu erzielende Effekte mit Beleuchtung, Möglichkeiten der effektvollen Ausleuchtung einer Präsentation</li> <li>• Einsatz von Strahlern, Berücksichtigung des Sicherheitsabstands</li> <li>• Technische Erfordernisse, Überprüfen von Beleuchtungselementen und Projektionsgeräten auf Gefahrenquellen</li> </ul>	
5.	<b>IT-Anwendungen</b> (§ 4 Nr. 5)  2. Aj. ZR: 2 - 5 Monate 3. Aj. ZR: 2 - 5 Monate	In dieser Berufsbildposition werden Qualifikationen vermittelt, die spezielle branchen- und berufsbezogene IT-Anwendungen beinhalten und zwar zu den Bereichen: Gestaltung von Texten und Grafiken, Bildbeschaffung und -bearbeitung, Konzeptentwicklung und -realisierung, Gestaltung und Herstellung von Werbemitteln sowie Auftrags-/Rechnungsbearbeitung und Materialverwaltung	<i>Lernfeldzuordnung:                  Lf. 5 / 6 im 2. Aj.                  Lf. 10 / 11 im 3. Aj.</i>
	a) Texte und Grafiken computergestützt gestalten und layouten	<b>Hard- und Software:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Drucksysteme für Preisschilder, Werbeschilder und Plakate</li> <li>• Kenntnisse über grundlegenden Aufbau und Funktionsweise von Programmen, z. B. Corel Draw, Illustrator, Adobe, PowerPoint, Photoshop</li> <li>• Erstellen, Kopieren, Verschieben und Löschen von Objekten</li> <li>• Datenaustausch</li> <li>• Dateiformate, Unterscheiden und Prüfen ihrer Weiterverwendung</li> <li>• Auswahl von Text- und Grafikprogrammen entsprechend der Aufgabenstellung</li> </ul>	<b>Empfehlenswerte Programme:</b> DTP-Software (z. B. Photoshop, Corel Draw, Illustrator)

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten und Kenntnisse (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr (Aj.) und Zeitrahmen (ZR) der zeitlichen Gliederung)</i>	Beispielhafte Inhalte	Hinweise <i>zusätzlich Lernfeldzuordnung (Lf.) nach Ausbildungs-jahren (Aj.) der Berufsschule</i>
	noch lfd. Nr. 5, a)	<p><u>Typografie:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Schrifterkennung, z. B. Schriftklassifikation, Buchstabenbreite, Lesbarkeit, Schriftbreite, Schriftgröße</li> <li>• Satzarten, Trennungen</li> <li>• Unzulässigkeit von Schriftmischungen</li> <li>• Gestalten von Schlagzeilen</li> <li>• Überprüfen der Typografie</li> </ul> <p><u>Lay-out:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Satzspiegel, Gestaltungsraster, Anwenden der Proportionen des Goldenen Schnitts für Satzspiegel</li> <li>• Gliederung mit Schrift</li> <li>• Headlines, Sublines</li> <li>• Überprüfen der Lesbarkeit von Texten</li> </ul>	
	b) Bilder beschaffen und bearbeiten	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bildauswahl: Bildarten (schwarz-weiß, farbig, halbtone, gerastert), Grafiken und Diagramme, Bitmaps, gescannte Bilder, Festlegen der Scanneinstellung, Berechnen der Scannauflösung und des Speicherbedarfs</li> <li>• Überprüfen der Datenübernahme und Datentransfer zwischen Anwenderprogrammen</li> <li>• Digitale Bildvorlagen</li> <li>• Bilderstellung, -gestaltung, -aufnahme, -vermarktung</li> <li>• Non Printmedien, Fotosysteme</li> <li>• Rechtliche Bestimmungen, z. B. Datenerheber- und Nutzungsrechte, Copyright, Lieferbedingungen, Lieferung</li> </ul>	Einsatz von Bildbearbeitungsprogrammen

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten und Kenntnisse (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr (Aj.) und Zeitrahmen (ZR) der zeitlichen Gliederung)</i>	Beispielhafte Inhalte	Hinweise <i>zusätzlich Lernfeldzuordnung (Lf.) nach Ausbildungs-jahren (Aj.) der Berufsschule</i>
	noch lfd. Nr. 5, b)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ermittlung und Berücksichtigung von Nutzungsgebühren (Honorare)</li> <li>• Beschaffungswege, z. B. Bildagenturen und -dienstleister sowie Internet-recherche und Nutzung von Daten-banken</li> <li>• Überprüfen der Anbieter (Artikel-nummer, Verlage usw.)</li> <li>• Festlegen der Bildarten nach Anlass und Zielsetzung</li> </ul>	
	c) Konzepte der visuellen Verkaufsförderung computergestützt entwickeln und realisieren	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Briefing</li> <li>• Werbeziele, Festlegen von Werbe-mitteln und -träger</li> <li>• Einsatz von Messe- und Ladenbau-technik</li> <li>• POS-Technologien wie elektronische Displays, Multi-Media-Kioske, Smart Shelves</li> <li>• Text- und Bildmanuskript</li> <li>• Display-Technik</li> </ul>	<b>Aufgabe für Auszubildende:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Computergestütztes Gestalten und Layouten eines Aktionsplakats nach Themenvorgabe; Plotten und Einsatz eines Schriftzuges</li> <li>• Schreib- und Gestaltungsregeln anwenden</li> <li>• Vorbereiten einer Präsentation</li> </ul>
	d) Werbemittel gestalten und herstellen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Be- und Verarbeitungstechniken für schriftliche Werbemittel, z. B. Falz- und Bindearten, Printmedien, Print-techniken</li> <li>• Werbemittel/Werbeträger z. B. Anzeige, Flyer, Visitenkarte, Plakat</li> <li>• Schneide- und Folienplatten: Außen-werbung, Verkehrsmittelwerbung (Key Visual, Copy, Slogan, Logo, usw.)</li> <li>• Entwurf von Anzeige, Visitenkarte, Logo</li> <li>• Herstellen von Folienbuchstaben für Außenwerbung</li> </ul>	

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten und Kenntnisse (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr (Aj.) und Zeitrahmen (ZR) der zeitlichen Gliederung)</i>	Beispielhafte Inhalte	Hinweise <i>zusätzlich Lernfeldzuordnung (Lf.) nach Ausbildungsjahren (Aj.) der Berufsschule</i>
	<i>noch lfd. Nr. 5, d)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Papierauswahl, Ermittlung von Papierverbrauch</li> <li>Maßstabberechnung</li> </ul>	
	e) branchenspezifische Software zur Auftrags- und Rechnungsbearbeitung sowie zur Materialverwaltung nutzen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Auftrags- und Rechnungsbearbeitung: Kundendatei, Lieferantendatei für Preis-, Liefer-, Zahlungs- und Qualitätsvergleich</li> <li>Verwaltung und Überprüfen von Material</li> <li>Nutzen eines Tabellenprogramms für Lagerwirtschaft</li> <li>Nutzung von Suchmaschinen für Materialbestellung</li> <li>Prüfen von Lieferungen, Prüfen von Rechnungen</li> </ul>	Anwenderprogramme zur Auftrags- und Rechnungsbearbeitung, z. B. Excel
6.	<b>Projekte des visuellen Marketings</b> (§ 4 Nr. 6)	Diese Berufsbildposition enthält Qualifikationen, um Objekte und Projekte des visuellen Marketings entwerfen, planen und umsetzen zu können.	
6.1	<b>Entwurf und Planung</b> (§ 4 Nr. 6.1)	Inhalte: Ideenfindung, Entwurfserstellung, werbe- und verkaufpsychologische Grundsätze, Stilelemente aus Kunst, Design und Architektur sowie Aktualität, Präsentation und Begründung von Konzepten, Zeichnungen und Pläne, Projektplanung und -dokumentation, Einsatz interner und externer Dienstleistungen, Kostenpläne, Räume und Sicherheitsbestimmungen, rechtliche Bestimmungen	<i>Lernfeldzuordnung:</i> <i>Lf. 2 / 3 / 4 im 1. Aj.</i> <i>Lf. 5 / 6 / 7 / 8 im 2. Aj.</i> <i>Lf. 9 / 10 / 11 / 12 im 3. Aj.</i>
	a) Ideen entwickeln, Gestaltungskonzepte entwerfen und skizzieren  1. Aj. ZR: 4 - 7 Monate 2. Aj. ZR: 5 - 7 Monate 3. Aj. ZR: 4 - 7 Monate	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kreativitätstechniken: Brainstorming, Mind-Mapping, Literatur- und Internetauswertung</li> <li>Ideenfindung, z. B. für Gestaltungen von Warenträgern, für Verkaufs- und Ausstellungsräume, für Schaufenster sowie für Events</li> </ul>	<u>Aufgaben für Auszubildende:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>Entwurf eines Werbeobjektes: z. B. eines Warenträgers, Erstellen von Ideen-Scribbles, Anfertigen einer technischen Zeichnung, Ermittlung des Material- und Werkzeugbedarfs</li> </ul>

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten und Kenntnisse (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr (Aj.) und Zeitrahmen (ZR) der zeitlichen Gliederung)</i>	Beispielhafte Inhalte	Hinweise <i>zusätzlich Lernfeldzuordnung (Lf.) nach Ausbildungs-jahren (Aj.) der Berufsschule</i>
	noch lfd. Nr. 6.1, a)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Briefing</li> <li>• Entwurfstechniken, Handskizzen, Skizzen mit Hilfe eines Zeichenprogramms, Skribble</li> <li>• Darstellungsarten: durch Sprache (Mitteilungsdarstellung), durch Schrift (Ausdrucksdarstellung), durch Maßstabzeichnungen (Konstruktionsdarstellung), durch plastisch erscheinende Zeichnungen (Raumdarstellung), durch Modelle (Baudarstellung)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entwurf zur Flächengestaltung: Entwicklung eines Vorschlags für die Gestaltung einer Verkaufsfläche nach Absprache mit dem Ausbilder, Präsentieren der Ergebnisse des Vorschlags</li> <li>• Eventplanung: Die Lebensmittelabteilung plant eine italienische Woche, hierzu soll ein Werbekonzept entwickelt, präsentiert und begründet werden (Umsetzung am POS, Veranstaltungsaktivitäten, Werbeaktivitäten)</li> </ul>
	<p>b) werbe- und verkaufpsychologische Grundsätze beachten</p> <p>2. Aj. ZR: 5 - 7 Monate</p> <p>3. Aj. ZR: 4 - 7 Monate</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• AIDA- Formel (Attention, Interest, Desire, Action), Beeinflussungsformel der Stufentheorie</li> <li>• Verhalten von Kunden, Beweggründe von Käufen, Motive, Bewusstsein, Unterbewusstsein, Wahrnehmung, Aufmerksamkeit, Suggestion</li> <li>• Bedarf, Bedürfnis</li> <li>• Neue und veränderte Kaufgewohnheiten, Kaufstimmung, Lifestyle, Analyse von Faktoren und Prozessen, die Kaufentscheidungen beeinflussen</li> <li>• Affekthandlung, Antriebsimpulse, Grundbedürfnisse, Luxusbedürfnisse (Bedarf, Sättigung), Assoziationen, Ansprechen von Trieben</li> <li>• auf Grundlage von psychologischen Erkenntnissen Optimierung von Geschäftsräumen, Verkaufszonen, Warenplatzierung</li> <li>• Sensorische Reize: Farbe, Form, Licht, Duft, Bild und Ton</li> <li>• Erregung von Aufmerksamkeit durch eye-catcher: Neues, Anregendes, Interessantes, Phantasieanregendes, Bewegtes (Drehbühnen, Lichtspiele), Wiederkehrendes, Ausbleibendes</li> </ul>	<p><u>Aufgaben für Auszubildende:</u> Entwerfen eines Objektes, Einsetzen sensorischer Reize, Überzeugen sowie Einbeziehen der Interessen/Vorstellungen von Kunden, Überprüfen psychologischer Wirkungen</p>

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten und Kenntnisse (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr (Aj.) und Zeitrahmen (ZR) der zeitlichen Gliederung)</i>	Beispielhafte Inhalte	Hinweise <i>zusätzlich Lernfeldzuordnung (Lf.) nach Ausbildungs-jahren (Aj.) der Berufsschule</i>
	<p>noch lfd. Nr. 6.1</p> <p>c) Entwicklungen in Kunst, Design und Architektur nutzen sowie aktuelle Trends berücksichtigen</p> <p>2. Aj. ZR: 5 - 7 Monate</p> <p>3. Aj. ZR: 4 - 7 Monate</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beobachtung von Trends (ggf. durch den Besuch von Messen, Ausstellungen und Museen) Analyse von Fachliteratur, Internet, Konkurrenzbeobachtung usw.</li> <li>• Einsatz von Stilelementen aus Bildender Kunst, Architektur sowie Fotografie, Produktdesign, Grafik, Drucktechnik</li> <li>• Requisiten, Accessoires, Typographie</li> <li>• Aktuelle Stilelemente aus Lifestyle, Mode</li> <li>• Sensibilität für Veränderungen auf dem Markt</li> </ul>	<p><u>Aufgaben für Auszubildende:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mit den Auszubildenden den Einsatz von Stilelementen bei einem Mitbewerber beobachten und auswerten</li> <li>• Überblick über die wichtigsten Stilepochen, Stilarten und Kunst-richtungen geben</li> <li>• Einsetzen von Stilelementen themenbezogen üben</li> </ul>
	<p>d) Reinzeichnungen und Pläne, insbesondere unter Berücksichtigung der Flächen- und Raumeinteilung, erstellen</p> <p>2. Aj. ZR: 5 - 7 Monate</p> <p>3. Aj. ZR: 4 - 7 Monate</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufmaß, Reinzeichnung nach Maßstab aus unterschiedlichen Ansichten und Standpunkten</li> <li>• Perspektivzeichnung</li> <li>• Technisches Zeichnen, maßstäbliches Zeichnen</li> <li>• Berechnung von Flächen, Körpern und Räumen: Maßstäbe, Proportionen, Verhältnisse, Perspektiven</li> </ul>	<p><u>Aufgabe für Auszubildende:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zeichnen einer Rohskizze, Erstellen maßstabsgetreuer kleiner Modelle aus Papier oder Pappe</li> <li>• Anfertigen und Bemaßen maßstäblicher Zeichnungen</li> <li>• Maßstäbliches Zeichnen eines Podestes, das 1,80 m breit, 0,40 m hoch und 0,90 m tief ist, Zeichnen im Maßstab 1 : 10 (Aufriss, Grundriss, Seitenriss)</li> <li>• DIN-Formate</li> <li>• Planen von Räumen, z. B. Messestand oder Sonderverkaufsfläche</li> </ul>
	<p>e) Konzepte präsentieren und begründen</p> <p>2. Aj. ZR: 5 - 7 Monate</p> <p>3. Aj. ZR: 4 - 7 Monate</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erstellen von Präsentationsmappen</li> <li>• Einsatz von Präsentations- und Darstellungstechniken, auch computergestützt, z. B. Einsatz von Multimedia-technik</li> <li>• Gesprächsführung, Kundenorientierung, Moderation</li> <li>• Werbeziele, Unternehmensziele</li> <li>• Selbstbewertung und Selbstreflexion</li> </ul>	<p><u>Aufgabe für Auszubildende:</u> z. B. Einsatz von Power-Point, Corel Draw, usw.</p> <p>Vorbereiten und Durchführen der Präsentation</p>



Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten und Kenntnisse (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr (Aj.) und Zeitrahmen (ZR) der zeitlichen Gliederung)</i>	Beispielhafte Inhalte	Hinweise <i>zusätzlich Lernfeldzuordnung (Lf.) nach Ausbildungs-jahren (Aj.) der Berufsschule</i>
	<p>noch lfd. Nr. 6.1</p> <p>f) Projekte unter Berücksichtigung inhaltlicher, organisatorischer, zeitlicher und finanzieller Aspekte planen und dokumentieren</p> <p>2. Aj. ZR: 5 - 7 Monate</p> <p>3. Aj. ZR: 4 - 7 Monate</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Projektentwicklung und Projektmanagement; Projektplan, Projektdokumentation</li> <li>• Teamentwicklung, Arbeitsteilung, Einbindung von externen Dienstleistungen</li> <li>• Berücksichtigung von Fertigungszeiten, Trocknungszeiten, Montagezeiten</li> <li>• Veranstaltungslogistik: Catering, Guest-Management, szenische Mittel, Ton-, Beleuchtungs- und Bühnenplan, u.a.</li> <li>• Überprüfung der erstellten Zeitpläne, Kostenpläne, Einsatzpläne</li> <li>• Vorbereiten und Führen von Kundengesprächen, Visualisieren und Durchdenken der Gestaltungskonzeption</li> <li>• Planung der benötigten Produkte, Dekorationsmittel, handwerkliche Aufgaben, Einsatz von Fertigprodukten</li> <li>• Ergebniskontrolle</li> </ul>	<p><u>Aufgabe für Auszubildende:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Entwickeln der Idee einer Schaufenstergestaltung nach einem vorgegebenen Thema, z. B. Frühjahrsmode für Frauen, Ostertisch im Haushaltswarenereich</li> <li>• Anfertigen einer Skizze, Erstellen einer Materialbedarfsberechnung, Erstellen einer Reinzeichnung auf der Basis einer Skizze im Maßstab 1:10 (Schaufenstermaß: B 400 cm, T 180 cm, H 220 cm), anschließend Präsentieren der Ausarbeitung</li> <li>• Planung eines Events im Team</li> </ul>
	<p>g) Bedarf an internen und externen Dienstleistungen ermitteln</p> <p>2. Aj. ZR 5 - 7 Monate</p> <p>3. Aj. ZR: 4 - 7 Monate</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gewerke (Handwerkerleistungen) intern/extern</li> <li>• Mieten oder Leasen: Möbel, Kraftfahrzeuge, Requisiten, Ausstellungssysteme, u.a.</li> <li>• Catering, Druck von Schriften und Faltblättern (Aufträge an Druckereien), Verteilen von Infos zur Haushaltswerbung (Aufträge an Verteilunternehmen)</li> <li>• Nutzen verfügbarer Ressourcen</li> <li>• Terminplan, Checkliste, Verfügbarkeit</li> </ul>	

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten und Kenntnisse (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr (Aj.) und Zeitrahmen (ZR) der zeitlichen Gliederung)</i>	Beispielhafte Inhalte	Hinweise <i>zusätzlich Lernfeldzuordnung (Lf.) nach Ausbildungs-jahren (Aj.) der Berufsschule</i>
	<p>noch lfd. Nr. 6.1</p> <p>h) Kostenpläne projektbezogen erstellen und überwachen</p> <p>2. Aj. ZR: 5 - 7 Monate</p> <p>3. Aj. ZR: 4 - 7 Monate</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verfügbares Budget, Kostenplanung</li> <li>• Kalkulation: Materialliste, Materialbedarfsberechnung, Honorare, Miet- und Leasingraten, Versicherungen, Fremdhandwerker, Anzeigenaktionen, u.a.;</li> <li>• Kalkulieren des Zeit-, Material- und Personalbedarfs: Flächen- und Körperberechnung, Nutzen und Verschnittberechnung, Lohn- bzw. Honorarberechnung</li> <li>• Honorare für Künstler, dabei Berücksichtigung der Künstlersozialversicherung</li> <li>• Beachten und Anmeldung von GEMA-Gebühren</li> <li>• Projektcontrolling: Permanente Kontrolle des Ablaufs der Arbeiten und der tatsächlich anfallenden Kosten, Einhalten der Kosten</li> <li>• Kosten für externe Dienstleistungen</li> </ul>	
	<p>i) räumliche Gegebenheiten und Sicherheitsbestimmungen berücksichtigen</p> <p>2. Aj. ZR: 5 - 7 Monate</p> <p>3. Aj. ZR: 4 - 7 Monate</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Größe und Ausstattung der Räume</li> <li>• DIN-Normen, Brandschutz, Unfallschutz</li> <li>• Sicherheitstechnische Bestimmungen: Fluchtwege, Notausgänge, Brandschutz, Unfallverhütungsvorschriften</li> </ul>	<p>Hinweise an die Auszubildenden, dass es teure Folgen für das Unternehmen haben kann, wenn bei Gestaltungsideen Rechte verletzt werden. Hinweis auf Absicherungsmöglichkeiten des Unternehmens.</p>
	<p>k) rechtliche Regelungen, insbesondere des Urheberrechtes, beachten</p> <p>2. Aj. ZR: 5 - 7 Monate</p> <p>3. Aj. ZR: 4 - 7 Monate</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundelemente des Wettbewerbsrechts</li> <li>• Urheberrechte: Bild, Text, Ton, Software, Geschmacksmuster, Gebrauchsmuster, Patentrecht, Markenrecht, Warenzeichengesetz</li> <li>• Gütezeichen</li> </ul>	

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten und Kenntnisse (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr (Aj.) und Zeitrahmen (ZR) der zeitlichen Gliederung)</i>	Beispielhafte Inhalte	Hinweise <i>zusätzlich Lernfeldzuordnung (Lf.) nach Ausbildungs-jahren (Aj.) der Berufsschule</i>
	<i>noch lfd. Nr. 6.1, k)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Veranstaltungsrecht, einschließlich haftungs- und versicherungsrechtlicher Regelungen</li> <li>• Produkthaftungsgesetz</li> </ul>	
6.2	<b>Umsetzung</b> (§ 4 Nr. 6.2)	Inhalte: Bereitstellung, Einsatz, Abbau und Lagerung von Präsentationsmitteln, Materialien und Werkzeugen, Platzierung von Waren, Produkten, Accessoires und Requisiten, Vorbereiten von Räumen, Vorbereitung und Organisation des Aufbaus der Präsentation, Projektänderung, Ergebnisdokumentation	<i>Lernfeldzuordnung: Lf. 2 / 3 / 4 im 1. Aj. Lf. 5 / 6 / 7 / 8 im 2. Aj. Lf. 9 / 10 / 11 im 3. Aj.</i>
	<p>a) Präsentationsmittel, Materialien und Werkzeuge zur Projektrealisierung bereitstellen und einsetzen, abbauen und lagern</p> <p>1. Aj. ZR: 4 - 7 Monate</p> <p>3. Aj. ZR: 4 - 7 Monate</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufbauelemente und Aufbausysteme</li> <li>• Ordnung und Sauberkeit am Arbeitsplatz</li> <li>• Arbeitstechniken, Material- und Werkzeugliste</li> <li>• Halb- und Fertigprodukte</li> <li>• Beachten von Unfallverhütungsvorschriften</li> <li>• Ausräumen von Schaufenstern und Warenträgern, Abbau von Gestaltungen, Dekorationen und Präsentationen</li> <li>• Lagergrundsätze, Lagerung von Präsentationsmitteln, Materialien und Werkzeugen</li> <li>• Aufhänger, Aufsteller für Werbetafeln</li> <li>• Dekorationspapiere, Dekorationshilfen (Perlonfäden, Stecknadeln, Nägel, Klammer, Hänger, u.a.), Dekorations-elemente (konstruierte und geformte Dekorationsgrundteile als Ständer, Dekohilfen, Präsentier, Dekorations-elemente</li> </ul>	

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten und Kenntnisse (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr (Aj.) und Zeitrahmen (ZR) der zeitlichen Gliederung)</i>	Beispielhafte Inhalte	Hinweise <i>zusätzlich Lernfeldzuordnung (Lf.) nach Ausbildungs-jahren (Aj.) der Berufsschule</i>
	<p>noch lfd. Nr. 6.2</p> <p>b) Waren, Produkte, Accessoires und Requisiten platzieren</p> <p>1. Aj. ZR: 4 - 7 Monate</p> <p>3. Aj. ZR: 4 - 7 Monate</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Auswahl und Zusammenstellung von Waren, Produkten, Accessoires und Requisiten</li> <li>• Warenträger, Präsentationshilfen, Displays</li> <li>• Gestaltungsgrundsätze: Anordnung von Waren, Bedarfsbündelung von Waren/Sortimenten, Zuordnung von Accessoires, Platzierung von Requisiten, Backgroundgestaltung (Hintergrund oder Rahmenhandlung)</li> <li>• Warenpräsentation, Warenbehandlung, Platzierungsregeln, Preisauszeichnung</li> <li>• Werblich-gestalterische Stilausrichtung des Objekts, der Fläche oder des Raums, Botschaft und Motto der Präsentation</li> <li>• Bildnerische Ausdrucksmittel (inhaltliche und formale Gestaltbilder und Ausdrucksformen: Spannungen, Rhythmen, Takte, Bewegungen, Spieläußerungen, Kontraste, Kompositionen)</li> <li>• Überprüfen der Stilistik, Beurteilung der Gesamtwirkung der Präsentation</li> <li>• Kostenbewusstes Planen und Arbeiten: Nutzen von Ressourcen, Wiederverwertbarkeit</li> </ul>	
	<p>c) Präsentations- und Ausstellungsräume vorbereiten</p> <p>2. Aj. ZR: 5 - 7 Monate und mit</p> <p>3. Aj. ZR: 4 - 7 Monate</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestaltung und Betreuung von Events, Veranstaltungen und Promotions im Verkaufsraum sowie in Messe- und Ausstellungsräumen</li> <li>• Einrichtung der Räume nach Konzeptionen, Planungen, Zeichnungen</li> <li>• zur Geltung-Bringen von Ausstellungsobjekten sowie den präsentierten Waren, Produkten und Dienstleistungen, Anreiz zum Verkauf</li> </ul>	<p><u>Hinweis für Auszubildende:</u> Bei diesem Punkt gleichzeitig die „Nachbereitung“ der Räume mit berücksichtigen. Es wird oft vergessen, Entsorgung, Säuberung, Wiederinstandsetzung zeitlich, organisatorisch und finanziell einzuplanen.</p>

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten und Kenntnisse (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr (Aj.) und Zeitrahmen (ZR) der zeitlichen Gliederung)</i>	Beispielhafte Inhalte	Hinweise <i>zusätzlich Lernfeldzuordnung (Lf.) nach Ausbildungsjahren (Aj.) der Berufsschule</i>
	noch lfd. Nr. 6.2, c)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Applikationsverfahren, z. B. Tapezieren, Spannen, Kaschieren, Streichen</li> <li>• Technische Richtlinien und Voraussetzungen</li> <li>• Eigenschaften von Werk- und Hilfsstoffen</li> <li>• Unfallverhütungsvorschriften (Leiter, Gerüste)</li> </ul>	
	d) vorbereitende Maßnahmen für den Aufbau der Präsentation organisieren und überwachen  2. Aj. ZR: 5 - 7 Monate 3. Aj. ZR: 4 - 7 Monate	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kooperation mit allen Beteiligten, Abstimmung der unterschiedlichen Aufgaben, Integration z. B. von Dienstleistungen von Externen</li> <li>• Ablaufplanung und Reihenfolge der einzelnen Aufgaben, Dienstleistungen, Eigenleistungen, Koordination der Logistik</li> <li>• Podeste, Exponate, Tische u.a.</li> <li>• Kontrolle von Sicherheit und Stabilität der Aufbauten</li> <li>• Unfallverhütungsvorschriften</li> </ul>	
	e) Maßnahmen bei veränderten Anforderungen im Rahmen der Projektgestaltung durchführen und veranlassen  2. Aj. ZR: 5 - 7 Monate 3. Aj. ZR: 4 - 7 Monate	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Änderungen von Projektstruktur, -ablauf und -dauer sowie Projektinhalten</li> <li>• Eingehen auf die Wünsche von internen und externen Kunden, Entwicklung von Alternativen, Kundenorientierung</li> <li>• Reklamationen und Beschwerde</li> <li>• Information der Vorgesetzten und der vor- bzw. nachgelagerten Stellen im Unternehmen</li> </ul>	

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten und Kenntnisse (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr (Aj.) und Zeitrahmen (ZR) der zeitlichen Gliederung)</i>	Beispielhafte Inhalte	Hinweise <i>zusätzlich Lernfeldzuordnung (Lf.) nach Ausbildungsjahren (Aj.) der Berufsschule</i>
	<p>noch lfd. Nr. 6.2</p> <p>f) Ergebnisse der Projektdurchführung dokumentieren</p> <p>2. Aj. ZR: 5 - 7 Monate</p> <p>3. Aj. ZR: 4 - 7 Monate</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Präsentationsmappe (Fotos, Berichte, DVDs, usw.),</li> <li>• inhaltliche Stimmigkeit der Präsentation</li> <li>• Selbst- und Teambewertung</li> <li>• Feed-back-Methoden</li> <li>• Erfolgskontrolle</li> <li>• Dokumentation des Projektablaufs sowie Stärken und Schwächen</li> </ul>	
7.	<b>Steuerung von Projekten visuellen Marketings</b> (§ 4 Nr. 7)	In dieser Berufsbildposition sind kaufmännische Inhalte enthalten, insbesondere bezogen auf Beschaffung, Kalkulation, Erfolgskontrolle und Grundlagen des Rechnungswesens.	
7.1	<b>Beschaffung</b> (§ 4 Nr. 7.1)	Inhalte: Bedarfsermittlung, Angebotseinholung und -bewertung; Auftragserteilung, Überprüfung von Lieferungen; Vergleich von Auftrag, Lieferschein und Rechnung; Folgen von Abweichungen	<i>Lernfeldzuordnung: Lf. 5 / 6 im 2. Aj. Lf. 9 / 10 / 11 im 3. Aj.</i>
	a) Bedarf an Materialien und Waren ermitteln	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bedarf an Materialien, Berechnung (Berücksichtigung von Nutzen- und Verschnittberechnung sowie Flächen- und Körperberechnung)</li> <li>• Beschaffungslisten, Überprüfung der Vollständigkeit</li> <li>• Verbrauchsmaterial (Klebstoff, Nägel usw.)</li> <li>• Gebrauchsmaterial (Dekorationselemente, Halbzeuge, Fertigprodukte)</li> <li>• Bestimmung der Warenträger</li> <li>• zu präsentierende Waren</li> </ul>	

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten und Kenntnisse (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr (Aj.) und Zeitrahmen (ZR) der zeitlichen Gliederung)</i>	Beispielhafte Inhalte	Hinweise <i>zusätzlich Lernfeldzuordnung (Lf.) nach Ausbildungs-jahren (Aj.) der Berufsschule</i>
	<p>noch lfd. Nr. 7.1</p> <p>b) Angebote einholen und bewerten; Aufträge erteilen</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Festlegen von Anforderungen für Beschaffung</li> <li>• Ermittlung von Lieferanten</li> <li>• Bezugskartei oder -datei mit Lieferanten für Waren, Materialien, Dekorationselemente, Dienstleistungen</li> <li>• Vergleich von Angeboten, Berücksichtigung von Wirtschaftlichkeit, Umsetzbarkeit, Terminen, Einhaltung der Budgetvorgaben</li> <li>• Lieferbedingungen, Lieferwege, Lieferzeiten</li> <li>• Auftrag, Vertragsarten, Kaufvertrag, Mietvertrag/Leasing usw.</li> <li>• Disponieren von Waren, Produkten, Material für Objekte und Projekte des visuellen Marketings</li> </ul>	
	<p>c) Lieferungen überprüfen; Aufträge, Lieferscheine und Rechnungen vergleichen; Abweichungen klären</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Warenannahme</li> <li>• Überprüfung von Lieferung und Lieferschein, Mängelrüge</li> <li>• Überprüfen der Vollständigkeit der gelieferten Waren und Produkte</li> <li>• Bezahlen von Rechnungen</li> <li>• Behandlung von Reklamationen</li> </ul>	

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten und Kenntnisse (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr (Aj.) und Zeitrahmen (ZR) der zeitlichen Gliederung)</i>	Beispielhafte Inhalte	Hinweise <i>zusätzlich Lernfeldzuordnung (Lf.) nach Ausbildungsjahren (Aj.) der Berufsschule</i>
7.2	<b>Kalkulation</b> (§ 4 Nr. 7.2)  2. Aj. ZR: 5 - 7 Monate 3. Aj. ZR: 2 - 5 Monate	Inhalte: Kalkulation von Projekten, Dokumentation des Material- und Zeitaufwands, Soll-Ist-Vergleich	Lernfeldzuordnung: Lf. 5 im 2. Aj. Lf. 9 / 10 / 11 / 12 im 3. Aj.
	a) Projekte kalkulieren	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kalkulationsschema (einfaches)</li> <li>• Kostenplanung (Materialkosten, Personalkosten, Betriebskosten, Fremdleistungen z. B. von Handwerkern, Miete/Leasing)</li> <li>• Kostenbestandteile, Einkaufs- und Endpreis der Fertigung einer Gestaltung</li> <li>• Kostenträger, Kostenarten</li> <li>• Überprüfung von Kostenplan und Budget</li> <li>• Wirtschaftlichkeitsaspekte</li> </ul>	
	b) Nachkalkulationen durchführen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ermittlung tatsächlicher Kosten</li> <li>• Soll-Ist-Vergleich, Ursachen für Abweichungen vom Plan</li> <li>• Überprüfung eingegangener Rechnungen</li> <li>• Rechnungsprüfung: Budgetüber- oder -unterschreitung</li> </ul>	
	c) Material- und Zeitaufwand dokumentieren und im Soll-Ist-Vergleich bewerten	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Listen zu Materialverbrauch, Personalkosten, Fremdleistungen, Miete/Leasing</li> <li>• Dokumentation von Arbeitszeiten</li> <li>• Soll-Ist-Vergleich: Vergleich des tatsächlichen Verbrauchs mit der Bedarfsplanung, Personalplanung und dem tatsächlichen Personaleinsatz</li> <li>• Bewertung des Aufwandes, Beurteilung des Erfolgs</li> </ul>	



Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten und Kenntnisse (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr (Aj.) und Zeitrahmen (ZR) der zeitlichen Gliederung)</i>	Beispielhafte Inhalte	Hinweise <i>zusätzlich Lernfeldzuordnung (Lf.) nach Ausbildungsjahren (Aj.) der Berufsschule</i>
7.3	<b>Erfolgskontrolle</b> (§ 4 Nr. 7.3)  3. Aj. ZR: 4 - 7 Monate	Inhalte: Projektziele im Soll-Ist-Vergleich, Auswertung und Präsentation von Projekten, Instrumente der Erfolgskontrolle, Folgen für andere Aktivitäten	<i>Lernfeldzuordnung: Lf. 10 / 11 / 12 im 3. Aj.</i>
	a) Erreichen von Projektzielen durch Soll-Ist-Vergleich prüfen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definition und Konkretisierung von Projektzielen, Werbezielen usw.</li> <li>• Abklären der Zielerreichung auch mit Kunden bzw. Auftraggeber</li> <li>• Vergleich zwischen Planung und Umsetzung, Feststellen von Unterschieden</li> <li>• Auswirkung von Projekten, gemessen an Zielen, Etat und Plänen</li> <li>• Projektergebnisse, Bewertung und Messen des Erfolgs</li> </ul>	
	b) Projekte auswerten, Instrumente der Erfolgskontrolle anwenden und Ergebnisse präsentieren	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Überprüfen der Arbeitsabläufe und Zeitpläne sowie der eingesetzten Techniken und Gestaltungsmittel</li> <li>• Messverfahren der Erfolgskontrolle (Stoppzeit und -zahl, Verkehrsströme, Passantenaufkommen, Befragungen, Anzeigenwerbung, Absatzkontrolle)</li> <li>• Marktbeobachtung (Bedarfs- und Marktentwicklung)</li> <li>• Absatz-, Umsatzentwicklung</li> <li>• Beurteilen der Vorbereitung und Durchführung der Warenpräsentation oder der Marketingmaßnahme</li> <li>• Zielsetzung der Erfolgskontrolle: konkrete Umsatzsteigerung bei präsentierten Waren und Produkten sowie Erhöhung des Bekanntheitsgrades des Unternehmens, der präsentierten Waren, usw.</li> </ul>	

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten und Kenntnisse (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr (Aj.) und Zeitrahmen (ZR) der zeitlichen Gliederung)</i>	Beispielhafte Inhalte	Hinweise <i>zusätzlich Lernfeldzuordnung (Lf.) nach Ausbildungsjahren (Aj.) der Berufsschule</i>
	<p>noch lfd. Nr. 7.3</p> <p>c) Folgerungen für künftige Projekte ableiten</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Analyse der Leistungserbringung</li> <li>Werbeplanung, Mediaplanung, Änderungen der Planungen</li> <li>Aktualisierung von Bedarfsdaten</li> <li>Folgerungen für künftige Warenpräsentationen und Veranstaltungen, Nutzung der Ergebnisse für andere Sachverhalte</li> <li>Verbesserungsvorschläge</li> </ul>	
7.4	<p><b>Kaufmännische Steuerung und Kontrolle</b> {§ 4 Nr. 7.4}</p> <p>2. Aj. ZR: 2 - 5 Monate</p>	<p>Inhalte: Rechnungswesen als Instrument kaufmännischer Steuerung und Kontrolle, Kosten- und Leistungsrechnung, projektbezogene Geschäftsvorgänge, Kontrolle des Eingangs und Ausgangs von Rechnungen</p>	<p><i>Lernfeldzuordnung: Lf. 5 / 7 / 8 im 2. Aj. Lf. 11 / 12 im 3. Aj.</i></p>
	<p>a) Rechnungswesen als Instrument kaufmännischer Steuerung und Kontrolle an Beispielen des Ausbildungsbetriebes begründen</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Instrument zur Steuerung und Kontrolle, auch zur Dokumentation</li> <li>Bestandteile einer ordnungsmäßigen Buchführung, gesetzliche Grundlagen</li> <li>Organisation der Buchführung (Bücher, EDV-gestützt)</li> <li>Kenntnisse über Kontenzuordnungen</li> </ul>	
	<p>b) Notwendigkeit betrieblicher Kosten- und Leistungsrechnung erläutern</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aufbau und Struktur der Kosten- und Leistungsrechnung</li> <li>Kostenarten</li> <li>betriebswirtschaftliche Kennzahlen, statistische Auswertungen</li> </ul>	

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes (Berufsbildpositionen, BBP)	Erläuterungen	
	Zu vermittelnde Fertigkeiten und Kenntnisse (Lernziele) <i>(zusätzlich Ausbildungsjahr (Aj.) und Zeitrahmen (ZR) der zeitlichen Gliederung)</i>	Beispielhafte Inhalte	Hinweise <i>zusätzlich Lernfeldzuordnung (Lf.) nach Ausbildungsjahren (Aj.) der Berufsschule</i>
	noch lfd. Nr. 7.4  c) projektbezogene Geschäftsvorgänge für das Rechnungswesen bearbeiten	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zusammenhänge von Kosten, Umsatz und Ertrag</li> <li>• Auftrag, Lieferschein</li> <li>• Kalkulation und Abrechnung</li> <li>• Gebühren und Beiträge, Steuern, Umsatzsteuer</li> <li>• Bezahlung von Rechnungen</li> <li>• Bewilligung und Abrechnung der Bewirtung von Kunden</li> <li>• Reisekostenabrechnung</li> <li>• Mahnwesen, Reklamationen</li> <li>• Bewertung und Verrechnung von Leistungen</li> </ul>	<u>Beispiel für Auszubildende:</u> Zuordnung von anfallenden Kosten zu Kostenstellen, z. B. Verbrauchslack, für einen konkreten Kunden gekauftes Objekt oder für die Werkstatt-Instandhaltung
	d) Eingang und Ausgang von Rechnungen kontrollieren	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vorgänge des Zahlungsverkehrs, Schriftverkehr</li> <li>• Vorbereiten von Abrechnungen, Abrechnungszeitraum</li> <li>• Erstellen von Rechnungen</li> <li>• Skonto, Mehrwertsteuer</li> <li>• Einhalten von Terminen</li> </ul>	<u>Hinweis für Auszubildende:</u> Inhalte korrekter Rechnungen kennen und auch selbst erstellen können

## 2.2 Zeitliche Gliederung des Ausbildungsrahmenplans

### Erläuterungen zur zeitlichen Gliederung des Ausbildungsrahmenplans

Nach § 5 Abs. 1, Nr. 4 BBiG wird festgelegt, dass eine Anleitung zur sachlichen und zeitlichen Gliederung der Fertigkeiten und Kenntnisse 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 Zeitrahmen (Zeitrahmenmethode), die auf einer Empfehlung des Hauptausschusses des BIBB vom 16. Mai 1990 (vgl. Bundesanzeiger Nr. 110 vom 19. Juni 1990) basiert.

Die Zeitrahmenmethode 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 Berufsbildteilpositionen und/oder Lernziele zu verbinden und gemeinsam zu vermitteln. Die einzelnen Ausbildungsblöcke sollen komplex sein und keine schmalen Qualifikationen enthalten.

Bei der Zeitrahmenmethode werden die Ausbildungsinhalte nach Ausbildungsjahren differenziert und in 3 Ausbildungsblöcke pro Ausbildungsjahr gegliedert. Die Ausbildungsblöcke haben in der Regel einen Zeitrahmen 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 Zeitrahmens sollen die zugeordneten Qualifikationen schwerpunktmäßig „vermittelt“ werden. Sie können in anderer Kombination zu einem späteren Zeitpunkt erweitert und somit „fortgeführt“ oder „vertieft“ werden.

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

Der formulierte Zeitrahmen 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 Gestalter für visuelles Marketing/zur Gestalterin für visuelles Marketing  
- Zeitliche Gliederung -**

**A.**

Die Fertigkeiten und Kenntnisse zu den Berufsbildpositionen 2.1: Arbeitsorganisation und Arbeitsplanung und 2.2: Teamarbeit und Kooperation, sind während der gesamten Ausbildungsdauer zu vermitteln.

**B.**

**1. Ausbildungsjahr**

- (1) In einem Zeitraum von insgesamt zwei bis drei Monaten sind schwerpunktmäßig die Fertigkeiten und Kenntnisse der Berufsbildpositionen
  - 1.1 Stellung, Rechtsform und Struktur,
  - 1.2 Berufsbildung, arbeits- und sozialrechtliche Grundlagen,
  - 1.3 Sicherheit und Gesundheitsschutz bei der Arbeit,
  - 2.4 Informations- und Kommunikationssysteme zu vermitteln.
  
- (2) In einem Zeitraum von insgesamt drei bis fünf Monaten sind schwerpunktmäßig die Fertigkeiten und Kenntnisse der Berufsbildpositionen
  - 1.4 Umweltschutz,
  - 3.3 Visuelle Verkaufsförderung und Werbung, Lernziele c, d und e,
  - 4. Werkstoffe, Werkzeuge und Geräte zu vermitteln.
  
- (3) In einem Zeitraum von insgesamt vier bis sieben Monaten sind schwerpunktmäßig die Fertigkeiten und Kenntnisse der Berufsbildpositionen
  - 3.1 Visuelle Verkaufsförderung als Instrument der Unternehmenspolitik,
  - 3.2 Präsentation von Waren, Produkten und Dienstleistungen,
  - 6.1 Entwurf und Planung, Lernziel a,
  - 6.2 Umsetzung, Lernziele a und b zu vermitteln.

**2. Ausbildungsjahr**

- (1) In einem Zeitraum von insgesamt zwei bis drei Monaten sind schwerpunktmäßig die Fertigkeiten und Kenntnisse der Berufsbildpositionen
  - 2.3 Kundenorientierte Kommunikation,
  - 2.6 Anwenden von Englisch bei Fachaufgaben zu vermitteln und im Zusammenhang damit die Fertigkeiten und Kenntnisse der Berufsbildpositionen
  - 1.2 Berufsbildung, arbeits- und sozialrechtliche Grundlagen,
  - 1.3 Sicherheit und Gesundheitsschutz bei der Arbeit,
  - 1.4 Umweltschutz fortzuführen.
  
- (2) In einem Zeitraum von insgesamt fünf bis sieben Monaten sind schwerpunktmäßig die Fertigkeiten und Kenntnisse der Berufsbildpositionen
  - 3.3 Visuelle Verkaufsförderung und Werbung, Lernziele a, b, f und g,
  - 6.1 Entwurf und Planung, Lernziele b bis k,
  - 6.2 Umsetzung, Lernziele c bis f,
  - 7.1 Beschaffung,
  - 7.2 Kalkulation

- zu vermitteln und im Zusammenhang damit die Fertigkeiten und Kenntnisse der Berufsbildpositionen
- 3.1 Visuelle Verkaufsförderung als Instrument der Unternehmenspolitik,
  - 3.2 Präsentation von Waren, Produkten und Dienstleistungen,
  - 3.3 Visuelle Verkaufsförderung und Werbung, Lernziele c, d und e,
  - 4. Werkstoffe, Werkzeuge und Geräte,
  - 6.1 Entwurf und Planung, Lernziel a,
  - 6.2 Umsetzung, Lernziele a und b fortzuführen.
- (3) In einem Zeitraum von insgesamt zwei bis fünf Monaten sind schwerpunktmäßig die Fertigkeiten und Kenntnisse der Berufsbildpositionen
- 5. IT-Anwendungen,
  - 7.4 Kaufmännische Steuerung und Kontrolle zu vermitteln und im Zusammenhang damit die Fertigkeiten und Kenntnisse der Berufsbildpositionen
  - 2.4 Informations- und Kommunikationssysteme fortzuführen.

### 3. Ausbildungsjahr

- (1) In einem Zeitraum von insgesamt zwei bis vier Monaten sind schwerpunktmäßig die Fertigkeiten und Kenntnisse der Berufsbildposition
- 2.5 Qualitätssicherung zu vermitteln und im Zusammenhang damit die Fertigkeiten und Kenntnisse der Berufsbildpositionen
  - 2.3 Kundenorientierte Kommunikation,
  - 2.6 Anwenden von Englisch bei Fachaufgaben,
  - 7.4 Kaufmännische Steuerung und Kontrolle fortzuführen und zu vertiefen.
- (2) In einem Zeitraum von insgesamt vier bis sieben Monaten sind schwerpunktmäßig die Fertigkeiten und Kenntnisse der Berufsbildposition
- 7.3 Erfolgskontrolle zu vermitteln und im Zusammenhang damit die Fertigkeiten und Kenntnisse der Berufsbildpositionen
  - 3.1 Visuelle Verkaufsförderung als Instrument der Unternehmenspolitik,
  - 3.2 Präsentation von Waren, Produkten und Dienstleistungen,
  - 3.3 Visuelle Verkaufsförderung und Werbung,
  - 6.1 Entwurf und Planung,
  - 6.2 Umsetzung fortzuführen und zu vertiefen.
- (3) In einem Zeitraum von insgesamt zwei bis fünf Monaten sind schwerpunktmäßig die Fertigkeiten und Kenntnisse der Berufsbildpositionen
- 5. IT-Anwendungen,
  - 7.1 Beschaffung,
  - 7.2 Kalkulation fortzuführen und zu vertiefen.



---

# Rahmenlehrplan



## 1. Erläuterungen zum KMK<sup>1)</sup> - Rahmenlehrplan

### Rahmenlehrplan/Berufsschulische Ausbildung

Der Rahmenlehrplan für die berufsschulische Ausbildung ist nach Lernfeldern strukturiert und orientiert sich an dem Konzept der Handlungsorientierung. Die Lernfelder sind so konzipiert, dass sie konkrete berufliche Handlungssituationen umfassen. Es gibt insgesamt 12 Lernfelder, die die unterschiedlichen Inhalte komplex miteinander verbinden und die unterschiedliche Zeitrichtwerte haben. Die Lernfelder haben insgesamt einen zeitlichen Umfang von 840 Stunden für die Dauer der Ausbildung von drei Jahren, pro Jahr sind das 280 Stunden. Die Lernfelder müssen in den unterrichtlichen Situationen vor Ort konkretisiert werden. Für das erste Jahr der Ausbildung stimmt der Rahmenlehrplan für den Ausbildungsberuf Gestalter/in für visuelles Marketing mit dem des Rahmenlehrplans „Raumausstatter/in“ überein.

Für den Prüfungsbereich Wirtschafts- und Sozialkunde wird der für die Berufsbildung wesentliche Lehrstoff der Berufsschule auf der Grundlage der „Elemente für den Unterricht der Berufsschule im Bereich Wirtschafts- und Sozialkunde gewerblich-technischer Ausbildungsberufe“ (Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 18. Mai 1984) vermittelt.

---

1) Kultusministerkonferenz

## 2. Rahmenlehrplan

### Rahmenlehrplan für den Ausbildungsberuf

#### Gestalter für visuelles Marketing/Gestalterin für visuelles Marketing

(Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 30. April 2004)

##### 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 Arbeit oder dem sonst zuständigen Fachministerium im Einvernehmen mit dem Bundesministerium für Bildung und Forschung) abgestimmt. Das Abstimmungsverfahren ist durch das „Gemeinsame Ergebnisprotokoll vom 30. Mai 1972“ geregelt. Der Rahmenlehrplan baut grundsätzlich auf dem Hauptschulabschluss auf und beschreibt Mindestanforderungen.

Der Rahmenlehrplan ist bei zugeordneten Berufen in eine berufsfeldbreite Grundbildung und eine darauf aufbauende Fachbildung gegliedert. 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. Selbstständiges und verantwortungsbewusstes Denken und Handeln als übergreifendes Ziel der Ausbildung wird vorzugsweise in solchen Unterrichtsformen vermittelt, in denen es Teil des methodischen Gesamtkonzeptes ist. Dabei kann grundsätzlich jedes methodische Vorgehen zur Erreichung dieses Zieles beitragen; Methoden, welche die Handlungskompetenz unmittelbar fördern, sind besonders geeignet und sollten deshalb in der Unterrichtsgestaltung angemessen berücksichtigt werden.

Die Länder übernehmen den Rahmenlehrplan unmittelbar oder setzen ihn in eigene Lehrpläne um. Im zweiten Fall achten sie darauf, dass das im Rahmenlehrplan berücksichtigte 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 Schülerinnen und Schülern 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 diese Schulart geltenden Regelungen der Schulgesetze der Länder. Insbesondere der berufsbezogene Unterricht orientiert sich außerdem an den für jeden einzelnen staatlich anerkannten Ausbildungsberuf bundeseinheitlich erlassenen Berufsordnungsmitteln:

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

- Ausbildungsordnungen 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 Aufgaben 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;

- 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 und soweit es im Rahmen berufsbezogenen Unterrichts möglich ist, auf Kernprobleme unserer Zeit wie z. B.

- 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 Fähigkeit des einzelnen, sich in gesellschaftlichen, beruflichen und privaten Situationen sachgerecht, durchdacht sowie individuell und sozial verantwortlich zu verhalten.

**Handlungskompetenz** entfaltet sich in den Dimensionen von Fachkompetenz, Personalkompetenz und Sozialkompetenz.

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

**Personalkompetenz** bezeichnet die Bereitschaft und Fähigkeit, 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 personale Eigenschaften wie Selbstständigkeit, Kritikfähigkeit, Selbstvertrauen, Zuverlässigkeit, Verantwortungs- und Pflichtbewusstsein. Zur ihr gehören insbesondere auch die Entwicklung durchdachter Wertvorstellungen und die selbstbestimmte Bindung an Werte.

**Sozialkompetenz** bezeichnet die Bereitschaft und Fähigkeit, soziale Beziehungen zu leben und zu gestalten, Zuwendungen und Spannungen zu erfassen, 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.

**Methoden- und Lernkompetenz** erwachsen aus einer ausgewogenen Entwicklung dieser drei Dimensionen.

Kompetenz bezeichnet den Lernerfolg in Bezug auf den einzelnen Lernenden und seine Befähigung zu eigenverantwortlichem Handeln in privaten, beruflichen und gesellschaftlichen Situationen. Demgegenüber wird unter Qualifikation der Lernerfolg in Bezug auf die Verwertbarkeit, d.h. aus der Sicht der Nachfrager in privaten, beruflichen und gesellschaftlichen Situationen, verstanden (vgl. Deutscher

Bildungsrat, Empfehlungen der Bildungskommission zur Neuordnung der Sekundarstufe II).

### 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 geschaffen für das Lernen in und aus der Arbeit. Dies bedeutet für den Rahmenlehrplan, dass die Beschreibung der Ziele 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, ggf. korrigiert und schließlich bewertet werden.
- Handlungen sollten ein ganzheitliches Erfassen der beruflichen Wirklichkeit fördern, z. B. 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, z. B. der Interessenerklärung oder der Konfliktbewältigung, 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 Schülerinnen und Schüler - auch benachteiligte oder besonders begabte - ihren individuellen Möglichkeiten entsprechend fördert.

#### **Teil IV: Berufsbezogene Vorbemerkungen**

Der vorliegende Rahmenlehrplan für die Berufsausbildung zum Gestalter für visuelles Marketing/zur Gestalterin für visuelles Marketing ist mit der Verordnung über die Berufsausbildung zum Gestalter für visuelles Marketing/zur Gestalterin für visuelles Marketing vom 12. Mai 2004 (BGBl. I S. 922 v. 17. Mai 2004) abgestimmt.

Die Rahmenlehrpläne für die Ausbildungsberufe Raumausstatter/Raumausstatterin und Gestalter für visuelles Marketing/Gestalterin für visuelles Marketing stimmen im ersten Ausbildungsjahr überein.

Der Rahmenlehrplan für den Ausbildungsberuf Schauwerbegestalter/Schauwerbegestalterin (Beschluss der KMK vom 16. März 1979) wird durch den vorliegenden Rahmenlehrplan aufgehoben.

Gestalter für visuelles Marketing/Gestalterinnen für visuelles Marketing entwickeln und realisieren visuelle Gestaltungskonzepte, die die Unternehmensphilosophie kommunizieren und die Absatzförderung durch den Einsatz von Licht, Formen, Farben und anderen Gestaltungselementen unterstützen. Sie präsentieren Waren, Produkte und Dienstleistungen und nutzen dabei Kunden- und Verkaufstrends für ihre visuellen Gestaltungskonzepte. Sie gestalten Verkaufs-, Präsentations- und Ausstellungsräume. Sie planen und organisieren Events, Kundenforen und Promotion-Aktionen. Sie berücksichtigen bei ihrer gestalterischen Tätigkeit ökonomische und ökologische Aspekte und führen Kalkulationen sowie Erfolgskontrollen durch.

Die fremdsprachigen Ziele und Inhalte sind mit 40 Stunden in die Lernfelder integriert.

Für den Prüfungsbereich Wirtschafts- und Sozialkunde wesentlicher Lehrstoff der Berufsschule wird auf der Grundlage der „Elemente für den Unterricht der Berufsschule im Bereich Wirtschafts- und Sozialkunde gewerblich-technischer Ausbildungsberufe“ (Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 18. Mai 1984) vermittelt.

## Teil V: Lernfelder

<b>Übersicht über die Lernfelder für den Ausbildungsberuf Gestalter für visuelles Marketing/Gestalterin für visuelles Marketing</b>				
Nr.	Lernfelder	Zeitrichtwerte in Stunden		
		1. Jahr	2. Jahr	3. Jahr
1	Arbeitsabläufe planen und den Arbeitsplatz einrichten	40		
2	Flächen gestalten	80		
3	Objekte herstellen	80		
4	Räume gestalten	80		
5	Werbeobjekte kalkulieren und realisieren		80	
6	Mit Medien werben		80	
7	Waren, Produkte und Dienstleistungen verkaufsfördernd präsentieren		80	
8	Sensorische Gestaltungsmittel einsetzen		40	
9	Präsentationsräume gestalten			80
10	Multimediatechnik als Gestaltungsmittel einsetzen			40
11	Events organisieren			80
12	Umfassende Konzepte des visuellen Marketings entwickeln			80
	<b>Summe (insgesamt 840 Std.)</b>	<b>280</b>	<b>280</b>	<b>280</b>

**Lernfeld 1:****Arbeitsabläufe planen und den Arbeitsplatz einrichten****1. Ausbildungsjahr**  
**Zeitrichtwert: 40 Stunden****Zielformulierung:**

Die Schülerinnen und Schüler planen Arbeitsabläufe anhand von Arbeitsanweisungen im Team.

Dabei berücksichtigen sie Aufbau und Struktur der Betriebe und informieren sich über deren Zielsetzungen. Die Schülerinnen und Schüler kennen die Marktstellung der Unternehmen und deren Bedeutung in der Region sowie die betriebliche Zusammenarbeit mit Wirtschaftsorganisationen. Sie wissen um ihre vertraglichen Rechte und

Pflichten. Den Schülerinnen und Schülern sind die Ziele und Inhalte der Berufsausbildung sowie Fort- und Weiterbildungsmöglichkeiten bekannt. Sie richten die Arbeitsplätze unter Beachtung des Arbeits-, Gesundheits- und Umweltschutzes ein und wählen Werkzeuge, Geräte und Maschinen aus. Sie halten Grundsätze des Transports, der Lagerung und Entsorgung von Materialien ein.

Die Schülerinnen und Schüler dokumentieren ihr Lernergebnis.

- Inhalte:
- Teambildung
  - Kooperations- und Kommunikationsregeln
  - Lern- und Arbeitstechniken
  - Informations- und Kommunikationssysteme
  - Unternehmensformen
  - Berufsbild
  - Arbeits- und Sozialrecht
  - duales Ausbildungssystem
  - Ordnung am Arbeitsplatz

**Berufsbildposition (BBP) der  
Ausbildungsordnung (AO):****BBP 1.1; 1.2; 1.3; 1.4; 2.1; 2.2; 2.4; 4**

## Lernfeld 2: Flächen gestalten

1. Ausbildungsjahr  
Zeitrichtwert: 80 Stunden

### Zielformulierung:

Die Schülerinnen und Schüler planen nach Auftrag die Gestaltung von Flächen und führen diese aus.

Sie unterscheiden Untergründe nach ihrer Beschaffenheit, prüfen diese und bereiten sie vor. Sie setzen Farben und Formen als Gestaltungsmittel ein und beachten dabei Grundsätze der Farben- und Formenlehre. Die Schülerinnen und Schüler wählen Materialien nach Eigenschaften und Verarbeitungsmöglichkeiten aus. Sie beschaffen

und nutzen Informationen aus verschiedenen Quellen. Sie führen die Flächengestaltung aus und setzen Werkzeuge, Geräte und Maschinen ein. Die Schülerinnen und Schüler berücksichtigen den Arbeits-, Gesundheits- und Umweltschutz. Zum Entwerfen, Herstellen und Dokumentieren nutzen sie manuelle und digitale Techniken. Die Schülerinnen und Schüler präsentieren und dokumentieren ihr Lernergebnis.

- Inhalte:
- Skizzen
  - Reinzeichnung
  - Applikationsverfahren
  - Technische Richtlinien
  - Materialbedarfsberechnung
  - Präsentationstechniken

### Berufsbildposition (BBP) der Ausbildungsordnung (AO):

BBP 1.3; 1.4; 2.1; 2.4; 3.3; 4; 6.1; 6.2

### Lernfeld 3: Objekte herstellen

1. Ausbildungsjahr  
Zeitrichtwert: 80 Stunden

#### Zielformulierung:

Die Schülerinnen und Schüler entwerfen, planen und stellen nach Auftrag Objekte her.

Sie konzipieren Objekte und wählen dafür geeignete Werk- und Hilfsstoffe sowie Fertigelemente aus. Sie berücksichtigen ökonomische und ökologische Gesichtspunkte, unterscheiden verschiedene technologische Lösungen und treffen eine Auswahl. Die Schülerinnen

und Schüler erstellen die Objekte, setzen dabei Werkzeuge, Geräte und Maschinen ein und pflegen diese. Sie verarbeiten Werk- und Hilfsstoffe und stellen Materialverbindungen her. Sie beachten die Regeln des Arbeits-, Gesundheits- und Umweltschutzes. Die Schülerinnen und Schüler präsentieren und dokumentieren ihr Lernergebnis und bewerten ihren Lernprozess.

- Inhalte:
- Kreativitätstechniken
  - Entwurfstechniken
  - Technische Zeichnung
  - Eigenschaften von Werk- und Hilfsstoffen
  - Materialliste
  - Materialbedarfsberechnung
  - Präsentationstechniken
  - Selbstbewertung

**Berufsbildposition (BBP) der  
Ausbildungsordnung (AO):**  
BBP 1.3; 1.4; 2.1; 3.2; 4; 6.1; 6.2



## Lernfeld 4: Räume gestalten

1. Ausbildungsjahr  
Zeitrichtwert: 80 Stunden

### Zielformulierung:

Die Schülerinnen und Schüler planen, entwerfen und fertigen nach Auftrag in Teamarbeit die Gestaltung von Räumen und führen diese aus.

Sie erfassen die räumlichen Gegebenheiten und erstellen eine Entwurfsskizze. Dabei wenden sie Gestaltungsgrundsätze von Farbe und Form an. Sie wählen die Materialien unter Berücksichtigung ihrer Eigenschaften und Wirkung aus und ermitteln ihren Bedarf. Die

Schülerinnen und Schüler erstellen einen Arbeitsablaufplan. Sie führen die Raumgestaltung aus und setzen Werkzeuge, Geräte und Maschinen ein. Sie beachten Bestimmungen des Arbeits-, Gesundheits- und Umweltschutzes. Sie beurteilen die Ergebnisse nach ästhetischen und fertigungstechnischen Gesichtspunkten. Die Schülerinnen und Schüler dokumentieren, präsentieren und bewerten ihren Lernprozess und ihr Lernergebnis.

- Inhalte:
- Aufmaß
  - Gestaltungselemente
  - Licht
  - Stilelemente
  - Collage
  - Feed-back-Methoden

### Berufsbildposition (BBP) der Ausbildungsordnung (AO):

BBP 1.3; 1.4; 2.1; 2.2; 3.2; 3.3; 4; 6.1;  
6.2

**Lernfeld 5:****Werbeobjekte kalkulieren und realisieren****2. Ausbildungsjahr**  
**Zeitrichtwert: 80 Stunden****Zielformulierung:**

Die Schülerinnen und Schüler planen, entwerfen und kalkulieren nach Auftrag Werbeobjekte für Präsentationsräume und setzen den Entwurf um.

Dabei berücksichtigen sie ökologische, ökonomische und gestalterische Aspekte. Sie erstellen Scribbles und fertigen technische Zeichnungen an. Die Schülerinnen und Schüler ermitteln den Materialbedarf, die einzusetzenden Maschinen und Werkzeuge und erstellen einen Arbeitsplan.

Für die erforderlichen Materialien und Fertigprodukte erkunden sie Beschaffungsmöglichkeiten, vergleichen Angebote und treffen eine

begründete Auswahl. Die Schülerinnen und Schüler überprüfen die Lieferung und Rechnung.

Sie stellen Werbeobjekte unter Einhaltung der Arbeits-, Gesundheits- und Umweltschutzbestimmungen her. Bei der Anwendung der Arbeitsverfahren zur Bearbeitung der Werkstoffe setzen sie Werkzeuge und Maschinen ein und pflegen diese.

Die Schülerinnen und Schüler dokumentieren und präsentieren ihre Ergebnisse. Im gesamten Arbeits- und Geschäftsprozess nutzen sie Standard- und Branchensoftware.

**Inhalte:**

- Lern- und Arbeitstechniken
- Briefing
- Halbzeuge, Fertigprodukte
- Flächen- und Körperberechnung
- Nutzen- und Verschnittberechnung
- Kaufvertrag
- Auftrag, Lieferschein
- Lieferbedingungen, Lieferwege
- Be- und Verarbeitungstechniken

**Berufsbildposition (BBP) der Ausbildungsordnung (AO):****BBP 1.3; 1.4; 2.1; 2.4; 4; 5; 6.1; 6.2; 7.1; 7.2; 7.4**

**Lernfeld 6:****Mit Medien werben****2. Ausbildungsjahr**  
**Zeitrichtwert: 80 Stunden****Zielformulierung:**

Die Schülerinnen und Schüler planen in Teamarbeit nach Auftrag das Werben mit Medien und stellen zielgruppenorientiert Werbemaßnahmen zusammen.

Sie kennen die verschiedenen Werbearten, Werbemittel und Werbeträger. Sie wählen diese mit dem Auftraggeber je nach Art der zu präsentierenden Waren, Produkte oder Dienstleistungen gemäß einer Unternehmensphilosophie und Kommunikationsstrategie aus. Dabei

beurteilen sie deren Wirkungen, Einsatzmöglichkeiten und Kosten. Die Schülerinnen und Schüler fertigen Gestaltungsentwürfe an und nutzen Grafik- und Bildbearbeitungssoftware.

Sie holen Angebote für die Realisierung der Entwürfe ein und bewerten diese. Die Schülerinnen und Schüler präsentieren dem Auftraggeber die geplante Werbeaktion. Sie dokumentieren und beurteilen das Ergebnis und den Lernprozess.

- Inhalte:
- Entscheidungsfindung im Team
  - Werbeziele
  - Corporate Identity
  - Printmedien
  - Printtechniken
  - Non-Printmedien
  - Typographie
  - Layout
  - Headline, Key Visual, Copy, Slogan, Logo
  - Textmanuskript
  - Bildauswahl
  - Rechtliche Bestimmungen
  - Selbst-/Teambewertung

**Berufsbildposition (BBP) der  
Ausbildungsordnung (AO):****BBP 2.2; 2.3; 2.4; 2.6; 3.1; 3.3; 5; 6.1;  
6.2; 7.1**

**Lernfeld 7:****Waren, Produkte und Dienstleistungen verkaufsfördernd präsentieren****2. Ausbildungsjahr**  
**Zeitrichtwert: 80 Stunden****Zielformulierung:**

Die Schülerinnen und Schüler planen nach Auftrag die Präsentation von Waren, Produkten und Dienstleistungen und führen sie durch. Sie wählen mit dem Auftraggeber nach sachlichen und gestalterischen Aspekten die Exponate aus beraten ihn im Hinblick auf die Platzierung. Sie fertigen einen Gestaltungsentwurf an. Die Schülerinnen und

Schüler stellen die erforderlichen Präsentationsobjekte, Werkstoffe und Hilfsmittel zusammen. Dabei berücksichtigen sie wirtschaftliche Aspekte. Sie ordnen alle Elemente nach gestalterischen Grundsätzen an und beachten den Arbeitsschutz. Die Schülerinnen und Schüler dokumentieren, präsentieren und beurteilen das Ergebnis.

**Inhalte:**

- Kreativitätstechniken
- Kundengespräch, Kommunikationsregeln
- Bedarfsbündelung, Sortiment
- Farb- und Formwirkung
- Ordnungsprinzipien
- Blickführung
- Perspektivzeichnung
- Warenträger, Displays
- Präsentationshilfen
- Requisiten, Accessoires
- Warenbehandlung
- Preisauszeichnung
- Leitern und Gerüste

**Berufsbildposition (BBP) der  
Ausbildungsordnung (AO):****BBP 1.3; 2.2; 2.3; 3.2; 4; 6.1; 6.2; 7.4**

**Lernfeld 8:****Sensorische Gestaltungsmittel einsetzen****2. Ausbildungsjahr**  
**Zeitrichtwert: 40 Stunden****Zielformulierung:**

Die Schülerinnen und Schüler planen nach Auftrag im Team den Einsatz von sensorischen Gestaltungsmitteln bei einer Präsentation von Waren, Produkten und Dienstleistungen und führen diesen aus.

Dabei berücksichtigen sie ökologische, ökonomische und gestalterische Aspekte. Sie ermitteln die Kosten für die ausgewählten

Gestaltungsmittel und stellen deren Wirkung mit Hilfe von räumlichen Zeichnungen dar. Die Schülerinnen und Schüler bedienen Geräte und Anlagen, halten diese in Stand und beachten Arbeits-, Gesundheits- und Umweltschutzbestimmungen.

Sie dokumentieren, präsentieren und beurteilen ihre Ergebnisse.

**Inhalte:**

- Kooperations- und Kommunikationsregeln
- Lichtstrom, Lichtstärke, Beleuchtungsstärke
- elektrische Leistung und Arbeit
- Lampen, Leuchtmittel
- Allgemein- und Effektbeleuchtung
- Beleuchtungsregeln
- Ton
- Urheberrechte
- Beduftung

**Berufsbildposition (BBP) der  
Ausbildungsordnung (AO):****BBP 1.3; 1.4; 2.1; 2.2; 3.2; 3.3; 6.1;  
6.2; 7.4**

**Lernfeld 9:****Präsentationsräume gestalten****3. Ausbildungsjahr**  
**Zeitrichtwert: 80 Stunden****Zielformulierung:**

Die Schülerinnen und Schüler planen nach Auftrag die Gestaltung von Präsentationsräumen und führen diese durch.

Sie erfassen die räumlichen Gegebenheiten und erstellen ein Gestaltungskonzept unter Berücksichtigung der Zielsetzungen des Auftraggebers. Sie präsentieren dem Auftraggeber ihre Konzeption und beraten ihn. Sie ermitteln den Bedarf an Materialien, Werkzeugen, Geräten und Exponaten. Die Schülerinnen und Schüler kooperieren mit anderen Dienstleistern und Gewerken. Sie erstellen einen Arbeitsablaufplan und kalkulieren die Arbeitszeit. Die Schülerinnen

und Schüler bereiten die Präsentationsräume vor, bauen Elemente ein und setzen die Exponate in Szene. Sie stellen dem Auftraggeber das Ergebnis vor und gehen Reklamationen nach. Sie bauen die Präsentationen ab, lagern die Elemente und Exponate ein, führen sie zurück oder entsorgen sie. Sie beachten dabei die Bestimmungen des Arbeits-, Gesundheits- und Umweltschutzes. Die Schülerinnen und Schüler dokumentieren, präsentieren und beurteilen ihren Lernprozess und ihr Lernergebnis.

**Inhalte:**

- Aufmaß
- räumliche Gliederung
- Verkehrsströme
- Blickzonen
- Präsentationssysteme
- Technische Zeichnung
- Präsentationstechniken
- Kundengespräch
- Behandlung von Reklamationen

**Berufsbildposition (BBP) der  
Ausbildungsordnung (AO):****BBP 1.3; 1.4; 2.1; 2.3; 2.5; 3.2; 3.3; 4;  
6.1; 6.2; 7.1; 7.2**

**Lernfeld 10:****Multimediatechnik als Gestaltungsmittel einsetzen****3. Ausbildungsjahr**  
**Zeitrichtwert: 40 Stunden****Zielformulierung:**

Die Schülerinnen und Schüler planen nach Auftrag den Einsatz von Multimediatechnik als Gestaltungsmittel bei Präsentationen von Waren, Produkten und Dienstleistungen und führen diese aus. Sie wählen dem Auftrag entsprechend Multimediatechniken aus und setzen sie in den geplanten Präsentationsbereichen ein. Sie beachten

urheberrechtliche Vorschriften und kooperieren mit Dienstleistern. Sie holen Angebote ein und kalkulieren die Kosten. Die Schülerinnen und Schüler dokumentieren, präsentieren und beurteilen ihre Ergebnisse.

**Inhalte:**

- Foto- und Video-Systeme
- Kombination von akustischen, visuellen und audiovisuellen Medien
- Animationen
- interaktive Medien
- Erfolgskontrolle

**Berufsbildposition (BBP) der  
Ausbildungsordnung (AO):****BBP 2.2; 2.5; 3.2; 3.3; 5; 6.1; 6.2; 7.1;  
7.2; 7.3**

**Lernfeld 11:****Events organisieren****3. Ausbildungsjahr**  
**Zeitrichtwert: 80 Stunden****Zielformulierung:**

Die Schülerinnen und Schüler planen und organisieren nach Auftrag Events in Teamarbeit.

Sie entwerfen ein Gestaltungskonzept unter Berücksichtigung der Zielgruppe und des Gesamtkonzepts des visuellen Marketings. Die Schülerinnen und Schüler holen Angebote ein und kalkulieren die Gesamtkosten. Sie präsentieren und überprüfen im Rahmen der Qualitätssicherung das Konzept mit dem Auftraggeber. Sie gestalten

unter Verwendung von Grafik- und Bildbearbeitungsprogrammen die Werbemittel für das Event. Sie koordinieren die Zusammenarbeit mit anderen Dienstleistern. Sie erstellen ein Drehbuch und überwachen dessen Einhaltung.

Sie dokumentieren, analysieren und bewerten das Event und ziehen Schlussfolgerungen für künftige Projekte.

- Inhalte:
- Teamentwicklung
  - Veranstaltungsrecht
  - Honorare
  - Mietvertrag, Leasing
  - Sicherheitstechnische Richtlinien
  - Ton-, Beleuchtungs- und Bühnenplan
  - szenische Mittel
  - Moderation
  - Guest-Management
  - Catering
  - Veranstaltungslogistik

**Berufsbildposition (BBP) der  
Ausbildungsordnung (AO):****BBP 1.3; 2.1; 2.2; 2.5; 2.6; 3.1; 3.3; 5;  
6.1; 6.2; 7.1; 7.2; 7.3; 7.4**



**Lernfeld 12:****Umfassende Konzepte des visuellen Marketings entwickeln****3. Ausbildungsjahr**  
**Zeitrichtwert: 80 Stunden****Zielformulierung:**

Die Schülerinnen und Schüler entwickeln nach Auftrag umfassende Konzepte des visuellen Marketings.

Sie ermitteln die markt- und unternehmensbezogenen Ausgangsdaten des Auftrags. Sie erstellen alternative Werbe- und Gestaltungskonzepte. Sie wenden Kreativtechniken an, berücksichtigen werbe- und verkaufpsychologische Grundsätze, werberechtliche Vorgaben sowie Entwicklungen in Kunst, Design und Architektur und aktuelle Trends des visuellen Marketings. Sie werten dabei auch englischsprachige

Informationsquellen aus. Die Schülerinnen und Schüler kalkulieren die Kosten der Projekte. Sie präsentieren ihr Konzept mit visueller Unterstützung und begründen es anhand von Skizzen, Reinzeichnungen und Kalkulationen. Sie erstellen Projektstruktur-, -phasen- und -ablaufplan und legen Kriterien für die Erfolgskontrolle fest. Die Schülerinnen und Schüler dokumentieren und beurteilen ihren Lernprozess und ihr Lernergebnis.

- Inhalte:
- Bedarfs- und Marktentwicklungsdaten
  - Unternehmensphilosophie, Corporate Identity
  - Werbeplanung
  - Mediaplanung
  - Präsentationstechniken

**Berufsbildposition (BBP) der Ausbildungsordnung (AO):****BBP 2.1; 2.3; 2.6; 3.1; 3.3; 6.1; 7.2; 7.3; 7.4**

---

# **Hinweise zur Planung und Durchführung der Ausbildung**

## 1. Voraussetzungen für die betriebliche Ausbildung

In Deutschland beginnen ein Großteil aller Jugendlichen ihren Berufsweg mit einer Berufsausbildung im dualen System.

Das deutsche Ausbildungssystem, **Ausbildung in Betrieb und Schule** (Duales System der Berufsausbildung), 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

<b>Praxis:</b>		<b>Theorie:</b>
Betrieb	<b>Lernort</b>	Schule
Verordnung	<b>Rechtsgrundlage</b>	Lehrplan der Länder
Kammern	<b>Zuständigkeit</b>	Kultusministerien der Länder

#### 1.1 Organisationsstruktur der Ausbildung

Unabhängig davon, ob als einzelner Betrieb oder mit mehreren Betrieben gemeinsam ausgebildet wird, die Ausbildung findet an den beiden Lernorten

##### ■ im Betrieb,

##### ■ in der Berufsschule statt. (vgl. § 2 BBiG)

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 der Kultusministerkonferenz der Länder. (siehe Abschnitt: „Abstimmung zwischen den Lernorten Ausbildungsbetrieb und Berufsschule“.)

#### 1.2 Ausbildungsbetrieb

Die Berufsausbildung der Gestalter/innen für visuelles Marketing erfolgt im dualen System, das aus den beiden Säulen praxisorientierte betriebliche Ausbildung und schulische Ausbildung besteht. Die betriebliche Ausbildung erhalten die Auszubildenden in den Unternehmen.

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

In Betrieben, die nicht in der Lage sind, alle erforderlichen Ausbildungsschritte durchzuführen, kann die betriebliche Praxis durch Verbundausbildung oder überbetriebliche Ausbildungsabschnitte ergänzt werden. Zusätzlich zu diesem praxisorientierten Lernen wird dem Auszubildenden in der Berufsschule berufstheoretisches und allgemeinbildendes Wissen vermittelt, wie zum Beispiel Wirtschaftsdeutsch und Politik.

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

Auch die Ausstattung mit technischen Geräten und Hilfsmitteln muss die Vermittlung der Lerninhalte gewährleisten.

#### • 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

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

Eignungsfeststellung festgelegt werden. Als Richtwerte gelten folgende Verhältniszahlen:

Die Zahl der Auszubildenden darf einerseits höher sein, wenn die Ausbildung 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 Auszubildenden zählt, dass er

- mit dem Auszubildenden einen Berufsausbildungsvertrag abschließt (siehe Muster im Abschnitt „Beispiele“). 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<sup>1)</sup>.

**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).**

#### • Ausbildungsbeauftragte (Fachausbilder/Praxispate)

Nicht jeder, der Auszubildende betreut (u.a. auch „Ausbildungsbeauftragte“, „Praxispate“ oder „Fachausbilder“ genannt), benötigt eine Ausbildereignungsprüfung.

Für ein Ausbildungsunternehmen ist im Grunde lediglich ein geeigneter Ausbilder notwendig, der die Ausbildereignung hat (vgl. § 28 Abs. 3 BBiG).

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

Die weiteren Auszubildenden sind z. B. verantwortlich für die Ausbildung der Auszubildenden in der entsprechenden Abteilung und koordinieren diese. Sie sind ggf. Ansprechpartner und sorgen dafür, dass die Lerninhalte von Kollegen oder von ihnen selbst vermittelt werden

### 1.3 Alternative Ausbildungsorganisation/Ausbilden im Verbund

Ausbildungsbetriebe die nicht alle Ausbildungsinhalte selbst vermitteln können (wenn z. B. 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 der Auszubildenden, Lernerfolge 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 Lieferanten 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 Ausbildungskooperationen bringt Erfahrung und kann neue Geschäftskontakte erschließen helfen. Die häufig genannte Befürchtung, dass durch Verbundausbildung Geschäftsgeheimnisse über Auszubildende von Wettbewerbern 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 (Ausbildungskonsortium):

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 wie z. B. an andere Betriebe oder sonstige ausbildende Stellen. Wenn Sie Hilfestellung beim Ausbildungsmanagement benötigen, z. B. wenn Sie alle mit der Einstellung, Organisation und Prüfungsanmeldung der Auszubildenden zusammenhängenden Fragen nicht selbst klären und erledigen wollen, so ist diese Form der Kooperation geeignet für Sie. Auch können Ihre Auszubildenden bei der beauftragten Ausbildungsstelle fehlende Ausbildungsinhalte erwerben.

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 mit zu tragen, über die die Bewilligungsstellen im Rahmen ihrer verfügbaren Haushaltsmittel entscheiden. Förderkriterien wie Art und Anzahl der Verbundpartner, Verweildauer der Auszubildenden bei den Verbundpartnern sind sehr unterschiedlich in den Bundesländern. Meist wird eine Anschubfinanzierung gewährt.

Sie können sich bei Ihrer Kammer oder der örtlichen Arbeitsagentur über Verbundausbildung informieren.

## 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 die aufgrund des Berufsbildungsgesetzes von der zuständigen Stelle zu erlassenden Rechtsvorschriften für 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 Gestalter/in für visuelles Marketing 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 Ausbildungsplätzen zuordnen (Vorbereitung auf betrieblichen Ausbildungsplan)
- Ausbildungsmöglichkeiten für nicht in den eigenen Betrieben zu vermittelnde Lernziele suchen (Ausbildungsorganisation)
- Erstellen eines betrieblichen Ausbildungsplanes - sachliche und zeitliche Gliederung
- Ausbildungskapazität/Zahl der Auszubildenden festlegen, geeignete Ausbilder/Ausbildungsbetreuer auswählen
- Ausbildereignung gemäß AEVO sicherstellen
- Auszubildende auswählen
- Bei männlichen Bewerbern ggf. Wehr- oder Ersatzdienst abklären
- Ausbildungsverträge vorbereiten

#### Checkliste zur Einstellung

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

**b) Aktivitäten des Betriebes nach Abschluss eines Ausbildungsvertrages**

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

**Checkliste zum Eintrag des Ausbildungsvertrages**

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 beigefügt, 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 zurück gesandt worden?	<input type="checkbox"/>
Haben Sie die abgesagten Ausbildungsverhältnisse bei der IHK und der Berufsschule abgemeldet?	<input type="checkbox"/>

**c) Aktivitäten des Betriebes während der Ausbildung**

- Beurteilung der Auszubildenden vor Ablauf der in der Regel maximal viermonatigen Probezeit
- Regelmäßige Beurteilung (in der Regel beim Wechsel der Ausbildungsstation)
- Regelmäßige Kontrolle des Ausbildungsnachweises (Berichtsheft)
- Ggf. ärztliche Nachuntersuchung, wenn der Auszubildende die Volljährigkeit noch nicht erreicht hat
- 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.
- Anwesenheitsprüfung bei der Berufsschule
- Kooperation mit Berufsschule



**Checkliste für den Ausbildungsbeginn**

Ist die Orientierungsphase des Auszubildenden in den Betrieb erfolgt (Kleiner Rundgang, Vorstellen der wichtigsten Ansprechpartner, Einweisung am Arbeitsplatz)?

→ siehe nachfolgendes Beispiel

Ist eine Belehrung über eventuelle Unfall- und Gesundheitsgefahren gemäß den Vorschriften der Berufsgenossenschaft erfolgt?

Hat der Auszubildende seine Lohnsteuerkarte abgegeben und ein Girokonto für die Überweisung der Ausbildungsvergütung angegeben?

Liegt der Sozialversicherungsausweis vor?

Ist der Auszubildende bei der von ihm gewünschten Krankenkasse angemeldet worden?

Ist das Jugendarbeitsschutzgesetz im Betrieb ausgehängt?

Ist dem Auszubildenden der für ihn erstellte betriebliche Ausbildungsplan übergeben und erläutert worden?

Ist dem Auszubildenden das Berichtsheft (Ausbildungsnachweis) übergeben worden?

Ist der Auszubildende auf wichtige, gesetzliche Regelungen wie Datenschutz, Umweltschutz, Arbeitsschutz etc. hingewiesen worden?

Ist der Auszubildende auf verfügbare Arbeits- und Lernmittel (z. B. Fachliteratur, Lernprogramme, u.a.) hingewiesen worden?

Ist der Auszubildende über die Modalitäten des Berufschulbesuchs informiert?

Ist sichergestellt, dass während der Probezeit die Eignung des Auszubildenden für den gewählten Beruf sorgfältig geprüft wird?

Wird der Erfolg des Auszubildenden während der gesamten Ausbildungszeit beurteilt und dokumentiert? (Auf Grundlage dieser Beurteilungen kann am Ende der Ausbildung das obligatorische betriebliche Ausbildungszeugnis erstellt werden).

Ist, ggf. je nach Betriebsgröße, der Einsatz von standardisierten Verfahren der Beurteilung (Mitarbeiterbeurteilung) mit dem Betriebsrat abgestimmt worden?

**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, Angebots- und Leistungspalette 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**

Graphik 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 verleihen (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 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 Rechtsform hat unser Betrieb?

## 3.2 Der Ausbildungsvertrag

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 Sie ihm den Berufsausbildungsvertrag (in der Regel IHK-Standard) unverzüglich zusenden (§§ 10, 11 BBiG).

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 bzw. wöchentlichen 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.

Falls Sie nicht auf den Standardvertrag zurückgreifen und einen eigenen Ausbildungsvertrag erstellen wollen, sollten Sie ihn zuvor mit der IHK absprechen.

### • Ausbildungsdauer

Das Berufsbild des Gestalters/der Gestalterin für visuelles Marketing 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 § 43, § 45 BBiG aus folgenden Gründen möglich:

### 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 des 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 Ausbildende zu hören (§ 8 BBiG 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**

Der Ausbildende muss dem 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, 10.04.1991, BAG 25.07.2002).

#### **• Eintragung in das Verzeichnis der Berufsausbildungsverhältnisse**

Die Eintragung in das Verzeichnis der Berufsausbildungsverhältnisse ist ein formaler Vorgang: Dem Ausbildungsvertrag (in zweifacher Ausfertigung) ist ein Ausbildungsplan des Betriebes beizufügen.

■ 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 Ausbildenden eine von diesem Arzt ausgestellte Bescheinigung vorliegt (§ 32 Abs. 1 Jugendarbeitsschutzgesetz). Berechtigungsscheine werden von der zuletzt besuchten Schule ausgegeben oder sind beim Gewerbeaufsichtsamt anzufordern.

#### **• Ende der Ausbildung/Kündigung**

Das Ausbildungsverhältnis endet mit dem Bestehen der Abschlussprüfung.

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.

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 kann ein Teil davon in die Berufsschulzeit fallen.

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  
30 Werktage mit Ausnahme der Sonnabende für alle Auszubildenden.

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 Ausbildungsplanes

#### Rechtliche Grundlagen

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

Sie erstellen auf der Grundlage des bundeseinheitlichen Ausbildungsrahmenplanes Ihren betriebsindividuellen Ausbildungsplan für die Auszubildenden (nach § 6 der Ausbildungsordnung).

Wie ein betrieblicher Ausbildungsplan aussehen soll, ist gesetzlich nicht vorgeschrieben. Daher kann er von Ausbildungsbetrieb unterschiedlich gestaltet werden. Jedoch soll er Ihrem 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 / in 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 Ausbildungsvertrages diesem beigefügt und sollte mit der dazugehörigen Ausbildungsordnung, jedem Auszubildenden ausgehändigt und erläutert werden.

#### Die Erstellung

Die Angaben und Festlegungen des betrieblichen Ausbildungsplanes ergeben sich aus der sachlichen und zeitlichen Gliederung des Ausbildungsrahmenplanes (Anlagen der Verordnung) und den betrieblichen 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 Ausbildungsrahmenplanes 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

Vor der Aufstellung des betrieblichen Ausbildungsplanes 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 Berufschulunterricht, für den Urlaub und die Feiertage abzuziehen.

Beispiel für eine 3jährige Ausbildung

■ Bruttoausbildungszeit	52 Wochen/Jahr
■ Urlaub	- 6 Wochen <sup>1)</sup>
■ Berufsschule	- 13,5 Wochen <sup>2)</sup>
■ 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 Zeiträume sind **Bruttozeiten**, die sich im Mittel auf 12 Monate für jedes Ausbildungsjahr addieren.

Bitte beachten Sie auch, dass die Berufsschulzeiten sich über die Ausbildungsjahre mit den Blockphasen und den Prüfungszeiträumen verschieben. Somit ändern sich für jeden Jahrgang die Ausbildungszeiten leicht.

Bevor man den Beginn der Ausbildung festlegt, ist es empfehlenswert, sich zuerst bei der IHK nach den Terminen für die schriftliche und praktische Abschlussprüfung zu erkundigen 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. Die Zeit bis zu den Prüfungsterminen ist immer leicht als Wiederholungs- oder Einarbeitungszeit zu verwenden.

Den Ausbildungsbeginn rechnet man dann am besten von diesem Datum rückwärts.

### 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.

### 3.5 Abstimmung zwischen den Lernorten Ausbildungsbetrieb und Berufsschule

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

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.
- 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 „Gestalter/in für visuelles Marketing“ 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 sogenannten 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/innen der Betriebe und die Lehrkräfte, die in den Fachklassen des Ausbildungsberufes unterrichten, sich zu Kooperationsgesprächen treffen, um sich über Ausbildungsinhalte abzustimmen.

Je besser diese Abstimmung gelingt, um so erfolgreicher wird die Umsetzung des neu geordneten Ausbildungsberufes Gestalter/in für visuelles Marketing im Interesse aller Beteiligten gelingen.

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/Vertreterinnen der örtlichen IHK teilnehmen. Für die Koordinierung sollte die jeweilige Schule

1) vgl. hierzu die gesetzlichen und tarifvertraglichen Regelungen

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

und die Gruppe der Ausbildungsbetriebe in einer Stadt oder Region jeweils einen Ansprechpartner/eine Ansprechpartnerin benennen.

### 3.6 Berufliche Handlungskompetenz

Der sich vollziehende Wandel in Technik und Arbeitsorganisation sowie Handel und Dienstleistung bleibt nicht ohne Auswirkungen auf die Qualifikationsanforderungen an die Mitarbeiter und damit auch auf die Ausbildung des Nachwuchses. Über die berufliche Fachkompetenz hinaus sollen Fähigkeiten trainiert werden, die die wesentliche Grundlage späterer beruflicher Handlungsfähigkeit bilden.

Berufliche Handlungsfähigkeit als Ziel soll Auszubildende zum selbständigen 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, Kenntnisse und Fähigkeiten) vermittelt und in diesem Rahmen **Kompetenzen** gefördert, die sich als Potenziale in konkreten Handlungen realisieren können.

**Berufliche Handlungskompetenz:** (Definition von Kauffeld & Grote 2002<sup>1)</sup>)

Alle Fähigkeiten, Fertigkeiten, Denkmethode und Wissensbestände des Menschen, die ihm 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 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 flexible 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 Handlungsfähigkeit<sup>2)</sup>, 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. Hinweise zur Prüfung

### 4.1 Veränderung bei den Prüfungsanforderungen

Die Prüfungsanforderungen wurden grundlegend überarbeitet, insbesondere die Zwischenprüfung hat sich stark verändert, aber auch die Abschlussprüfung wurde modernisiert.

Die Zwischenprüfung wurde deutlich gestrafft und gekürzt. Sie umfasst nunmehr die Inhalte des ersten Ausbildungsjahres aus dem Ausbildungsrahmenplan und dem Rahmenlehrplan, sie findet in der Mitte des zweiten Ausbildungsjahres statt. Hier sind deutliche Unterschiede zur früheren Ausbildungsordnung, in der die Inhalte der ersten 18 Monate erst am Ende des zweiten Ausbildungsjahres

geprüft wurden. Ferner ist es im Rahmen der Zwischenprüfung nicht mehr erforderlich, eine praktische und eine schriftliche Prüfung – wie bisher - zu absolvieren, sondern es wird nur noch eine schriftliche Prüfung in höchstens 180 Minuten durchgeführt. Sie hat aber in ihrer schriftlichen Ausprägung eine praktische Orientierung: sie enthält praxisbezogene Aufgaben der visuellen Verkaufsförderung, indem eine Gestaltungsidee entwickelt und begründet werden muss. Dabei müssen Skizzen erstellt und genutzt, Arbeitsabläufe geplant und dokumentiert, Arbeitsmittel festgelegt und dabei Arbeitssicherheit und Umweltschutz berücksichtigt werden. In der Abbildung 2 werden die alten und neuen Prüfungsanforderungen der Zwischenprüfung gegenübergestellt.

**Abbildung 2: Zwischenprüfung Gestalter/in für visuelles Marketing im Vergleich alt – neu**

	Verordnung vom 6.10.1980 (Schauberbegealter/in)	Verordnung vom 12.5.2004 (Gestalter/in für visuelles Marketing)
Zeitpunkt	vor Ende des zweiten Ausbildungsjahres	in der Mitte des zweiten Ausbildungsjahres
Umfang	über die ersten 18 Monate	über die ersten 12 Monate
Gegenstand	<u>Praktisch und schriftlich:</u> Fertigungsprüfung mit 4 Arbeitsproben / 4 Std. & Kenntnisprüfung / 180 Minuten	<u>Schriftlich:</u> Kenntnis- und Fertigungsprüfung / 180 Minuten
Bereiche	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Werkstoffe- und Hilfsmittel</li> <li>■ Be- und Verarbeitungstechniken</li> <li>■ Schriftarten</li> <li>■ Siebdruckverfahren</li> <li>■ Arbeitsschutz und Unfallverhütung</li> <li>■ Körper- u. Flächenberechnung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ grundlegende praxisbezogene Aufgaben der visuellen Verkaufsförderung</li> <li>■ Gestaltungsideen entwickeln und begründen</li> <li>■ Skizzen erstellen und nutzen</li> <li>■ Arbeitsabläufe planen und dokumentieren</li> <li>■ Arbeitsmittel festlegen</li> <li>■ Arbeitsschutz und Unfallverhütung</li> </ul>

Die Abschlussprüfung besteht wie bisher aus einer praktischen und einer schriftlichen Prüfung.

#### Praktische Abschlussprüfung

Bei der praktischen Abschlussprüfung muss eine Arbeitsaufgabe gelöst werden, für die insgesamt mindestens 21 Stunden vorgesehen sind. Dabei muss aus zwei schriftlich formulierten Arbeitsaufgaben eine Aufgabe gewählt werden. Diese Aufgabe besteht aus drei unterschiedlich zu bewertenden Teilaufgaben und enthält die Entwicklung einer Gestaltungskonzeption und deren Umsetzung. Die einzelnen Teile setzen sich zusammen aus der Konzeption, der Umsetzung/ Realisierung der vorher konzeptionell erarbeiteten Aufgaben sowie der Präsentation und dem damit verbundenen Fachgespräch. Für die einzelnen Teile sind folgende Zeiten angegeben: fünf Stunden für die Konzeption, 15 ½ Stunden für die konkrete Umsetzung der Aufgabe sowie 30 Minuten für Präsentation und Fachgespräch. Nach der Auswahl der Arbeitsaufgabe wird zunächst die Konzeption für die zu lösende Arbeitsaufgabe erstellt; sie enthält insbesondere Skizzen, Reinzeichnungen und Bereitstellungslisten. Die Arbeitsaufgabe enthält insgesamt die Entwicklung einer Gestaltungskonzeption und deren Umsetzung, die auch dokumentiert werden muss.

Die Umsetzung muss auch das Planen und Durchführung von Arbeitsabläufen, die Beachtung wirtschaftlicher, technischer und organisatorischer Vorgaben sowie die Beachtung von Selbstständigkeit und Kundenorientierung umfassen. Bei der Umsetzung der Arbeitsaufgabe können Gestaltungsmittel angewendet, Waren, Produkte und Dienstleistungen präsentiert, Räume inszeniert, Typografie eingesetzt sowie berufstypische IT-Anwendungen genutzt werden. In der Präsentation und dem Fachgespräch sollen fachbezogene Probleme und Lösungen dargestellt, fachliche Hintergründe aufgezeigt und die Vorgehensweise begründet werden.

Die einzelnen Teile der praktischen Abschlussprüfung werden für die Bewertung untereinander unterschiedlich gewichtet: Die Konzeption wird mit 30%, das Ergebnis der Durchführung (Umsetzung/Realisierung) mit 60%, die Präsentation in Verbindung mit dem Fachgespräch wird mit 10% gewichtet. In Abbildung 3 ist die praktische Abschlussprüfung grafisch dargestellt.



Abbildung 3: Praktische Arbeitsaufgabe mit Inhalten und Gewichtung

21 h	5 h	<b>Konzeption der Gestaltung:</b> Skizze, Reinzeichnung, Bereitstellungsliste	30 %
	15,5 h	<b>Umsetzung/Dokumentation:</b> Arbeitsabläufe unter Beachtung wirtschaftlicher, technologischer und organisatorischer Vorgaben selbstständig und kundenorientiert planen und durchführen Gestaltungsmittel anwenden, Waren, Produkte oder Dienstleistungen präsentieren, Räume inszenieren, Typografie einsetzen, berufstypische IT-Anwendungen nutzen	60 %
	0,5 h	<b>Präsentation/Fachgespräch:</b> Fachbezogene Probleme + deren Lösungen darstellen, für die Aufgabenstellung relevante Hintergründe aufzeigen, Vorgehensweise bei Ausführung der Arbeitsaufgabe begründen	10 %

**Schriftliche Abschlussprüfung**

Die schriftliche Abschlussprüfung umfasst drei Prüfungsbereiche und enthält praxisbezogene Aufgaben oder Fälle.

Der erste Prüfungsbereich „Visuelle Verkaufsförderung“ hat eine Dauer von höchstens 120 Minuten, ist profilgebend und enthält die Gebiete

- a) Präsentation und Platzierung von Waren, Produkten und Dienstleistungen,
- b) Einsatz von Werbe- und Gestaltungsmitteln,
- c) Be- und Verarbeitungstechniken.

Die Zielsetzung dieses Prüfungsbereichs ist es, Objekte visueller Gestaltung zu erstellen, zu präsentieren und zu platzieren sowie Konzeptionen zu entwickeln, zu begründen und umzusetzen.

Der zweite Prüfungsbereich „Projektplanung und -steuerung“ hat eine Dauer von maximal 90 Minuten und enthält kaufmännische und organisatorische Inhalte in den Gebieten

- a) Projektplanung und -umsetzung,
- b) Kalkulation von Projekten und Objekten,
- c) Erfolgskontrolle.

Die Zielsetzung dieses Prüfungsbereichs ist es, Arbeitsabläufe unter Beachtung technischer und wirtschaftlicher Vorgaben zu planen, zu gestalten und zu bewerten sowie Instrumente und Erfolgsfeststellung einzusetzen.

Der dritte Prüfungsbereich „Wirtschafts- und Sozialkunde“ mit einer Dauer von höchstens 60 Minuten ist in allen Ausbildungsberufen obligatorisch. Zielsetzung dieses Prüfungsbereichs ist es, wirtschaftliche und gesellschaftliche Zusammenhängen der Berufs- und Arbeitswelt darzustellen und zu beurteilen (vgl. zusammenfassend Abbildung 4).

Abbildung 4: Schriftliche Abschlussprüfung Gestalter/in für visuelles Marketing

<b>Schriftliche Abschlussprüfung: 3 Prüfungsbereiche</b>	
Praxisbezogene Aufgaben oder Fälle	
<p><b><u>Visuelle Verkaufsförderung/120 Minuten</u></b></p> <p>a) Präsentation und Platzierung von Waren, Produkten und Dienstleistungen</p> <p>b) Einsatz von Werbe- und Gestaltungsmitteln</p> <p>c) Be- und Verarbeitungstechniken</p> <p><b>Ziel:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Objekte visueller Gestaltung erstellen, präsentieren und platzieren</li> <li>■ Konzeptionen entwickeln, begründen und umsetzen</li> </ul>	<p><b><u>Projektplanung und -steuerung/90 Minuten</u></b></p> <p>a) Projektplanung und -umsetzung</p> <p>b) Kalkulation von Projekten und Objekten</p> <p>c) Erfolgskontrolle</p> <p><b>Ziel:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Arbeitsabläufe unter Beachtung technischer und wirtschaftlicher Vorgaben planen, gestalten und bewerten</li> <li>■ Instrumente und Erfolgsfeststellung einsetzen</li> </ul>
<p><b><u>3. Wirtschafts- und Sozialkunde/60 Minuten</u></b></p> <p><b>Ziel:</b></p> <p>wirtschaftliche und gesellschaftliche Zusammenhänge der Berufs- und Arbeitswelt</p>	

### Gewichtung der Abschlussprüfung

Im Rahmen der Abschlussprüfung gibt es zwei Arten von Gewichtungen:

- die Gewichtung der Prüfungsbereiche untereinander,
- die Gewichtung innerhalb der praktischen Prüfung.

Bezogen auf die Gewichtung der gesamten Abschlussprüfung geht jeder der drei schriftlichen Prüfungsbereiche mit einer Gewichtung von 20% und die praktische Arbeitsaufgabe mit 40% in die Bewertung des Gesamtergebnisses ein. Grund für die höhere Gewichtung der praktischen Aufgabe ist, dass sie gegenüber jedem der Prüfungsbereiche eine doppelte Gewichtung haben muss. Innerhalb der praktischen Arbeitsaufgabe setzt sich die Gewichtung aus der Konzeption mit 30%, dem Ergebnis der Durchführung mit 60%, der Präsentation und dem Fachgespräch mit 10% zusammen. Durch die doppelte Gewichtung der praktischen Arbeitsaufgabe wird deren Relevanz – bezogen auf die Erreichung der beruflichen Handlungsfähigkeit – erhöht.

### Bestehensregelung

Gemäß der Gewichtung und der daraus erzielten Punktezahl/Note gilt folgende Bestehensregelung für den Ausbildungsberuf „Gestalter/in für visuelles Marketing“:

- Das Gesamtergebnis der schriftlichen Prüfung muss mindestens ausreichend sein.

- In jeweils zwei schriftlichen Prüfungsbereichen muss mindestens die Note „Ausreichend“ erzielt worden sein.

- Im praktischen Prüfungsbereich „Praktische Arbeitsaufgabe“ muss mindestens ein „Ausreichend“ erreicht werden, das heißt die praktische Abschlussprüfung muss bestanden sein und hat wegen ihrer hohen Bedeutung die Funktion eines Sperrfaches.

- Die Abschlussprüfung ist nicht bestanden, wenn in einem schriftlichen Prüfungsbereich ein „ungenügend“ erzielt wurde.

Hier muss noch erwähnt werden, dass die mündliche Ergänzungsprüfung eingesetzt werden kann, wenn das erforderliche Ergebnis bei der schriftlichen Abschlussprüfung für das Bestehen nicht erreicht wurde. Bei zwei mangelhaften Ergebnissen kann in einem schriftlichen Prüfungsbereich nach Wahl des Prüflings die Ergänzungsprüfung durchgeführt werden, um eine zweites „Mangelhaft“ auszugleichen.

### Vergleich der alten und neuen Prüfungsanforderungen

Die Veränderungen in der Abschlussprüfung im Ausbildungsberuf Gestalter/in für visuelles Marketing werden zusammenfassend deutlicher, wenn sie den alten Regelungen gegenübergestellt werden (vgl. Abbildung 5).

**Abbildung 5: Gegenüberstellung Abschlussprüfung alt – neu**

Alte Verordnung vom 6.10.1980 (Schauwerbegestalter/in)	Neue Verordnung vom 12.5.2004 (Gestalter/in für visuelles Marketing)
<b>Fertigkeitsprüfung / max 21 Std:</b>  Entwickeln einer Gestaltungskonzeption / 7 Std. ■ Skizze ■ Reinzeichnung ■ Bereitstellungsliste ■ Plakat  Ausführung der Gestaltung/14 Std. ■ Vorbereitende Arbeiten ■ Aufbau und Gestaltung ■ Warenaufmachung	<b>Praktische Arbeitsaufgabe / max. 21 Std. (2 zur Auswahl):</b>  Konzeption und Dokumentation / 5 Std. ■ Skizze ■ Reinzeichnung ■ Bereitstellungsliste  Ausführung der Gestaltung / 15,5 Std.  Präsentation / Fachgespräch / 30 Min.
<b>Kenntnisprüfung / 375 Min.</b>  ■ Technologie / 120 Min. ■ Technische Mathematik / 90 Min. ■ Gestaltung / 180 Min. ■ Wirtschaftskunde / 60 Min.	<b>Schriftliche Prüfung / 270 Min.</b>  ■ visuelle Verkaufsförderung / 120 Min. ■ Projektplanung und -steuerung / 90 Min.  ■ Wirtschafts- und Sozialkunde / 60 Min.

**4.2 Durchführung der Prüfungen**

Die schriftlichen Zwischen- und Abschlussprüfungen im Ausbildungsberuf „Gestalter/in für visuelles Marketing“ werden als bundeseinheitliche Prüfungen durchgeführt. D. h. die Prüfungen basieren auf einheitlich erstellten Prüfungsaufgaben deutschlandweit, die von der Aufgabenerstellungsstelle für kaufmännische Zwischen- und Abschlussprüfungen (AkA) bei der IHK Nürnberg erarbeitet werden (Ausnahme ist das Bundesland Baden-Württemberg, das eigene Prüfungsaufgaben erstellt). Bundeseinheitliche Prüfungen garantieren eine verbindliche und einheitliche Prüfungsdurchführung und somit eine hohe Aussagekraft der Prüfungsergebnisse. Die Aufgabenerstellungseinrichtung AkA ist in der Lage, Aufgabensätze bereit zu stellen und sie durch kontinuierliche Kontrolle zu optimieren.

Nach der Ausbildungsordnung ist nach § 3 der Nachweis der Befähigung zum selbstständigen Planen, Durchführen und Kontrollieren in der Zwischen- und der Abschlussprüfung festgelegt. So enthalten die Aufgabensätze weitgehend handlungsorientierte Aufgaben, die praxisorientiert, situativ und adressatenorientiert formuliert sind. Es handelt sich vorwiegend um Verständnisfragen. Ferner sind die Aufgaben häufig mit Unterlagen (Belege, Abbildungen etc.) aus der Praxis angereichert, die zur Lösung herangezogen werden müssen. Es kann sich sowohl um handlungsorientierte Situations-Einzel-Frage-Aufgaben als auch um so genannte Situations-Mehrfach-Frage-Aufgaben handeln, bei denen einer Situationsvorgabe mehrere dazugehörige Aufgaben folgen.

**Durchführung der Zwischenprüfung (vgl. IHK-GBA News Nr. 6/05)**

Die Zwischenprüfung nach der neuen Ausbildungsordnung von 2004 wurde erstmalig Ende September 2005 auf der Basis von Aufgabensätzen der AkA durchgeführt. Gemäß § 8 der Ausbildungsordnung erstreckt sich die Zwischenprüfung auf die in der zeitlichen

Gliederung des Ausbildungsrahmenplans aufgeführten Inhalte des ersten Ausbildungsjahres sowie der Lernfelder 1-4 des Rahmenlehrplanes für den Berufsschulunterricht. Die in der Ausbildungsordnung vorgesehene maximale Prüfungszeit von 180 Minuten wird in zwei Teile gegliedert:

**In Teil 1** wird in 90 Minuten eine praxisbezogene Aufgabe in ungebundener Form gestellt, in welcher der Prüfling eine Gestaltungsidee entwickeln und begründen bzw. interpretieren soll. Im Rahmen dieser Aufgabe soll der Prüfling entweder anhand einer selbst zu erstellenden Handskizze oder aber anhand einer vorgegebenen technischen Zeichnung seinen Gestaltungsentwurf planen und entwickeln. Der Prüfling soll innerhalb dieser umfassenden und praxisbezogenen Aufgabe sämtliche anfallenden Arbeitsschritte selbstständig erarbeiten, d.h. seine Vorgehensweise planen, durchführen, kontrollieren und erklären (z. B. Bestelllisten schreiben, Material berechnen etc.). Von dem Aufgabenerstellungsausschuss wurde für den Teil 1 der Zwischenprüfung eine Materialliste erstellt, die für jeden Prüfungstermin und für alle gleich mitgebracht werden kann. Diese Materialliste enthält neben einem netzunabhängigen, nicht programmierbaren Taschenrechner folgende Zeichengeräte:

- Bleistift Stärke HB,
- Spitzer,
- Radiergummi,
- Lineal mit Maßeinteilung,
- Kugelschreiber.

In Teil 2 werden ca. 45 Aufgaben in ungebundener Form gestellt, die in 90 Minuten gelöst werden müssen. Diese Aufgaben decken die übrigen Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten des ersten Ausbildungsjahres ab, die in Teil 1 nicht behandelt werden. Die Prüfung in Teil 2 erfolgt vorwiegend mit gebundenen Aufgaben (Mehrfachwahl-, Mehrfachantwort-, Zuordnungs- und Reihenfolgeaufgaben), bei denen

die Antwortmöglichkeiten vorgegeben sind. Dazu kommen einige Rechenaufgaben in Offen-Antwort-Form. Alle ca. 45 Aufgaben werden mit der gleichen Punktezah bewertet.

Die dem gebundenen und ungebundenen Teil der Prüfungsaufgaben zugeordneten Funktionen sind in der Abbildung 6 aufgeführt.

**Abbildung 6: Aufgabenraster für die Zwischenprüfung im Ausbildungsberuf Gestalter/in für visuelles Marketing Gebundener Teil**

Funktion	Aufgabenanteil ca. in %
01 Stellung, Rechtsform und Struktur des Ausbildungsbetriebes	15
02 Berufsbildung, arbeits- und sozialrechtliche Grundlagen	25
03 Sicherheit und Gesundheitsschutz bei der Arbeit	15
04 Umweltschutz	15
05 Informations- und Kommunikationssysteme	15
06 Werkstoffe, Werkzeuge und Geräte	15
Gesamt	100

**Ungebundener Teil**

Funktion	Aufgabenanteil ca. in %
01 Visuelle Verkaufsförderung als Instrument der Unternehmenspolitik	Die auf die einzelnen Funktionen entfallenden Punktezahlen hängen von der Aufgabenstellung ab und differieren daher von Prüfungstermin zu Prüfungstermin
02 Präsentation von Waren, Produkten und Dienstleistungen	
03 Visuelle Verkaufsförderung und Werbung	
04 Entwurf und Planung	
05 Umsetzung	
Gesamt	100

Quelle: IHK-GBA News Nr. 6/05, Anlage

**Bewertung der Zwischenprüfung**

**Gebundener Teil**

Der Prüfling hat einen Aufgabensatz zu bearbeiten, der den im Aufgabenraster genannten Aufgabenanteil je Prüfungsgebiet enthält. Es können insgesamt 100 Punkte erreicht werden. Auf jede Aufgabe entfällt dabei die gleiche Punktezah (z. B. 100 Punkte: 45 Aufgaben = 2,222 Punkte). Da bei Zuordnungs- und Reihenfolgeaufgaben auch richtige Teillösungen anerkannt werden, können bei der Zahl der richtig gelösten Aufgaben Kommastellen auftauchen.

**Ungebundener Teil**

Die Bewertung der Aufgaben im ungebundenen Teil erfolgt durch die von den Korrektoren ermittelte Punktezah.

In beiden Teilen (gebunden und ungebunden) wird jeweils eine Gesamtpunktezah, jedoch keine Note ermittelt. Die Leistungen können – wie in Abbildung 7 aufgeführt – eingestuft werden:

**Abbildung 7: Bewertung der Leistungen in der Zwischenprüfung**

Punktezah	Verbale Bewertung
100 bis 67 Punkte	Die Kenntnisse genügen den Anforderungen.
Unter 67 bis 50 Punkte	Die Kenntnisse weisen Mängel auf, die Leistungen sind verbesserungsbedürftig.
Unter 50 Punkte	Die Kenntnisse genügen den Anforderungen nicht.

### Teilnahmebescheinigung

Die zuständige Stelle (IHK) erstellt jedem Prüfling eine Teilnahmebescheinigung. Auf dieser Bescheinigung ist im oberen Teil des Formulars das Ergebnis des gebundenen Teils der Zwischenprüfung aufgeführt. Neben dem Text der Funktionen ist zusätzlich die Anzahl der je Funktion gestellten Aufgaben sowie die Anzahl der davon richtig gelösten Aufgaben ausgewiesen. Durch die Gegenüberstellung von Soll- und Istwerten ist auf einen Blick festzustellen, bei welchen Funktionen die Bearbeitung der dazugehörenden Aufgaben Schwierigkeiten bereitet hat. Die Teilnahmebescheinigung dokumentiert somit nicht nur den Ausbildungsstand, sondern sie zeigt auch auf, bei welchen Funktionen ein Nachholbedarf besteht.

Um eine bessere Einschätzung der Prüfungsergebnisse zu ermöglichen, wird auf der Teilnahmebescheinigung des Weiteren angegeben, wie viele Punkte der einzelne Prüfling erreicht hat sowie der Durchschnittswert aller Prüflinge, die im jeweiligen Kammerbezirk ihre Zwischenprüfung zum Gestalter/zur Gestalterin für visuelles Marketing abgelegt haben.

Das Ergebnis des ungebundenen Teils der Zwischenprüfung wird im unteren Teil des Formulars in Form einer Gesamtpunktzahl ausgewiesen.

### Durchführung der Abschlussprüfung (vgl. IHK-GBA News Nr. 11/05)

Die erste schriftliche Abschlussprüfung nach der neuen Ausbildungsverordnung fand im Mai 2006 statt. Die Aufgabensätze werden von der AKA bereit gestellt.

Die in der Prüfung geforderte Handlungsorientierung wird am ehesten durch Situationsaufgaben realisiert. Die Prüfungsbereiche „Visuelle Verkaufsförderung“ sowie „Projektplanung und -steuerung“ enthalten solche Aufgabentypen. Auch die Aufgabenstellung im Prüfungsbereich „Wirtschafts- und Sozialkunde“ soll - so weit wie möglich - handlungsorientiert erfolgen.

Handlungsfähigkeit wird mit zwei Aufgabentypen erfasst: situative Mehrfach-Frage-Aufgaben und Situations-Einzel-Frage-Aufgaben. Ausgehend von einer Situationsbeschreibung sind beim ersten Aufgabentyp mehrere Aufgaben zu bearbeiten, die sich auf die Ausgangssituation beziehen. In der Praxis stellen jedoch nicht alle betrieblichen Arbeiten umfangreiche „vollständige Handlungen“ dar. Deshalb können auch Situationen vorgegeben werden, auf die sich nur eine einzige Aufgabe bezieht (Typ Situation-Einzel-Frage-Aufgabe). Manche Themen, wie z. B. Hintergrundwissen zu berufsbezogenen Inhalten, lassen sich nicht sinnvoll in Form einer Situationsaufgabe erfassen. Daher können die Aufgabensätze auch Aufgaben ohne unmittelbaren Situationsbezug enthalten.

### Prüfungsbereich „Visuelle Verkaufsförderung“

In diesem Prüfungsbereich werden Aufgaben in ungebundener Form gestellt, die in 120 Minuten gelöst werden müssen. Diese Aufgaben müssen mit eigenen Worten bearbeitet werden. Hierbei müssen z. B. Beurteilungen vorgenommen oder Begründungen abgegeben werden. Ebenso kann auch die Erstellung von Entwürfen und Skizzen oder von Vorschlägen für Gestaltungskonzeptionen vom Prüfling verlangt werden. Zu diesem Zweck wird vom Aufgabenerstellungsausschuss eine Materialliste vorgegeben, die von Prüfungstermin zu Prüfungstermin variieren kann und auf die jeweilige Aufgabenstellung ausgerichtet wird. Diese Liste kann z. B. diverse Zeichengeräte wie Spitzer, Radiergummi, Kugelschreiber etc. enthalten. Sie soll den Prüflingen mit der Einladung zur Prüfung zugesandt werden. Insgesamt können bei diesem Prüfungsbereich 100 Punkte erzielt werden (das Aufgabenraster nach Gebieten/Funktionen vgl. Abbildung 8).

**Abbildung 8: Aufgabenraster für die Abschlussprüfung im Prüfungsbereich „Visuelle Verkaufsförderung“**

Gebiet/Funktion	Aufgabenanteil ca. in %
01 Präsentation und Platzierung von Waren, Produkten und Dienstleistungen 01 Visuelle Verkaufsförderung als Instrument der Unternehmenspolitik 02 Präsentation von Waren, Produkten und Dienstleistungen 03 Entwurf und Planung	Die Anzahl der auf die einzelnen Funktionen entfallenden Aufgaben hängt von der Aufgabenstellung ab und differiert daher von Prüfungstermin zu Prüfungstermin
02 Einsatz von Werbe- und Gestaltungsmitteln 01 Kundenorientierte Kommunikation 02 Unternehmensphilosophie bei der Entwicklung von Gestaltungskonzepten 03 Visuelle Verkaufsförderung und Werbung 04 IT-Anwendungen 05 Umsetzung	
03 Be- und Verarbeitungstechniken 01 Sicherheit und Gesundheitsschutz bei der Arbeit 02 Umweltschutz 03 Werkstoffe, Werkzeuge und Geräte	
04 Anwenden von Englisch bei Fachaufgaben 01 Anwenden von Englisch bei Fachaufgaben  Hinweis: Das Gebiet 04 „Anwenden von Englisch bei Fachaufgaben“ wird gebiets- bzw. funktionsübergreifend geprüft	
Gesamt	
	100

Quelle: Gestalter/Gestalterin für visuelles Marketing. Prüfungskatalog für IHK-Abschlussprüfungen. Hrsg. Von der Aka, 1. Auflage 2005 (U-Form-Verlag), S. 4

**Prüfungsbereich „Projektplanung und -steuerung“**

In diesem Prüfungsbereich werden Aufgaben in gebundener und ungebundener, maschinell auswertbarer („programmierter“) Form gestellt, die in 60 Minuten gelöst werden müssen und die alle mit der gleichen Punktezahl bewertet werden. Zur Anwendung kommen Mehrfachwahl-, Mehrfachantwort-, Zuordnungs- und Reihenfolgeaufgaben.

Hinzu kommen Rechenaufgaben in Offen-Antwort-Form. Einige Aufgaben können Mehrfach-Frage-Aufgaben sein, denen eine gemeinsame Situationsvorgabe vorangestellt ist. Insgesamt können 100 Punkte erzielt werden. Das Aufgabenraster nach Gebieten/Funktionen und mit den entsprechenden Aufgabenanteilen in diesem Prüfungsbereich ist der Abbildung 9 zu entnehmen.

**Abbildung 9: Aufgabenraster für die Abschlussprüfung im Prüfungsbereich „Projektplanung und -steuerung“**

Gebiet/Funktion	Aufgabenanteil ca. in %
01 Projektplanung und Umsetzung	60
01 Arbeitsorganisation und Arbeitsplanung	
02 Teamarbeit und Kooperation	
03 Informations- und Kommunikationssysteme	
04 Entwurf und Planung	
05 Umsetzung	
02 Kalkulation von Projekten und Objekten	25
01 Beschaffung	
02 Kalkulation	
03 Erfolgskontrolle	15
01 Qualitätssicherung	
02 IT-Anwendungen	
03 Erfolgskontrolle	
04 Kaufmännische Steuerung und Kontrolle	
Gesamt	100

Quelle: Gestalter/Gestalterin für visuelles Marketing. Prüfungskatalog für IHK-Abschlussprüfungen. Hrsg. von der AKA, 1. Auflage 2005 (U-Form-Verlag), S. 5

### Prüfungsbereich „Wirtschafts- und Sozialkunde“

In diesem Prüfungsbereich werden Aufgaben in gebundener und ungebundener, maschinell auswertbarer („programmierter“) Form gestellt, die in 60 Minuten gelöst werden müssen und die alle mit der gleichen Punktezahl bewertet werden. Zur Anwendung kommen die beim Prüfungsbereich „Projektplanung und -steuerung“ beschriebenen Aufgabentypen (das Aufgabenraster nach Gebieten/Funktionen und mit der entsprechenden Anteilen der Aufgaben vgl. Abbildung 10).

**Abbildung 10: Aufgabenraster für die Abschlussprüfung im Prüfungsbereich „Wirtschafts- und Sozialkunde“**

Gebiet/Funktion	Aufgabenanteil ca. in %
01 Wirtschaftliche und rechtliche Grundlagen	25
01 Betrieb und Wirtschaft und Gesellschaft	
02 Menschliche Arbeit im Betrieb	75
01 Berufsbildung	
02 Arbeits- und Tarifrecht, Arbeitsschutz	
03 Betriebliche Mitbestimmung	
04 Sozialversicherung	
05 Arbeits- und Sozialgerichtsbarkeit	
Gesamt	100

Quelle: Gestalter/Gestalterin für visuelles Marketing. Prüfungskatalog für IHK-Abschlussprüfungen. Hrsg. von der AKA, 1. Auflage 2005 (U-Form-Verlag), S. 5

**Abbildung 11: Übersicht über das Aufgabentypen und Punktezahl nach Prüfungsbereichen in der Abschlussprüfung**

Prüfungsbereiche	Prüfungszeit nach der Ausbildungsordnung	Aufgabentypen	Punkte
Visuelle Verkaufsförderung	120 Minuten	ungebunden	100
Projektplanung und -steuerung	60 Minuten	Gebunden und ungebunden (maschinell auswertbar)	100
Wirtschafts- und Sozialkunde	60 Minuten	Gebunden und ungebunden (maschinell auswertbar)	100

### Stoffkataloge

Eine weitergehende Informationsquelle bieten die AKA-Prüfungskataloge („Stoffkataloge“) für die Zwischen- und Abschlussprüfung im Ausbildungsberuf Gestalter/in für visuelles Marketing. Die Stoffkataloge sind nach Prüfungsgebieten aufgebaut und in Funktionen, Fragenkomplexe und Themenkreise sowie Beispiele für betriebliche Handlungen gegliedert. Die ersten beiden Gliederungsebenen entsprechen weitgehend den Vorgaben des Ausbildungsrahmenplans. Die Themenkreise konkretisieren die Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten und sind damit für eine gezielte Prüfungsvorbereitung von besonderer Bedeutung. Sie resultieren aus der Interpretation des Ausbildungsrahmenplans sowie der Zuordnung der Inhalte des KMK-Rahmenlehrplans durch den Aufgabenerstellungsausschuss. Die Beispiele für betriebliche Handlungen zeigen, welche Inhalte Ausgangspunkt für eine Aufgabenstellung sind und die Handlungselemente Planen, Durchführen und Kontrollieren

enthalten können. Schließlich beinhalten die Stoffkataloge ein Raster, welches einen Eindruck von der relativen Bedeutung der einzelnen Prüfungsgebiete vermittelt. Die Stoffkataloge können beim U-Form-Verlag Solingen unter den Bestellnummern 1530 (für die Zwischenprüfung) sowie 5030 (für die Abschlussprüfung) bezogen werden (Internetseite [www.u-form.de](http://www.u-form.de), E-Mail-Adresse: [uform@u-form.de](mailto:uform@u-form.de), Tel. 02 12/2 22 07-20).



### 4.3 Checkliste zur Prüfungsvorbereitung

Wissenschaftliche Studien und praktische Erfahrung zeigen, dass eine gute Prüfungsvorbereitung eine wichtige Rolle für den Prüfungserfolg des Auszubildenden spielt.

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

<b>Checkliste für den Ausbilder/Betrieb zur Prüfungsvorbereitung</b>	
• Informieren Sie Ihre Auszubildenden umfassend über den Ablauf der Prüfung und alle Modalitäten in deren Zusammenhang!	<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"/>
○ • Stellen Sie sicher, dass Sie oder ein anderer qualifizierter Ansprechpartner für alle auftretenden Fragen zur Verfügung stehen!	<input type="checkbox"/>
• Motivieren Sie Ihre Auszubildenden!	<input type="checkbox"/>
• Nutzen Sie Kurse der Berufsschule oder anderer Anbieter, um Ihre Auszubildenden zusätzlich auf die Prüfung vorzubereiten.	<input type="checkbox"/>
• Honorieren Sie eigeninitiiertes Lernen.	<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"/>
• Entlasten Sie Ihre Auszubildenden angemessen von allen anderen Dingen – wie tägliche Arbeit, fertig zustellende Arbeitsaufträge etc.!	<input type="checkbox"/>
• Informieren Sie sich rechtzeitig über die Termine und Fristen der Abschlussprüfung bei der für Sie zuständigen IHK!!	<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"/>
○ • 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"/>
• Nutzen Sie die Formulare der Kammern, die meist in elektronischer Form über das Internet zu bekommen sind!	<input type="checkbox"/>

## 5. Berichtsheft als Ausbildungsnachweis (§ 7 VO)

Die Auszubildenden haben ein Berichtsheft in Form eines Ausbildungsnachweises zu führen.

Ihnen ist Gelegenheit zu geben, das Berichtsheft während der Ausbildungszeit zu führen.

Die Auszubildenden haben das Berichtsheft regelmäßig durchzusehen.

Manchem Auszubildenden und auch so manchem Betreuer erscheint das Berichtsheft wie eine lästige Pflicht. Dabei hat es tatsächlich viele Vorteile, das 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 das Berichtsheft mindestens monatlich prüfen und abzeichnen.
- Es ermöglicht auch Vergleiche zu anderen Auszubildenden.
- Es gibt dem Ausbilder die Möglichkeit auf nicht erfüllte Lernziele zu reagieren und sie wieder in den verbleibenden Durchlauf zu integrieren
- Die Rückgabe bietet Anlass zum Dialog mit den Auszubildenden und Feedback über die Ausbildungsstationen

### Vorteile für den Auszubildenden:

- Es gibt dem Auszubildenden die Möglichkeit, Erlerntes noch einmal zu überdenken, 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 auch eigenverantwortlich den Fortschritt seiner Ausbildung kontrollieren.
- Das Berichtsheft gilt so auch als Dokumentation für die während der Ausbildungszeit tatsächlich durchgeführten Aufgaben.
- Zur Prüfungsvorbereitung kann das Berichtsheft einen guten Überblick geben.

### Das Berichtsheft sollte:

- den zeitlichen und sachlichen Ablauf der Ausbildung widerspiegeln.
- Hierzu ist es notwendig das Berichtsheft selbstständig, regelmäßig und zeitnah zu führen. Nach der Empfehlung des Bundesausschusses für Berufsbildung vom 24.8.1971 (Bundesarbeitsblatt 10/1971) soll der Ausbildungsnachweis vom Auszubildenden mindestens wöchentlich geführt werden.
- Eine einfache Form, z. B. in selbsterklärenden Stichpunkten, ist sinnvoll.
- Der Ausbilder sollte dafür sorgen, dass auch die gesetzlichen Vertreter des Auszubildenden und die Berufsschule in angemessenen Zeitabständen über den Ausbildungsverlauf informiert werden und dies durch ihre Unterschrift bestätigen.
- Vorlagen für Berichtshefte sind über den Fachhandel zu beziehen; ein Formular für den PC ist jedoch oft praktischer.

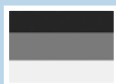
## 6. Ausbildungsprofil in deutscher, englischer und französischer Sprache



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.

Siehe nächsten Abschnitt: „Europass“



### Berufsbezeichnung

Gestalter für visuelles Marketing/Gestalterin für visuelles Marketing

Anerkannt durch die Verordnung vom 12. Mai 2004 (BGBl. I, S. 922)

### Ausbildungsdauer

3 Jahre

Die Ausbildung findet an den Lernorten Betrieb und Berufsschule statt.

### Arbeitsgebiet

Gestalter und Gestalterinnen für visuelles Marketing arbeiten im Handel, auf Messen, Ausstellungen und in der Industrie. Ihre Arbeitsbereiche umfassen Verkaufsförderung, Präsentation von Waren, Produkten und Dienstleistungen, Werbung, Events, Öffentlichkeitsarbeit sowie Promotion.

### Berufliche Qualifikationen

Gestalter und Gestalterinnen für visuelles Marketing

- entwickeln und realisieren visuelle Gestaltungskonzepte, die die Unternehmensphilosophie kommunizieren und die Absatzförderung unterstützen,
- präsentieren Waren, Produkte und Dienstleistungen und nutzen dabei Kunden- und Verkaufstrends für ihre visuellen Gestaltungskonzepte,
- gestalten Verkaufs-, Präsentations- und Ausstellungsräume,
- kooperieren mit Verkaufs- und Ausstellungspersonal sowie anderen gestalterischen und werbenden Berufsgruppen,

- setzen Wirkungen von Licht, Formen, Farben und anderen Gestaltungselementen verkaufsfördernd ein,
- planen und organisieren Events, Kundenforen und Promotion-Aktionen,
- beschaffen Werkstoffe und Präsentationsmittel unter wirtschaftlichen und ökologischen Aspekten und setzen sie ein,
- nutzen Grafik-, Layout- und Bildbearbeitungsprogramme,
- führen Kalkulationen sowie Erfolgskontrollen durch.

## Training profile



### Designation of occupation

Visual marketing designer  
Recognised by ordinance of 12 May 2004  
(BGBl. I p. 922)

### Duration of traineeship

3 years

The venues for training are company and part-time vocational school (Berufsschule).

### Field of activity

Visual marketing designers work in commerce, at trade fairs, exhibitions and in industry. Their fields of activity include sales promotion, presentation of goods, products and services, advertising, events, publicity and promotions.

### Occupational skills

Visual marketing designers

- develop and realise visual design concepts which communicate the corporate philosophy and support sales promotion,
- present goods, products and services and use customer and sales trends for their visual design concepts,
- design sales, presentation and exhibition rooms,
- cooperate with sales and exhibition departments as well as other design and advertising occupational groups,

- utilise the effects of light, form, colour and other design elements to promote sales,
- plan and organise events, customer forums and promotions,
- acquire and use materials and presentation resources in an economic and environmentally-sound manner,
- use graphics, layout and image processing programs,
- carry out calculations and efficiency reviews.

## Profil de formation



### Désignation du métier

Styliste en marketing visuel

Métier reconnu par l'ordonnance du 12 mai 2004 (BGBl. I p. 922)

### Durée de la formation

3 ans

La formation s'effectue en entreprise et à l'école professionnelle (Berufsschule).

### Domaine d'activité

Les stylistes en marketing visuel sont employés dans le commerce, sur les foires, les salons et les expositions et dans l'industrie. Leurs champs d'activité englobent les promotions de ventes, les présentations de marchandises, de produits et de services, les campagnes publicitaires, les événements et manifestations, la publicité et les relations publiques.

### Capacités professionnelles

Les stylistes en marketing visuel

- conçoivent et réalisent des concepts de créations visuelles, conformes à la philosophie des entreprises et de nature à soutenir les ventes,
- présentent des marchandises, des produits et des services, en s'appuyant sur les tendances de la clientèle et de la distribution pour leurs concepts de créations visuelles,
- décorent les locaux de vente, de présentation et d'exposition,
- travaillent en collaboration avec les services de vente et d'exposition ainsi qu'avec d'autres groupes professionnels créatifs et publicitaires,

- mettent en œuvre des effets de lumières, de formes, de couleurs et d'autres éléments plastiques pour la promotion des ventes,
- projettent et organisent des événements, des forums de clients et des actions de promotion,
- commandent et utilisent des matériaux et des éléments de présentation, en tenant compte des aspects économiques et écologiques,
- maîtrisent les logiciels de graphisme, de mise en page et de traitement des images,
- effectuent des calculs et des contrôles de résultats.



## 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](http://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](http://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. Es soll künftig das Ausbildungsprofil ersetzen.

### 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](http://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/](http://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.

---

# Muster/Beispiele



## 1. Berufsausbildungsvertrag 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))<sup>1</sup>

und

.....

.....  
(Name und Anschrift der/des Auszubildenden)

geb. am

.....

gesetzlich vertreten durch<sup>2</sup>

.....

---

<sup>1</sup> 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)

<sup>2</sup> 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 Ausbildungsordnung<sup>3</sup> geschlossen:

**§ 1 – Dauer der Ausbildung**

**1. Dauer**

Die Ausbildungsdauer beträgt nach der Ausbildungsordnung ..... Jahre/Monate.

a) Auf die Ausbildungsdauer wird die Berufsausbildung zum .....<sup>4</sup> bzw.  
eine berufliche Vorbildung in .....<sup>5</sup>  
mit ..... Monaten angerechnet.

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

Das Berufsbildungsverhältnis beginnt am .....<sup>7</sup>  
und endet am .....

**2. Probezeit**

Die Probezeit beträgt ..... Monate<sup>8</sup>. Wird die Ausbildung während der Probezeit um  
mehr als ein Drittel dieser Zeit unterbrochen, so verlängert sich die Probezeit um den Zeitraum  
der Unterbrechung.

<sup>3</sup> Gem. § 104 Abs. 1 BBiG und § 122 Abs. 4 HwO sind die vor dem 1. September 1969 bestehenden Ord-  
nungsmittel anzuwenden, solange eine Ausbildungsordnung nicht erlassen ist.

<sup>4</sup> 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.

<sup>5</sup> 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 Bundesver-  
ordnungen 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 gemein-  
samen Antrages der Auszubildenden und Ausbildenden (§ 7 BBiG).

<sup>6</sup> 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.

<sup>7</sup> Wenn die Ausbildungsordnung vorsieht, dass die Berufsausbildung in sachlich und zeitlich besonders  
gegliederten, aufeinander abgestimmten Stufen erfolgt, soll zwar nach den einzelnen Stufen ein Ausbil-  
dungsabschluss 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).

<sup>8</sup> 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 auszuhandigen;

### 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 Abschlussprüfungen<sup>9</sup>, auch soweit solche nach Beendigung des Berufsausbildungsverhältnisses und in zeitlichem Zusammenhang damit stattfinden, erforderlich sind;

<sup>9</sup> 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 Ausbildenden, 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 Ausbildenden 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 Ausbildende 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 Ausbildenden 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 Ausbildungszeit<sup>10</sup>

Die regelmäßige tägliche Ausbildungszeit beträgt ..... Stunden.<sup>11</sup>

### 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 Grund<sup>12</sup> 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.

<sup>10</sup> 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.

<sup>11</sup> 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).

<sup>12</sup> 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 Ausbildende 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 Ausbildende, 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 Ausbildende hat der/dem Auszubildenden bei Beendigung des Berufsausbildungsverhältnisses ein Zeugnis auszustellen. Die elektronische Form ist ausgeschlossen. Hat der Ausbildende 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 Vereinbarungen<sup>13</sup>; 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 Mündeln .....fach) ausgestellt und von den Vertragsschließenden eigenhändig unterschrieben worden.

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

Der/die Ausbildende:

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:

.....

<sup>13</sup> 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 Berufsgrundbildungsjahr 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 Tarifbindung 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 Ausbildenden 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).



---

# Informationen



## 1. Weiterbildung

Auch nach der Ausbildung in dem Beruf „Gestalter/Gestalterin für visuelles Marketing“ ist es erforderlich, aufgrund der dynamischen Entwicklung und durch technische, gesellschaftliche, ökonomische und gestaltungsbezogene Neuerungen sich permanent weiterzuentwickeln und zu qualifizieren. Hierfür bieten sich zwei Bereiche der Fortbildung an, die Anpassungs- und die Aufstiegsfortbildung. Während die Anpassungsfortbildung dazu beiträgt, dass regelmäßig die Qualifikationen und Kompetenzen den veränderten Anforderungen in den Unternehmen entsprechend auf dem aktuellen Stand der Entwicklung gehalten bzw. angepasst werden, können längerfristige Maßnahmen der Aufstiegsfortbildung den beruflichen Aufstieg unterstützen.

### 1. Anpassungsfortbildung

Bei diesem Fortbildungsbereich werden Aktivitäten angesprochen, die befähigen, neue Anforderungen am Arbeitsplatz zu bewältigen und sich an aktuelle betriebliche Trends anzupassen, indem z. B. Kurse und Seminare in unterschiedlichen Bildungseinrichtungen zu ausgewählten Themen sowie Fachtagungen und Messen besucht werden oder am Arbeitsplatz gelernt wird. Themen der Anpassungsfortbildung für Gestalter/Gestalterinnen für visuelles Marketing können beispielsweise sein: Innenausbau und Ladenbau, Feng Shui, Konzeptionsfindung, Verkaufsförderung und Verkaufspsychologie, Innenarchitektur oder Grafikdesign. Auch Teilbereiche des Visual Merchandising bieten sich für Fortbildungsmaßnahmen an. In dem Bereich der Anpassungsfortbildung gibt es Maßnahmen der betrieblichen Weiterbildung, aber auch der außerbetrieblichen Weiterbildung, die von Bildungseinrichtungen der jeweiligen Branche, von Industrie- und Handelskammern und freien Trägern angeboten werden. Erwähnenswert ist E-Learning, das in den letzten Jahren an Bedeutung gewonnen hat; es stärkt insbesondere die Selbstlern-Kompetenzen der engagierten und leistungsorientierten Beschäftigten.

### 2. Aufstiegsfortbildung

Die Abschlüsse der Aufstiegsfortbildung in Deutschland sind auf einem höheren Niveau angesiedelt, bieten nach einer Fortbildungsprüfung und in Verbindung mit einer einschlägigen Berufstätigkeit eine Weiterentwicklung im Beruf und bereiten somit auf verantwortliche Fach-, Organisations- und Führungsaufgaben vor. Sie sind auf drei Qualifikationsebenen angeordnet:

- Auf der ersten Ebene sind z. B. die Abschlüsse mit der Bezeichnung „Fachberater/in“ angesiedelt, die in erster Linie die Berufsausbildung erweitern und vertiefen sowie neue Inhalte aufnehmen. Es handelt sich dabei vorwiegend um Zertifikate bei Bildungsträgern und bei Fachverbänden, aber auch um Prüfungen bei IHKn nach § 54 BBiG.
- Auf der zweiten Ebene sind die Abschlüsse der Fachkaufleute, Fachwirte und Meister nach § 53 BBiG, teilweise auch nach § 54 BBiG, zu finden; sie sind für den Nachwuchs auf der mittleren Führungsebene in den Unternehmen vorgesehen und bereiten auf die Wahrnehmung von Aufgaben mit einer deutlich höheren Verantwortung vor. Sie können aber auch auf eine selbstständige, unternehmerische Existenz vorbereiten.

- Auf der dritten Ebene des Fortbildungssystems sind gehobene Fortbildungsberufe angesiedelt, wie z. B. Betriebswirt/in IHK (auch auf BBiG-Basis), die für berufserfahrene Praktiker vorgesehen sind, die sich auf gehobene Führungsaufgaben vorbereiten und sich in Tätigkeitsfeldern bewegen möchten, die bisher weitgehend Akademikern/Akademikerinnen vorbehalten sind. Diese Fortbildungsberufe der dritten Ebene können nach dem Absolvieren von Fortbildungsgängen auf der zweiten Ebene angesteuert werden. Vergleichbare Abschlüsse werden mit den landesrechtlich geregelten Betriebswirten (staatlich geprüft) auch erreicht, die insbesondere in branchenbezogenen Fachschulen (insbesondere des Handels) durchgeführt werden.

Gestalter und Gestalterinnen für visuelles Marketing haben vielseitige Qualifizierungsmöglichkeiten, die ihnen den Weg zu einem beruflichen Aufstieg ebnen können. Um an Maßnahmen der beruflichen Aufstiegsfortbildung teilzunehmen, ist eine entsprechende Berufspraxis erforderlich. Je nachdem in welche Richtungen sich ausgebildete Gestalter/Gestalterinnen für visuelles Marketing entwickeln möchten, ob sie sich mehr in die kaufmännische, branchenbezogene und marketingbezogene Richtung oder mehr in die kreative, gestaltungsbezogene Richtung entwickeln möchten, können beispielsweise folgende abschlussbezogene Maßnahmen der Aufstiegsfortbildung absolviert werden:

- Fachwirt/Fachwirtin Visual Merchandising;
- Geprüfter Fachkaufmann/Fachkauffrau für Marketing;
- Fachkaufmann/Fachkauffrau für Werbung und Kommunikation;
- Werbefachwirt/Werbefachwirtin;
- Raumausstattermeister/in;
- Geprüfter Handelsfachwirt/Geprüfte Handelsfachwirtin;
- Geprüfter Medienfachwirt/Geprüfte Medienfachwirtin.

#### Fachwirt/Fachwirtin für Visual Merchandising

Der passgenaue Fortbildungsberuf für den Gestalter/die Gestalterin für visuelles Marketing ist der Fachwirt/die Fachwirtin für Visual Merchandising. Es ist ein öffentlich-rechtlicher Fortbildungsabschluss der Industrie- und Handelskammer nach § 54 BBiG. Die Prüfung wird bei der Industrie- und Handelskammer München-Oberbayern abgenommen. Vorbereitungslehrgänge für diese Prüfung werden bei der Akademie Handel e.V., Forum für Visual Merchandising ([www.akademie-handel.de](http://www.akademie-handel.de)) angeboten. Diese Fortbildungsregelung ist aber nicht nur auf Bayern beschränkt, sondern es nehmen Teilnehmer/Teilnehmerinnen aus sämtlichen Bundesländern an der Fortbildungsmaßnahme und der anschließend Fortbildungsprüfung teil.

Fachwirte und Fachwirtinnen für Visual Merchandising tragen Verantwortung für das Gesamterscheinungsbild eines Unternehmens, erstellen Werbekonzeptionen für Waren oder Dienstleistungen und sorgen für ihre fortlaufende Anpassung an sich verändernde Marktgegebenheiten. Um die von der Geschäftsleitung ihres Unternehmens festgelegten Werbekonzeptionen in die Praxis umzu-

setzen, arbeiten sie mit Werbeagenturen zusammen. Im Bereich des Visual Merchandising entwickeln und planen sie dreidimensionale visuelle Werbeaktionen und koordinieren den werblichen Auftritt des Unternehmens. Sie übernehmen dabei Organisations- und Gestaltungsaufgaben und beziehen bauliche und beleuchtungstechnische Voraussetzungen sowie das Corporate Design des Unternehmens mit ein. Fachwirte und Fachwirtinnen für Visual Merchandising sind an der Realisierung der verschiedenen Elemente des visuellen Verkaufens im Atelier, in der Werkstatt oder bei beauftragten Dienstleistern beteiligt und leiten das werbetechnische Gestalten von Schaufenstern, Verkaufsräumen und Vitrinen an. Außerdem wirken sie beim Entwerfen und Herstellen von grafischen Werbemitteln, zum Beispiel Plakaten, Schrifttafeln, Scheibenaufklebern oder Preisschildern mit. Eine weitere Aufgabe ist, Events zu planen, durchzuführen und die Öffentlichkeitsarbeit zu übernehmen, ein Team zu motivieren, Termine, Budget und Personaleinsatz zu planen und zu kontrollieren.

Durch den Rückgang an Ausbildungsplätzen im Berufsfeld „visuelles Marketing“ in den vergangenen Jahren, gibt es mittlerweile einen Mangel an fähigen Visual-Merchandising-Experten. Zur Zeit übersteigt die Nachfrage nach diesen Fachexperten das Angebot auf dem Stellenmarkt.

#### **Geprüfter Fachkaufmann/Geprüfte Fachkauffrau für Marketing**

Bei dem kaufmännischen Fortbildungsberuf „Fachkaufmann/Fachkauffrau für Marketing“ handelt es sich um die Qualifizierung zu einem Funktionsspezialisten im Marketing. Die Absolventen agieren interdisziplinär und verbinden bei ihrer Aufgabenwahrnehmung Produkt- und Vertriebsmanagement, Marketing und Service. Fachkaufleute für Marketing sind in der Lage, für das Unternehmen Veränderungen und Chancen auf nationalen und internationalen Märkten eigenständig erkennen und Marketingmaßnahmen verantwortlich planen, beurteilen und umsetzen zu können. Sie werden in erster Linie für gehobene Fach-, Organisations- und Führungsaufgaben im Vertrieb eingesetzt, aber sie können sich auch zu selbstständigen Werbefachleuten weiterentwickeln.

Im Einzelnen können sie folgende Kompetenzen nachweisen:

- Marktinformationen beschaffen, bewerten, prognostizieren, präsentieren und moderieren;
- Strategien und Projekte im nationalen und internationalen Marketing planen;
- Projekt- und Produktmanagement durchführen: Organisieren, Koordinieren, Moderieren und Umsetzen von Marketingstrategien, -projekten und -aktionen im Unternehmen, einschließlich des fachlichen Führens;
- Controlling und Qualitätssicherung im strategischen und operativen Marketing durchführen.

Für Gestalter/Gestalterinnen für visuelles Marketing ist dieser Fortbildungsberuf eine Orientierung in Richtung Absatzwirtschaft, und führt weg vom gestalterischen Profil. Trotzdem stellt dieser Fortbildungsberuf bei einer Präferenz für das Marketing insgesamt eine berufliche Perspektive dar.

Dieser Fortbildungsabschluss basiert seit 2006 auf einer bundesweit gültigen Fortbildungsregelung nach § 53 BBiG.

#### **Fachkaufmann/Fachkauffrau für Werbung und Kommunikation**

Fachkaufleute für Werbung und Kommunikation erstellen Werbe-, Kommunikations- und Verkaufskonzeptionen für die von dem Unternehmen erstellten Produkte und Dienstleistungen. Sie stimmen diese mit der Geschäfts- oder Werbeleitung ab und setzen die aus der Konzeption resultierenden Maßnahmen eigen- oder mitverantwortlich in die Praxis um. Darüber hinaus überprüfen sie die Wirksamkeit der Maßnahmen durch eine fortlaufende Erfolgskontrolle und passen die Konzeptionen gegebenenfalls an aktuelle Marktsituationen an. Hierbei arbeiten sie häufig mit Werbeagenturen und Marktforschungsunternehmen zusammen.

Eine zunehmend wichtige Aufgabe von Fachkaufleuten für Werbung und Kommunikation ist es auch, neue Werbestrategien aufzuspüren und neue Werbestrategien zu entwickeln. In den nächsten Jahren wird die Werbebranche Internet und Mobiltelefon zunehmend für Werbeaktivitäten nutzen - zusätzlich zu Annoncen in Printmedien und Fernseh- und Kinospots.

Auch dieser Fortbildungsabschluss ist kaufmännisch orientiert, und zwar für einen Teilbereich des Marketing, Ausgebildete Gestalter/Gestalterinnen des visuellen Marketing die diese berufliche Orientierung wählen, entfernen sich ein Stück weit vom gestalterischen Aufgabenprofil. Es handelt sich um einen öffentlich-rechtlichen Abschluss einer Industrie- und Handelskammer nach § 54 BBiG. In zehn Industrie- und Handelskammern (Bremen, Bonn/Rhein-Sieg, Rheinhessen, Karlsruhe, Leipzig, Magdeburg, Offenbach a.M., Osnabrück-Emsland, Region Stuttgart, Rostock) besteht die Möglichkeit, eine Prüfung zu dieser Aufstiegsfortbildung zu absolvieren.

#### **Werbefachwirt/Werbefachwirtin**

Auch der kaufmännische Fortbildungsberuf „Werbefachwirt/Werbefachwirtin“ ebenso wie die Fortbildungsberufe „Fachwirte/Fachwirtinnen für Public Relations“ und „Kommunikationswirte/Kommunikationswirtinnen“ sind Experten für Werbung, Kommunikation und PR. Für Gestalter/Gestalterinnen für visuelles Marketing bedeutet das den Verzicht auf die gestalterische Orientierung der Arbeit und Hinwendung zu einer Spezialisierung in einem Bereich des Marketing. Diese werbeorientierten Fortbildungsberufe nehmen Aufgaben im Bereich des Marketing und der Kommunikation wahr. Sie konzipieren und realisieren z. B. Marketingstrategien, Werbekampagnen, Imagekampagnen und PR-Maßnahmen für Unternehmen, Parteien, Verbände und sonstige Organisationen. Beschäftigungsmöglichkeiten finden die Absolventen einer der o.g. Fortbildungsabschlüsse z. B. in Werbe- bzw. PR-Agenturen, in Werbe- oder Öffentlichkeitsabteilungen größerer Firmen oder Institutionen, bei Verbänden und Parteien, in den Medien oder in Marktforschungsinstituten.

Diese Fortbildungsabschlüsse können in Fachschulen und/oder bei IHK erworben werden: Fortbildungsprüfungen zu Werbefachwirten/Werbefachwirtinnen (IHK) sowie Fachwirten/Fachwirtinnen für Public Relations (IHK) werden bei der IHK Köln nach § 54 BBiG abgenommen, der Abschluss „Kommunikationsfachwirt/in (staatlich geprüft)“ kann in einer Fachschule in Hessen (Kassel) erworben werden. Weitere Informationen können auf den Internetseiten der Bundesagentur für Arbeit ([www.berufenet.arbeitsagentur.de](http://www.berufenet.arbeitsagentur.de) unter der Rubrik Tätigkeit -

Weiterbildung bei „Gestalter/in für visuelles Marketing“) abgerufen werden. Hier sind auch Links zu entsprechenden Bildungsträgern vorhanden, die entsprechende Fortbildungsmaßnahmen anbieten.

### Raumausstattermeister/Raumausstattermeisterin

Gestalter/Gestalterinnen für visuelles Marketing bekommen im ersten Jahr der Ausbildung gemeinsam mit Raumausstattern/Raumausstatterinnen Berufsschulunterricht, da die Lehrpläne entsprechend ausgerichtet sind. Begründung hierfür ist, dass es von der gestalterischen Seite zwischen beiden Ausbildungsberufen Gemeinsamkeiten gibt. Von daher ist es auch naheliegend, dass Gestalter/Gestalterinnen für visuelles Marketing die Fortbildung für Raumausstatter/innen absolvieren können, wenn die entsprechenden Voraussetzungen vorliegen.

Der Fortbildungsabschluss „Raumausstattermeister/in“ ist eine durch die Handwerkskammern geregelte berufliche Fortbildung in einem zulassungsfreien Handwerk. Die Vorbereitungslehrgänge erfolgen an Bildungseinrichtungen im Bereich des Handwerks. Raumausstattermeister/innen übernehmen verantwortliche Fach- und Führungsaufgaben vor allem im Bereich der Ausstattung von Wohnungen, Büroräumen und Gaststätten, aber auch von öffentlichen Einrichtungen wie Theatern oder Konzertsälen. Sie planen und leiten das Verlegen von Teppich-, Kork- oder Kunststoffböden sowie die Anbringung von Gardinen und Dekorationen, einschließlich Sonnenschutz- und Verdunkelungsanlagen. Häufig arbeiten sie selbst praktisch mit. Ferner sind sie für die Personal-, Betriebs- und Arbeitsorganisation sowie die betriebliche Ausbildung zuständig. Dabei können sie in leitender Funktion in einem Unternehmen angestellt sein oder einen eigenen Handwerksbetrieb führen.

Raumausstattermeister/innen arbeiten insbesondere in Fachbetrieben des Raumausstatterhandwerks und in allen Betrieben, die entsprechende Dienstleistungen anbieten, zum Beispiel in Raumausstattungs- und Innendekorationsabteilungen von Warenhäusern. Darüber hinaus sind sie in sehr verschiedenen Unternehmen tätig, zum Beispiel im Möbelhandel, an Bühnenwerkstätten und in Messebaubetrieben. Sie arbeiten vor allem in Geschäftsräumen, Werkstätten, auf Baustellen sowie in den Räumen der Kunden. Planungs- und Abrechnungsarbeiten, Rohstoffbestellungen und Liefervorbereitungen, die Bearbeitung des Schriftverkehrs mit Kunden, Behörden, Verbänden und der Berufsschule sowie sonstige Verwaltungsarbeiten erledigen sie in der Regel im eigenen Büro am Schreibtisch.

Dieser Fortbildungsabschluss basiert auf einer Rechtsverordnung nach § 45 Handwerksordnung über die Anforderungen in der Meisterprüfung in einem Gewerbe der Anlage A zur Handwerksordnung.

### Geprüfter Handelsfachwirt/Geprüfte Handelsfachwirtin

Diese Fachwirte-Fortbildung stellt die branchenbezogene kaufmännische Aufstiegsfortbildung im Handel dar. Da Gestalter/innen für visuelles Marketing zum größten Teil im Handel ausgebildet werden, können sie sich auch in Richtung Vertrieb beruflich weiterentwickeln. Allerdings verlassen sie auch bei dieser Qualifizierungsmaßnahme ihr gestalterisches Aufgabenfeld.

Handelsfachwirte/-fachwirtinnen können als Beschäftigte, aber auch als Selbstständige im institutionellen und funktionellen Handel arbeiten, insbesondere im Einzelhandel sowie im Groß- und Außenhandel. Sie nehmen eigenständig und verantwortlich handelsspezifische

Aufgaben und Sachverhalte wahr, insbesondere Aufgaben der Planung, Steuerung, Durchführung und Kontrolle des Unternehmens bzw. einzelner Organisationseinheiten unter Nutzung betriebswirtschaftlicher und personalwirtschaftlicher Steuerungsinstrumente.

Dieser Fortbildungsabschluss basiert auf einer bundesweit gültigen Fortbildungsregelung nach § 53 BBiG.

### Geprüfter Medienfachwirt/Geprüfte Medienfachwirtin

Auch bei dem Fortbildungsberuf „Geprüfter Medienfachwirt/Geprüfte Medienfachwirtin“ kommt es zu einer Schwerpunktverlagerung der Aufgaben für Gestalter/Gestalterinnen für visuelles Marketing. Geprüfte Medienfachwirte/Geprüfte Medienfachwirtinnen sind qualifiziert, professionell in einem der Handlungsfelder Audiovisuelle Medien, Printmedien, Digitalmedien oder Veranstaltungstechnik folgende in Zusammenhang stehende Aufgaben in der Medienwirtschaft selbstständig und eigenverantwortlich wahrzunehmen:

- Planen, Steuern, Durchführen und Kontrollieren medientechnischer Produktionen auf der Basis technischer, betriebswirtschaftlicher und rechtlicher Zusammenhänge sowie Organisieren und Weiterentwickeln technischer und betriebswirtschaftlicher Abläufe einschließlich des Qualitätsmanagements;
- Durchführen von Kundenberatungen, Erstellen von Marketingkonzepten und Kalkulationen sowie Konzeption und Organisation von Projekten und Produkten;
- Wahrnehmen qualifizierter Aufgaben in einem Handlungsfeld im Bereich Produktionsprozesse unter Beachtung einschlägiger Vorschriften;
- Systematische und zielorientierte Anwendung von Kommunikationsgrundlagen und Führungsgrundsätzen bei der Wahrnehmung von Führungs- und Qualifizierungsaufgaben.

Auch dieser Fortbildungsabschluss basiert auf einer bundesweit gültigen Fortbildungsregelung nach § 53 BBiG.

## 3. Weiterführende Abschlüsse

An dieser Stelle soll auch auf weiterführende Abschlüsse hingewiesen werden, für die meist ein höherer Bildungsabschluss erforderlich ist.

### Abschlüsse an Berufsakademien

Berufsakademien werden gern von Abiturienten gewählt, die kein Studium beginnen wollen, sondern anstreben, eine praxisbezogene Qualifizierung auf gehobenen Niveau zu absolvieren. Zahlreiche Handelsunternehmen kooperieren mit Berufsakademien, um Führungsnachwuchskräfte auszubilden, vorwiegend bezogen auf den Abschluss Betriebswirt/Betriebswirtin (BA) und in Verbindung mit einem Abschluss in einem dualen kaufmännischen Ausbildungsberuf, wie z. B. Kaufmann/Kauffrau im Groß- und Außenhandel sowie Kaufmann/Kauffrau im Einzelhandel. Für Gestalter/Gestalterinnen für visuelles Marketing bietet sich aber eher an, die Studiengänge „Kommunikationsgestaltung“ oder „Produktgestaltung“ (BA) zu wählen, wenn eine gestalterische Orientierung angestrebt wird.

### Hochschul- und Fachhochschulabschlüsse

Wer über die erforderliche Hochschulzugangsberechtigung verfügt, kann ein Hochschul- bzw. Fachhochschulstudium anstreben. Für Gestalter/innen für visuelles Marketing kommen z. B. folgende Studiengänge in Betracht:

- Designer/in, Abschlüsse an Fachhochschulen, Kunsthochschulen und Universitäten, auch Bachelor-Abschlüsse, mit unterschiedlichen Fachrichtungen wie Visuelle Kommunikation, Kommunikationsdesign, Electronic Business, Industrie-/Industrial-Design, Grafik Design, Illustration, Entwerfen aktiver und interaktiver Medien, Innenarchitektur-Mediale Raumgestaltung, Kunst, Medien, Bühnenbild, Produktgestaltung;
- Studiengänge im Bereich Innenarchitektur an Fachhochschulen und Universitäten.

### 4. Weitere Tätigkeitsfelder und Karrierewege

Wird eine Tätigkeit im Handel angestrebt, so ist nach einigen Jahren Berufspraxis als Gestalter/Gestalterin für visuelles Marketing ein stufenweiser Aufstieg auf der Karriereleiter möglich: über den Einsatz als Erstkraft in großen Handelsunternehmen über eine betriebsinterne Assistenzweiterbildung (Substitutenausbildung) über die Betreuung von Filialen im Bereich Visual Merchandising oder Schauwerbegestaltung bis zur Leitung der Dekorationsabteilung.

In Messebaubetrieben ist nach einer entsprechenden Berufspraxis ein Einsatz als Projektleiter/in möglich.

Außerdem bieten sich auch breitgefächerte Tätigkeiten in Werbeagenturen, Theatern und Fotostudios an. Einige Berufsangehörige werden auch als Requisiteure bei Film oder Theater tätig.

## 2. Berufsschulen

Stand: 29. Dezember 2005

Berufsschulen Schauwerbegestalter/in bzw. Gestalter/in für visuelles Marketing

Berufsschulen nach Bundesländern	Ansprechpartner	Straße	PLZ	Ort	Telefon	Fax/E-Mail, Internet
<b>Baden-Württemberg</b>						
Friedrich-Weinbrenner-Gewerbeschule	Frau Petra Hammel	Bissierstr. 17	79114	Freiburg i.Br.	0761/2017742/3	E-Mail: verwaltung@fwg.fr.schule.de
Fachschule für Farbe und Gestaltung	Herr Bernhard Zigelli	Leobener Straße 97	70469	Stuttgart-Feuerbach	0711/89025-211	0711/89025-220 Zigelli@sfg.s.bw.schule.de
Ferdinand v. Steinbeis Schule	Herr Schlereth	Egginer Wg 26	89077	Ulm	0731-1613800	0731-1611628
<b>Bayern</b>						
Staatliche Berufsschule I	Herr Ackert	Lizpoldstr. 26	84034	Landshut / Nbay.	0871/96300 oder 0871/973340	
Städt. Berufsschule für Farbe und Gestaltung	Herr Hornuff	Luisenstr. 9-11	80333	München	089/23332801	089/233-32801 sekretariat@fsft.musin.de
Berufsschule 6	Herr Loock	Äußere Bayreutherstr. 88	90491	Nürnberg	0911/231-8777-80	
Städt. Kaufm. Berufsbildungszentrum	Herr Norbert Röhr	Stettiner Str. 1	97072	Würzburg	0931/7908100	
<b>Berlin</b>						
Oberstufenzentrum Handel	H. Gleitze, Fr. Prill, Fr. Roskopf	Wrangelstr. 98	10997	Berlin	030/61129615	www.oszhandel.be.schule.de
<b>Bremen</b>						
Schulzentrum des Sekundarbereichs II	Herr Grote	Alwin-Lonke-Str. 71	28719	Bremen	0421/36116560	www.schule.bremen.de/ schulen/szals
<b>Hamburg</b>						
Staatliche Handelsschule Kellinghusenstraße (H13) Berufsschule für Auszubildende im Einzelhandel und in der Schauwerbung	Herr Dörmer Schulleitung: Dieter Droemmer, Lutz Thalacker	Kellinghusenstr. 11	20249	Hamburg	040/428985213	040/428985210 http://www.hh.schule.de/h13/ E-Mail: H13.Hamburg.@t-online.de

Berufsschulen nach Bundesländern	Ansprechpartner	Straße	PLZ	Ort	Telefon	Fax/E-Mail, Internet
<b>Hessen</b>						
Peter-Behrends-Schule		Mornwegstr. 18	64293	Darmstadt	06151710785	0541/3234354
Gutenberg Schule	Herr Hartmann, Frau Hügen	Hamburger Allee 23	60486	Frankfurt a. Main	069/21233556	069/21237911 gutenberg@frankfurt.schule. hessen.de
Berufsbildende Schule	Fr. Dorant	Brunnhildestr. 142	65189	Wiesbaden	0611/315100	
<b>Niedersachsen</b>						
Berufsbildende Schule I	Herr Heimecker	Inselwall 1A	38114	Braunschweig	0531/244780	
Axel-Bruns-Schule Berufsbildende Schulen II Celle	Frau Oltmanns	Lönsweg 1	29225	Celle	05141/9640920	05141/94609-50 buero@bbs2.celle.de
Berufsbildende Schulen Handel der Region Hannover (12)	Frau Detlets	Brühlstr. 7	30169	Hannover	0511/16843921	
Berufsbildende Schulen II	H. Reibling	Ehnerstr. 132	26121	Oldenburg	0441/980740	
Berufsbildende Schule d.S. Osnabrück	Frau Hinrichs-Schulte	Natruper Str. 50	49076	Osnabrück	0541/3232309	
<b>Nordrhein-Westfalen</b>						
Berufskolleg für Gestaltung und Technik	Herr Winkels	Neuköllnerstr. 15	52068	Aachen	0241/958810	
Berufskolleg Senne der Stadt Bielefeld	Hielscher (Fachbereich Gestaltung)	An der Rosenhöhe 11	33647	Bielefeld	0521/515610	Fax: 0521/515179 E-Mail: schulbuero@bk-senne.de www.bk-senne.de
Heinrich-Hertz-Berufskolleg der Stadt Bonn		Herseler Straße 1	53117	Bonn	0228/77 70 00	Internet: hhb.bonn.de
Karl-Schiller-Berufskolleg Dortmund	Schulleiter: Dr. Erich Embacher Stellvertreterin: Petra Jaeger	Brüggemannstr. 21-23	44135	Dortmund	0231/5 02 31 72	Fax: 0231/57 72 50 Email: karl-schiller- berufskolleg@stadtdo.de

Berufsschulen nach Bundesländern	Ansprechpartner	Straße	PLZ	Ort	Telefon	Fax/E-Mail, Internet
Städtisches Berufskolleg	Herr Sauer, Frau Weiszig	Bachstr. 8	40223	Düsseldorf	0211/392077	www.berufskolleg-bachstrasse.de/ Bezirksfachklassen mit 1 oder 2 Schultagen je Woche im Wechsel (Düsseldorf, Remscheid, Solingen, Wuppertal sowie für Neuss (nur östlicher Teil), Mettmann)
Gewerbliche Schule der Stadt Essen	Herr Uwe Fenger	Knaudt Str. 25	45138	Essen	0201/8840788	
Berufskolleg für Technik und Gestaltung	Herr Schmidt, Herr Steig	Goldbergstr. 58	45894	Gelsenkirchen	0209/1696712	
Richard-Riemerschmid-Berufskolleg Berufskolleg der Stadt Köln Berufsbildende Schulen 15	Herr Bernd Schäfer, Schulleiter	Heinrichstr. 51	50676	Köln	0221/221 91970	schulleitung@rrs-berufskolleg.de
Adolf-Kolping Schule, Berufskolleg der Stadt Münster	Herr Hölscher, Frau Bialek	Lotharingerstr. 30	48147	Münster	0251/482470	aks.ms@muenster.de
<b>Rheinland Pfalz</b>						
Berufsbildende Schule GHS Gewerbe	Herr Wermelskirchen Gerd Michaelis	Beatusstr. 143-147	56073	Koblenz	0261/941800 oder 0674/22141	www.bbsghs-koblenz.de Bemerkung: keine eigenständige Fachklasse, in der Grundstufe 7 Azubis mit Fotografen
Berufsbildende Schule Technik II		Franz-Zang-Str. 3-7	67059	Ludwigshafen	0621/504410-5	
Berufsbildende Schule für Gewerbe und Technik	Herr Gilz	Langestr.15	54290	Trier		
Berufsbildende Schule I, Karl-Hofmann-Schule		Von Steuben-Str. 31	67549	Worms	06241/9591046	http://khs.w.biz-worms.de
<b>Saarland</b>						
Techn. Gewerbl. Berufsbildungszentrum	Herr Friedrich Köhn, Herr Mailburg	Am Mägelsberg	66128	Saarbrücken		

Berufsschulen nach Bundesländern	Ansprechpartner	Straße	PLZ	Ort	Telefon	Fax/E-Mail, Internet
<b>Sachsen</b>						
Berufliches Schulzentrum 5 Bautechnik	Fr. Göme, Fr. Molzahn	Neustädter Str. 1	04315	Leipzig	0341/649730	0341/6497 324 bsz5.leipzig@t-online.de
BFZ für Technik 4	Frau Gudrun Otto	Schlossstr. 3	09111	Chemnitz	0371/400270	0371/2330327
<b>Sachsen-Anhalt</b>						
Berufsbildende Schule 3	Frau Kappe	Dreyhauptstr. 1	06108	Halle	0345/299891-0	schulleiter@dreyhaupt-schule.de
Beruf. Schulzentrum für Technik	Herr Bauermann	Lessingstr. 1	02826	Görlitz	03581/422030	
<b>Schleswig-Holstein</b>						
Ludwig-Erhard-Schule	Herr Fielitz	Gellerstraße. 18b	24114	Kiel	0431/16982-00	0431/169844
BB Schulen des Kreises Nordfriesland	Frau Stambitz	Herzog-Adolf-Str. 3	25813	Husum	04841/89950	
Berufsbildende Schule	Frau Broß	Dammackweg 12	27404	Zeven	04281/93730	
<b>Thüringen</b>						
Staatliche Berufsbildende Schule -Gewerbliche Berufe- Anmerkung: Landesfachklasse für Thüringen und Sachsen-Anhalt Blockunterricht: 1 Woche Berufsschule, 2 Wochen Praxis im Betrieb, Unterkunft im Wohnraum	Michael Schwirtz Schulleiter	Eiselstraße 44	07548	Gera	0365/3 11 35 (Haus 1 - Eiselstraße) 0365/3 14 06 (Haus 2 - Lobenstein Straße)	0365/7 10 12 60 (Haus 1 - Eiselstraße) 0365/314 06 (Haus 2 - Lobenstein Straße) eMail: info@gbs-gera.de Internetseite: www.gbs-gera.de



### 3. Literaturhinweise

#### Schulbücher

Birk, Fritz; Fink, Walter; Geller, Artur; Lutz, Karl: Kundenorientiert verkaufen. incl. CD-ROM Verkaufsgespräche und Präsentationstechniken.

■ Lehrbuch. ISBN: 3-441-00612-7, 15. Auflage, Bildungsverlag EINS - Gehlen 2004, Bestellnummer 00612, € 22,40.

■ Arbeitsheft. ISBN: 3-441-06128-4, 13. Auflage Bildungsverlag EINS-Gehlen 2004, Bestellnummer 06128, € 12,60.

■ Lehrerhandbuch. ISBN: 3-441-06129-2, 13. Auflage Bildungsverlag EINS-Gehlen 2004, Bestellnummer 06129, € 18,00.

Bleckwenn, Ruth / Schwarze, Beate: Gestaltungslehre. Farbenlehre. Formenlehre. 7., durchges. Auflage Hamburg 2001 (Handwerk u. Technik Verlag). ISBN 3-582-05624-4. € 27,00.

Cersovsky, Hunold, Squarra: Blickpunkt Kunde. Geschäftsprozesse im Einzelhandel. Kundenorientiert planen und gestalten.

■ Lehrbuch. ISBN: 3-8237-3443-1, 3. Auflage Troisdorf 2004, (Bildungsverlag EINS-Stam) Bestellnummer 3443 mit CD-ROM - Demoversion Warenwirtschaftssystem PDX-Kaufmann, Bestellnummer 3443, € 31,80.

■ Unterrichtsbegleitmaterial CD-ROM, (Bildungsverlag EINS-Stam) Bestellnummer 3444, € 19,90.

■ Cersovsky, Squarra: Blickpunkt Kunde. Arbeitsheft (abgestimmt auf die warenverkaufskundlichen Inhalte des Lehrbuchs). ISBN: 3-437-03445-3, Troisdorf 2004 (Bildungsverlag EINS), Bestellnummer 03445, € 11,90.

■ Lehrerhandbuch. ISBN: 3-427-03446-1, Troisdorf 2004 (Bildungsverlag EINS), Bestellnummer: 03446, € 11,80.

Cersovsky, Hunold, Squarra: Blickpunkt Kunde. Kaufmännische Steuerung und Kontrolle.

■ Lehrbuch. ISBN: 3-427-03448-8, Troisdorf 2004 (Bildungsverlag EINS) Bestellnummer: 03448, ca. € 13,90.

■ Unterrichtsbegleitmaterial CD-ROM, ISBN: 3-427-03449-6 (Bildungsverlag EINS) Bestellnummer, € 9,90.

Buchegger, Reichmann, Anderle: Werbung in Theorie und Praxis. Lehrbuch. 1. Auflage Troisdorf 2004. ISBN 3-7002-1167-8. Bestellnummer: BV EINS 1167, € 15,40.

Fritz: Gestaltung für Raumausstatter. Lehr-/Fachbuch inklusive CD-ROM mit Demo-Version zur virtuellen Raumausstattung. 2. Auflage Bildungsverlag EINS. ISBN 3-8237-4042-3. Bestellnr Stam 4042. € 26,70

(*Technische Kommunikation, Farbenlehre, Beleuchtungstechnik, Raumgestaltung, Stilkunde, Datenverarbeitung*)

Koos, Richter: Das Gestaltungsbuch. Lehr-/Fachbuch Gestaltungslehre für das Berufsfeld Farbtechnik und Raumgestaltung. 1. Auflage Troisdorf 2002 (Bildungsverlag EINS). ISBN 3-8242-6685-7, Bestellnr. Kieser 6685. € 17,60.

Loock, Fred: Handbuch der Schauwerbung. Passau 1996 (Passavia Verlag) ISBN 3-86036-020-5. € 20,50.

Loock: Gestaltungslehren. Grundlagen, Funktionen. Passau 1993 (Passavia Verlag). ISBN 3-86036-008-6, € 25,50.

Melber, Schreiter: Mehr verkaufen. Warenverkauf und Absatzmarketing im Einzelhandel. Lehrbuch. Troisdorf 2002 (Bildungsverlag EINS, Gehlen) ISBN 3-441-00613-5. Bestellnummer Gehlen 00613. € 28,40.

Melber, Schreiter: Mehr verkaufen. Warenverkauf und Absatzmarketing im Einzelhandel. Lehrerhandbuch. ISBN 3-441-06139-0. Bestellnummer 06139. € 28,60.

Pisani, Patricia; Radtke, Susanne P.; Wolters, Walburga: Handbuch Visuelle Mediengestaltung, mit CD-ROM. Berlin 2001 (Cornelsen Verlag). ISBN 3-589-23643-4. Bestellnummer 236434. € 38,00.

Schaut: Elementare Farbgestaltung. Arbeitsheft. 3. Auflage Troisdorf 1998 (Bildungsverlag EINS, Kieser Verlag), ISBN 3-8242-6668-7, Bestellnr. Kieser 6668. € 20,40.

Schaut: Elementare Farbgestaltung. Lehrerhandbuch 1. Auflage Troisdorf. Bestellnr. Kieser 6668L. € 6,70.

Schellmann B., Gaida P. u.a.: Medien verstehen gestalten produzieren. Eine Einführung in die Praxis. 3. Auflage Haan-Gruiten 2002 (Europa Lehrmittel Verlag). ISBN 3-8085-3523-7. € 30,00 (*für Kaufmann/Kauf-frau für audiovisuelle Medien und Mediengestalter/-in*)

Wahl, Gerhard P. / Stielow, Karl: Fachrechnen für Schauwerbegestalter. 10. Auflage Passau 1995 (Universitätsverlag Passau) ISBN 3-86036-030-2, € 11,90.

Wahl, Gerhard Peter: Lexikon der Schauwerbung. Marketing - Werbung - Werberecht - Gestaltung. Passau 1993 (Universitätsverlag Passau) ISBN 3-86036-029-9, € 11,90.

#### Fachbücher

Aicher, Otl: Typographie. Mainz 2005 (Verlag Hermann Schmidt). € 49,80.

Ambrose, Gavin; Harris, Paul: Layout. München 2005 (Stiebner Verlag).

Bauer, Hans Jörg; Hallier, Bernd: Kultur und Geschichte des Handels. Köln 1999 (EHI Euro-Handelsinstitut). ISBN 3-87257-228-8. www.ehi.org. € 103,95.

- Bauer, Lian Maria: Szenarien. Handbuch zur Warenpräsentation auf der Bühne des Schaufensters. 1. Auflage Frankfurt 1997 (Deutscher Fachverlag). ISBN 3-87150-546-3. € 68,00.
- BBE-Praxisleitfaden: Mehr verkaufen durch professionelle Warenpräsentation. Köln 2005 (BBE-Verlag Köln). € 75,00.
- BBE-Praxisleitfaden. 550 Ideen für kreative Schaufenster. Mit Foto CD. März 2006 (BBE-Verlag Köln). € 75,00.
- BBE-Praxisleitfaden: Bühne frei für mehr Umsatz. Köln (BBE-Verlag Köln). <http://www.bbe-verlag.de>. € 75,00.
- BBE-Trainingsbücher für Mitarbeiter (BBE-Verlag Köln):
- Ein Blick genügt ... und die Kunden sind begeistert. € 10,50  
(*Wareninszenierungen leicht gemacht*)
  - Kunden gibt's - die gibt's gar nicht. € 10,50  
(*Schwierige Kunden? Kein Problem!*)
  - Reden ist Silber. Überzeugen ist Gold! € 10,50  
(*Richtig fragen - Genau hinhören - Professionell überzeugen*)
- Benad, Martin: Farbgestaltung. München 2001 (Deutsche Verlags-Anstalt).
- Benad, Ursula E.; Benad, Martin: Das 1x1 der Wandlasuren. München 2002 (Deutsche Verlags-Anstalt). € 49,90.
- Bernstein, Christian; Kunkel, Andreas: Karrieren unter der Lupe: Werbung. Würzburg 2002 (Verlag: Lexika).
- Biegel, Brigitta: Visual Merchandising. Präsentationsstrategien zur Verkaufsförderung. 2. Auflage Frankfurt am Main 1997 (Deutscher Fachverlag). € 68,00.
- Biegel, Brigitta: visual merchandising - Erfolgsstrategien zur Verkaufsförderung. 2. Auflage Frankfurt am Main 1994 (Deutscher Fachverlag). ISBN 3-87150-423-8.
- Birker, Klaus; Voss, Rödiger: Handelsmarketing. Praktische Betriebswirtschaft. Berlin 2000 (Cornelsen Verlag). ISBN 3-464-48996-5. € 18,95.
- Böhringer, Joachim; Bühler, Peter; Schlaich, Patrick: Kompendium der Mediengestaltung für Digital- und Printmedien. 3., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage Berlin 2005 (Springer Verlag). ISBN 3-540-24258-9. € 49,95.
- Böll, Karin: Merchandising und Licensing. Grundlagen, Beispiele, Management. 1. Auflage München 1999 (Verlag Vahlen). ISBN 3-8006-2348-X. € 45,00.
- Braem, Harald: Die Macht der Farben. 7. Auflage München 2004 (Wirtschaftsverlag Langen Müller/Herbig) 3-7844-7156-0, € 19,90.
- Brandi, Ulrike; Geissmar-Brandi, Christoph: Lichtbuch mit CD-ROM Berlin/Göttingen/Heidelberg 2001 (Birkhäuser Verlag). € 78,00.
- Brown, Simon: Feng-Shui-Praxis. Gesundheit und Wohlstand durch harmonische Raumgestaltung. 1. Auflage München 2005 (Bassermann Verlag). € 9,95.
- Cyrus D. Khazaeli: Crashkurs Typo und Layout Vom Schriftdesign zum visuellen Konzept. Für Mac und PC. Hamburg 2005 (Rowohlt Taschenbuch). ISBN 3-499-61252-6. € 4,90.
- Depaoli, Max A.: Die Sprache der Ware. Wien 1992 (Ueberreuter Verlag). (nicht mehr im Handel, aber über [www.google.de](http://www.google.de) suchen).
- Dilba, Eberhard: Typographie-Lexikon und Lesebuch für alle. 1. Auflage Berlin 2005 (Books on Demand. Pro BUSINESS GmbH). ISBN 3-8334-2522-9. € 24,00.
- Eggert, Ulrich: Harter Wettbewerb für Unternehmen. Unternehmerische Strategien gegen Discount und Preisverfall. Regensburg 2005. (Metropolitan-Verlag). ISBN 3-8029-3362-1. € 11,50.
- Ehrmann, Harald: Marketing-Controlling. Ludwigshafen 1995 (Kiehl Verlag). ISBN 3-470-43372-0.
- Fiell, Charlotte J.; Fiell, Peter M.: Graphic Design for the 21st Century; Graphikdesign im 21. Jahrhundert. Köln 2005 (Taschen Verlag).
- Fiell, Charlotte J.; Fiell, Peter M.: Graphic Design Now. Köln 2005 (Taschen Verlag). € 9,99.
- Firma Creativ Collection: Etatkalkulator. jährliche Aktualisierung. [www.ccvision.de](http://www.ccvision.de)  
(*aktuelle Daten, Fakten, Preise für die tägliche Marketing-, Kommunikations- und Werbepaxis; Preise über Printmedien, Rundfunkwerbung, Direktmarketing etc.*)
- Fries, Christian; Witt, Rainer: Grundlagen der Mediengestaltung. Leipzig 2004 (Hanser Fachbuchverlag).
- Fuchs, Werner T.: Tausend und eine Macht. Marketing und moderne Hirnforschung. Zürich 2005 (Orell Füssli Verlag). ISBN 3-280-05033-2. € 29,80.
- Gauditz, Sabine: Schaufenster als Spiegel der Geschäfte 1. Auflage 2003 (Bramann, K W, Reihe Ed. Buchhandel 8). ISBN 3-934054-09-9. € 28,00.
- Geml, Richard; Geisbüsch, Hans-Georg; Lauer, Hermann: Das kleine Marketing-Lexikon. 3. Auflage Düsseldorf 2004 (Verlag Wirtschaft und Finanzen) ISBN 3-87881-183-7.
- Gruber, Elke: Die Attraktivität von Einkaufsstätten im Handel. Eine Analyse aus verhaltenswissenschaftlicher Perspektive. 1. Auflage Wiesbaden 2004 (Deutscher Universitätsverlag) ISBN 3824481383.
- Grundmann, Klaus; Wiedemann, Diana: Design im Verkaufsraum. Strategie der Verkaufsraumplanung. 1. Auflage Frankfurt a. Main 2001 (Deutscher Fachverlag). ISBN 3-87150-645-1. € 98,00.

- Gulbins, Jürgen; Kahrmann, Christine: Mut zur Typographie. Ein Kurs für Desktop-Publishing. 2., überarbeitete und erweiterte Auflage Berlin 2000. (Springer Verlag). ISBN 3-540-67541-8. € 39,95.
- Halbuber, Lothar. Schaufenstergestaltung, München 1994 (Bruckmann-Verlag). ISBN 3-7654-2653-9.
- Haller, Bernhard: Einzelhandel von A-Z. 2003 Die wichtigsten Begriffe aus der Betriebsführung kurz und praxisnah erläutert. (neue Auflage erscheint demnächst). ISBN 3-89947-084-2. € 31,57.
- Happel, Reinhold (Hrsg.): Gestaltung. Gestaltungslehre, 3-dimensionales Gestalten, Corporate Identity, Kommunikationsdesign/Kampagnen, Informationsgestaltung, Illustration, Multimedia, Hyperfilm - nonlineare Film, Ausstellungs- und Präsentationsgestaltung, Produktgestaltung. Münster, Hamburg 2002 (Medium Buchmarkt). ISBN 3-933642-02-7. € 12,00.
- Häusel, Hans Georg: Brainscript. Warum Kunden kaufen. 1. Auflage Freiburg 2004 (Rudolf Haufe Verlag GmbH & Co KG). ISBN 3448061913. € 24,80.
- Hofe, Klaus G.: Praktisches Werbe- und Marketing-ABC. Freiburg April 2005 (Creativ Collection Verlag) www.ccvision.de. ISBN 3-929709-07-4. € 34,78.
- Hoppen, Kelly: Stil und Design. München 2005 (Deutsche Verlags-Anstalt).
- Jenkyn Jones, Sue: Modedesign. München 2002 (Stiebner Verlag). € 29,90
- Johannson, Imke: Deko Liebe. Herford 2005 (Verlag Busse + Seewald) € 19,90.
- Khazaeli Cyrus Dominik: Crashkurs Typo und Layout. Hamburg 2002 (Rowohlt Taschenbuch Verlag).
- Klanten, Robert; Mischler, Michael; Brumnjak, Boris: Introducing. Berlin 2005 (Die Gestalten Verlag). Sprache Englisch. € 44,00.
- Klein, Klaus: Grundlagen der Gestaltung. Bad Homburg 1997 (Verlag Gehlen)
- Kommer, Isolde / Mersin, Tilly: Typografie und Layout für digitale Medien. München 2002 (Carl Hanser Verlag). ISBN 3-446-21399-6. € 49,90.
- Koschnick, Wolfgang J: Kompakt-Wörterbuch Marketing. Englisch-Deutsch / Deutsch-Englisch. Stuttgart 1997 (Verlag Schäffer-Poeschel für Wirtschaft · Steuern · Recht GmbH - ein Unternehmen der Verlagsgruppe Handelsblatt), ISBN 3-7910-1240-1. € 41,00.
- Kobjoll, Klaus: Virtuoses Marketing. Motivaction II. 6. Auflage Zürich 2003 (Orell Füssli Verlag). ISBN 3-280-02368-8. € 29,80.
- Krause, Jim: Farbe. Bonn 2003. (Mitp-Verlag). € 27,00.
- Kraus-Weysser, Folker: Praxisbuch Public Relations. Mit überzeugender Öffentlichkeitsarbeit zum Erfolg. Weinheim 2002 (Verlagsgruppe Beltz)
- Kreft, Wilhelm: Ladenplanung - Merchandising-Architektur. Strategie für Verkaufsräume: Gestaltungs-Grundlagen, Erlebnis-Inszenierungen, Kundenleitweg-Planungen. Das große Standardwerk für Ladenbau und Ladengestaltung. 2., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage Leinfelden-E. 2002 (Verlagsanstalt Alexander Koch). ISBN 3-87422-639-5, € 98,00.
- Krisztian, Gregor; Schlempp-Ülker, Nesrin: Ideen visualisieren. Mainz 2004 (Hermann Schmidt Verlag). € 39,80.
- Küthe, Erich / Küthe, Fabian: Marketing mit Farben. Gelb wie der Frosch. 1. Auflage Wiesbaden 2003 (Betriebswirtschaftlicher Verlag Gabler), ISBN 3-409-12280-X. € 49,90.
- Lewandowsky, Pina; Zeischegg, Francis: Visuelles Gestalten mit dem Computer. Hamburg 2002 (Rowohlt-Taschenbuch-Verlag).
- Maierbacher, Ilse: Schablonieren. München 2002 (Deutsche Verlags-Anstalt). € 44,90.
- Maierbacher, Ilse; Toscan, Maurizio: Dekorative Maltechniken. Anleitungen und Beispiele zur farbigen Raumgestaltung. München 1997 (Verlag Georg D.W. Callwey GmbH & Co. KG). ISBN 3-7667-1260-8. € 35,95.
- Mc Kelvey, Roy: Hypergraphics, Design und Architektur von Websites, Hamburg 1999 (Rowohlt Taschenbuch Verlag)
- Metro-Handelslexikon 2005/2006. Daten, Fakten und Adressen zum Handel in Deutschland, Europa und weltweit.
- Mikunda, Christian: Der verbotene Ort oder Die inszenierte Verführung. Unwiderstehliches Marketing durch strategische Dramaturgie. 2. aktualisierte u. erweiterte Auflage Heidelberg 2005 (Redline Wirtschaft). ISBN 3-8323-0926-8. € 36,00.
- Mode vom 18. bis 20. Jahrhundert. Köln 2004 (Taschen Verlag). € 6,99.
- Morasch, Ludwig: Keine Angst vor Misserfolgen. Wien 1999 (Orac-Verlag). ISBN 3-7015-0421-0. € 16,90.
- Moreno, Shonquis: Forefront. The Culture of Shop Window Design. Berlin/Göttingen/Heidelberg 2005 (Birkhäuser-Verlag). ISBN: 3-7643-7192-7. € 65,00.
- Müller-Hagedorn, Lothar: Handelsmarketing. 4. Auflage Stuttgart 2005 (Kohlhammer Verlag), ISBN 3-17-018432-6. € 32,00.
- Mutabor (Vorwort); Plass, Johannes; Paravicini, Heinrich: Lingua Grafica. Berlin 2001 (Die Gestalten Verlag). <http://www.die-gestalten.de>.
- Neutzling Uli: Typo und Layout im Web. Hamburg 2002 (Rowohlt Taschenbuch Verlag)
- Niessen, Helga: 30 Minuten für den kreativen Erlebnishandel. 2. Auflage Heidesheim (Gabal-Verlag), ISBN 3-89749-280-6. € 6,50.

- Ott, Alexander: Darstellungstechnik. München 2004 (Stiebner Verlag).
- Paulmann, Robert: double loop - Basiswissen Corporate Identity. Mainz 2005 (Hermann Schmidt Verlag). € 29,80.
- Pflaum, Dieter; Bäuerle, Ferdinand. Lexikon Werbung. 7., Neubearb. Auflage Landsberg 2001. (Verlag Moderne Industrie). ISBN 3-478-21287-1. € 42,00.
- Polster, Bernd; Neumann, Claudia; Schuler, Markus: Dumont Handbuch Design international. Marken, Macher, Klassiker von A-Z. Köln 2004 (Dumont Literatur und Kunst Verlag).
- Portas, Mary: Spektakuläre Schaufenster. Battenberg Verlag in der Verlagsgruppe Droemer Knauer GmbH & Co. KG München (2000). ISBN 3-89441-487-1. € 9,27.
- Pricken, Mario: Visuelle Kreativität. Mainz 2003 (Verlag Hermann Schmidt). € 68,00.
- Pricken, Mario; Klell, Christine: Kribbeln im Kopf - Creative Sessions, Mainz 2005 (Verlag Hermann Schmidt). € 9,80.
- Rasshied Din, NEW RETAIL. 2000 Conran Octopus Verlag (in Englisch). ISBN 1840910429. € 75,20  
(*Buch über Retail-Design und über Entwicklungen international*)
- Rosenthal, Peter; Koller, Lars D.: Faszination Visual Merchandising. Mit intelligenten Gestaltungskonzepten zum Erfolg. 1. Auflage Frankfurt am Main 2002 (Deutscher Fachverlag). € 78,00. Internet: <http://www.dfv-fachbuch.de>.
- Reschke, Cynthia: Store Window Design. 1. Auflage Kempfen 2005 (Verlag teNeues). ISBN: 3-8327-9036-5. € 20,00.
- Ross, Sabine: Warenpräsentation im Textileinzelhandel. Ein praktischer Leitfaden für das Verkaufsteam: 1. Auflage Frankfurt 2001 (Deutscher Fachverlag). ISBN 3-87150-743-1. € 52,00.
- Soto, Pablo: Shop Window Design. Ludwigsburg (Verlag av-edition). ISBN: 3-929638-71-1. € 49,00.
- Sauthof, Wendt, Willberg, u.a.: Schriften erkennen. Mainz 1998 (Verlag Hermann Schmidt).
- Schneider, Karl (Hrsg.): Werbung in Theorie und Praxis. 6. Auflage Waiblingen 2003. (M & S Verlag für Marketing und Schulung). ISBN 3-930465-00-0. € 36,90.
- Schwarzer, Yvonne: Clave-Lasurtechnik. Witten 2004 (Ars Momentum Verlag). € 5,00.
- Seebahn, Joachim: Gabler Kompakt-Lexikon Werbepaxis. 1400 Begriffe nachschlagen, verstehen, anwenden. 3. Auflage Wiesbaden 2005 (Betriebswirtschaftlicher Verlag Gabler), ISBN 3-409-31416-4. € 24,90.
- Seeling, Charlotte: Mode. Königswinter 2005 (Könemann in der Tandem Verlags-GmbH). € 29,95.
- Shopping - 100 Jahre Kunst und Konsum im 20. Jahrhundert. Katalog zur Ausstellung in der Schirn Kunsthalle in Frankfurt und in der Tate in Liverpool. Ostfildern (Ruit) 2002 (Hatje Cantz Verlag) ISBN 3-7757-1213-5). € 39,99 - vergriffen
- Siegel, David: Das Geheimnis erfolgreicher Websites, München 1999 (Markt und Technik Verlag)
- Siegel David: Website Design. München 1999 (Markt und Technik Verlag).
- Schmitz, Claudius A.: Charismating - Einkauf als Erlebnis. So kitzeln Sie die Sinne Ihrer Kunden. Heidelberg 2005 (Redline Wirtschaftsverlag).
- Schmitz, Karl-Werner: Haptisches Verkaufen. Kaufen ist begreifen. 2. Auflage Frankfurt 2004 (Verlag Redline Wirtschaft). ISBN 3-636-0326-4.
- Schröder, Hendrik: Handelsmarketing - Methoden und Instrumente im Einzelhandel. Frankfurt 2001 (Redline Wirtschaft) - ISBN 3-478-37480-4.
- Tatham, Caroline; Seaman, Julian: Modezeichnen. München 2004 (Stiebner Verlag).
- Theis, Hans-Joachim: Handbuch Handels-Marketing. Erfolgreiche Strategien und Instrumente im E-Commerce. 1. Auflage Frankfurt a. Main 2005 (Deutscher Fachverlag). ISBN 3-87150-972-8. € 78,00.
- Thiel, Erika: Geschichte des Kostüms. Henschel Verlag (Leipzig Februar 2004).
- Trend-Branche: Medien und Design. Nürnberg 2001 (BW-Bildung und Wissen Verlag und Software GmbH).
- Trocme, Suzanne; Wood, Andrew: Die Kunst liegt im Detail. München 2005 (Deutsche Verlags-Anstalt). € 39,90.
- van den Boom, Holger; Romero-Tejedor, Felicidad: Design, Zur Praxis des Entwerfens. Hildesheim, Zürich, New York 2001 (Georg Olms Verlag).
- Von Schellmann, Bernhard; Gaida, Peter; Gläser, Martin; Kegel, Thomas: Medien, verstehen-gestalten-produzieren. 3. Auflage Haan-Grutten 2005. (Europa-Lehrmittel), ISBN 3-8085-3523-7. € 30,00.
- Vries, Jos de: THE CONCEPT IS THE HERO. The Retail Company im Eigenverlag des Unternehmens erschienen, Jos de Vries ist der größte Retail Concept und Handelsdesign-Anbieter in Holland. ISBN 90758180114. Kontakt über Jos de Vries The Retail Company. PB 1194, NL-3600 BD Maarsse, T. 0031-346-56764 Fax. 0031-346-572722.
- Weidemann, Kurt: Wahrnehmen, Ideen finden, Gestalt geben. Ostfildern 2004 (Hatje Cantz Verlag).
- Weidemann, Kurt: Wahrnehmen und Ideen finden, Sehen als Denkvorgang. Wiesbaden 2005 (Gabler Verlag).

Wenz-Gahler, Ingrid: concept shops - Ladendesign für Erlebnis, Emotion und Erfolg. 1. Auflage Leinfelden-E. (Verlagsanstalt Alexander Koch). ISBN 3-87422-644-1, € 79,00 / Bestellung über <http://www.holz-zentralblatt.com>.

Wenz-Gahler, Ingrid: Big Ideas for small stands - Erfolgskonzept für kleine Messestände. 1. Auflage Leinfelden-E. (Verlagsanstalt Alexander Koch). ISBN 3-87422-648-4. € 79,00 / Bestellung über <http://www.holz-zentralblatt.com>.

Wenz-Gahler, Ingrid: Messestand-Design. Temporäres Marketing- und Architekturereignis. 2. unveränd. Auflage Leinfelden-E. (Verlagsanstalt Alexander Koch). ISBN 3-87422-622-0. € 99,00 / Bestellung über <http://www.holz-zentralblatt.com>

Wiedemann, Julius: Illustration Now! Köln 2005 (Taschen Verlag). € 29,99.

Wiedemann, Julius: Web Design: Studios. Köln 2006 (Taschen Verlag).

Wienand, Edith: Public Relations als Beruf. Kritische Analyse eines aufstrebenden Kommunikationsberufes. Wiesbaden 2003 (Westdeutscher Verlag).

Willberg, Hans Peter; Forssmann, Friedrich: Erste Hilfe in Typografie. Mainz 1999 (Hermann Schmidt Verlag), € 12,80.

Willberg, Hans Peter: Wegweiser Schrift. Erste Hilfe im Umgang mit Schrift. Mainz 2001 (Hermann Schmidt Verlag). € 12,80.

Wisniewski, Claudia: Kleines Wörterbuch des Kostüms und der Mode. Ditzingen 1996 (Reclam Verlag)

Woodger, Clive: Erfolgreiches Handels-Design. Der kostensparende Weg zum unverwechselbaren Handelsprofi. Frankfurt a. Main 2000 (Deutscher Fachverlag). ISBN: 3871505773.

Zuffo, Dario: Die Grundlagen der visuellen Gestaltung. Sulgen/Schweiz 2000 (Verlag Niggli AG).

## Events

Künzler-Buchmann Direct AG (Hrsg.): Messe & Event - Jahrbuch 2005. Bezugsmöglichkeit über [info@kueba.ch](mailto:info@kueba.ch) (Sonderbeilage zur Zeitschrift EXPOdata und Marketing 12/04)  
(Empfehlenswerte Zusammenfassung von Trends bis Technik im Messebau. Vieles auch für Ladenbau und Kundengewinnung übertragbar)

Büttner, Andre; van der Ree, Ivo: Event- und Szenemarketing. Saarbrücken 2005 (Vdm Verlag Dr. Müller). € 49,00.

Drengner, Jan: Imagewirkungen von Eventmarketing. Wiesbaden 2003 (Deutscher Universitätsverlag).

Dressler, Melanie: Events und Veranstaltungen professionell organisieren und managen. Göttingen 2004 (Businessvillage).

Dressler, Melanie: Erfolgsfaktor Eventmarketing.

Erber, Sigrun: Eventmarketing. Erlebnisstrategien für Marken. Landsberg 2002 (Verlag Moderne Industrie) ab € 26,00.

Erber, Sigrid: Eventmarketing. Heidelberg (Redline Wirtschaftsverlag).

Haase, Frank; Mäcken, Walter (Hrsg.): Handbuch Eventmanagement. 2. Auflage München 2005 (Kopäd VerlagsGmbH). ISBN: 3-938028-29-7. € 28,00.

Harms, Stefan: Virtuelle Events. Neue Perspektiven für das Eventmarketing. Saarbrücken 2002 (VDM Verlag Dr. Müller). ab € 39,00.

Henschel, Oliver: Lexikon Eventmanagement. Strategie, Kreativität, Logistik, Verwaltung. Berlin, Wien, Zürich 2004 (BEUTH Verlag). ISBN: 3-410-15781-6. Preis: € 48,00.

Holzbaur, Ulrich; Jettinger, Edwin; Knauss, Bernhard, Moser, Ralf; Zeller, Markus: Eventmanagement - Veranstaltungen professionell zum Erfolg führen. 3. erweiterte Auflage Berlin 2005 (Springer Verlag), ISBN 3-540-05967-9.

Kinnebrock, Wolfgang: Integriertes Eventmarketing. Wiesbaden 2003 (Gabler Verlag). ab € 17,50.

Kleemann, Andrea: Eventmarketing Lexikon. Frankfurt a. Main 2005 (Deutscher Fachverlag). ISBN: 3-87150-888-8.

Kirchgeorg, Manfred; Dornscheidt, Werner M.; Giese, Wilhelm; Stoeck, Norbert (Hrsg.): Handbuch Messemanagement. Planung - Durchführung - Kontrolle von Messen, Kongressen und Events. Wiesbaden 2003 (Verlag Gabler). ISBN: 3-409-12417-9. € 99,00.

Mehrmann, Elisabeth; Plaetrich, Irmhild: Der Veranstaltungs-Manager. München 2003 (BECK JURISTISCHER VERLAG DTV). ISBN: 3-406-50211-3 / 3-423-05867-6. € 12,50 (über [www.google.de](http://www.google.de) suchen)

Müller, Wolfgang: Eventmarketing. Saarbrücken 2003 (Vdm Verlag Dr. Müller).

Neumann, David: Erlebnismarketing Eventmarketing. Saarbrücken 2003 (Vdm Verlag Dr. Müller). € 19,95.

Nickel, Oliver: Eventmarketing. Erfolgsbeispiele 2., vollständig überarbeitete Auflage München 2006 (Vahlen Verlag). ISBN 3-8006-3136-9. € 49,00.

Sträßer, Anne-Katrin: Eventmarketing. Neue Wege der Kommunikation. Konzeption, Inszenierung, Controlling., Norderstedt 2001 (BoD GmbH).

Schäfer-Mehdi, Stephan: Event-Marketing. Kommunikationsstrategie, Konzeption und Umsetzung, Dramaturgie und Inszenierung. 2. überarbeitete Auflage Berlin 2005 (Cornelsen-Verlag). ISBN 3-589-23554-3. € 14,95.

### Fachzeitschriften

**Absatzwirtschaft.** Organ der VDI-Gesellschaft für Entwicklung Konstruktion, Vertrieb. Verlag: Handelsblatt. [www.absatzwirtschaft.de](http://www.absatzwirtschaft.de).

**City- und Stadtmarketing.** Das unabhängige Fachmagazin. A.v.t. GmbH, Brinkstr. 13, 58285 Gevelsberg, Tel. 02332/91 30 00, Fax: 02332/91 30 04, E-Mail: [info@avtcom.de](mailto:info@avtcom.de), [www.city-stadtmarketing.de](http://www.city-stadtmarketing.de).

**Designreport.** € 9 im Zeitschriftenhandel oder [www.designreport.de](http://www.designreport.de), insbesondere Heft 7/8-2004 mit dem Themenheft „Messeauftritt im Wandel“.

**DETAIL** - Zeitschrift für Architektur + Baudetail. insbesondere Heft März 2004 mit dem Themenschwerpunkt: Läden und Verkauf - Shops and Retailing. Erhältlich beim Verlag: <http://www.detail.de>.

**Direkt Marketing.** Verlag: IM Marketing-Forum. <http://www.direktmarketing-welt.de/>

**e Market.** Verlag: Europa-Fachpresse, Webmagazin für Online-Marketing und E-Commerce  
Europa-Fachpresse-Verlag GmbH München <http://www.emar.de>.

Zeitschrift **Inspiration** (inspiration verlag, Schweiz).

**Media & Marketing.** Magazin für Marketing-Strategen. Internet: <http://www.mediaundmarketing.de>.

**Professional Lighting Design.** Zeitschrift für professionelle Lichtplanung in der Architektur. Verlag für Innovationen in der Architektur.

**Shop Design.** 2005 herausgegeben von daab gmbh, Köln (<http://www.daab-online.de>)  
(*neue Shop-Ideen aus der ganzen Welt, ein anregender Bildband*).

**Style Guide.** Die internationale Fachzeitschrift für Schaufenster & Shop Design, Visual Merchandising und Sales Promotion. L.I.S. Verlag GmbH, Theresienstr. 9, 94032 Passau, Internet: [www.style-guide.biz](http://www.style-guide.biz).

**SOUS.** Fashion in Lingerie - Themen u.a.: Erfolgs Shops in Heft 1/2005 - im Zeitschriftenhandel oder Bezugsmöglichkeiten über [www.modeinfo.com](http://www.modeinfo.com).

TextilWirtschaft (Hrsg.): **Läden** 2005. Jahrbuch, erscheint jedes Jahr etwa im Oktober beim Deutschen Fachverlag. € 78,00.

**TextilWirtschaft.** Wöchentliche Fachzeitschrift der Mode- und Textilbranche.

**HOT Unterrichtsmagazin** für Wirtschaftsfächer. (Bildungsverlag EINS, 5 Ausgaben pro Jahr).

Zeitschrift „**FRAME**“ Ausgabe May/June 2001, The Shop Window Issue, Infos über [www.framemag.com](http://www.framemag.com).

Zeitschriften **Horizont**, **mep**, **w&v** berichten regelmäßig über aktuelle Ereignisse im Feld „licensing“.

### CD-ROMs

CD-ROM „Farbenlehre“, ein Programm für das Berufsbild Grafik, Druck, Design herausgekommen, sie kann auch gut für diesen Ausbildungsberuf genutzt werden. Erschienen beim Christiani-Verlag; Bestellnummer: 31-71465; Preis: € 29,80.

(*In strukturierten Lernsequenzen wird der Auszubildende schrittweise - angefangen von der physiologischen Farbwahrnehmung über die Bedeutung der Farbmodelle bis hin zur drucktechnischen Umsetzung von Farben - mit dieser Problematik vertraut gemacht. Weitere Informationen zu Beruf und Ausbildung runden das Lernprogramm ab.*)

### Wichtiger Hinweis zur Literaturrecherche zu den Aufgabenbereichen des Gestalters/der Gestalterin für visuelles Marketing

In der Akademie Handel in Dorfen gibt es eine Bibliothek, in der viele Werke aus der Anfangszeit (z. B. aus dem Jahr 1910) und die gesamten Zeitschriften in deutscher Sprache existieren, die es teilweise nur noch in Einzelexemplaren gibt. Die Bücher werden nicht an Externe ausgeliehen, ein Besuch zur Recherche ist aber jederzeit möglich. Ansprechpartnerin ist **Frau Elke Weinzierl, Tel 08081-8516**.



# Die erfolgreiche Ausbildung



Julia Müller

## Meine Rechte als Azubi

Alles was ich wissen muss:  
vom Ausbildungsvertrag bis  
zum Zeugnis

2007, 140 S.,  
9,90 € (D)/19,50 SFr  
ISBN 978-3-7639-3507-9  
Best.-Nr. 6001783

Marion Grunke-Etzold,  
Jula Müller, Reinhard Selka

## Geschafft!

Prüfungsvorbereitung für  
Azubis

2007, 100 S.,  
9,90 € (D)/19,50 SFr  
ISBN 978-3-7639-3503-1  
Best.-Nr. 6001791



## Lerntechniken für Auszubildende

Abschlussprüfung – kein Problem! Hier  
finden Azubis alle Infos rund um die Prü-  
fung, Tipps zum Lernen und wie man die  
Prüfungsangst besiegt.

## Überblick über die Rechte und Pflichten von Auszubildenden

Endlich Auszubildender! Alle Infos über  
Rechte, Pflichten, Arbeitszeit, Geld, Urlaub,  
Konflikte – und wie man sie löst finden  
Azubis hier.

[www.wbv.de](http://www.wbv.de)



W. Bertelsmann Verlag

Bestellung per Telefon 0521 91101-11 per E-Mail [service@wbv.de](mailto:service@wbv.de)





# BWP informieren – diskutieren – praktizieren

Alle zwei Monate erhalten Sie aktuelle Arbeits- und Forschungsergebnisse aus Wissenschaft und Praxis der Berufsbildung.

Nutzen Sie den BWP-Archiv-Service und recherchieren Sie in den BWP-Jahrgängen bis zum Jahr 2000.



Bundesinstitut für Berufsbildung  
(BIBB), Der Präsident (Hg.)

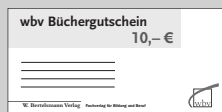
**BWP - Berufsbildung in  
Wissenschaft und Praxis**

Zeitschrift des Bundesinstituts  
für Berufsbildung mit der  
ständigen Beilage „BWPplus“

**6 Ausgaben pro Jahr**  
**Abo 39,70 €, Einzelheft 7,90 €**  
**ISSN 0341-4515**  
**Best.-Nr. BWP**

## Vorteilsabo

Als Dankeschön für Ihre Bestellung erhalten Sie ein Geschenk Ihrer Wahl:



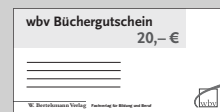
- wbv  
Büchergutschein  
im Wert von 10,- €



- LED-Leuchte  
in Metallbox  
inkl. Batterien\*

## Leser werben Leser

Empfehlen Sie die BWP weiter. Unsere attraktiven Prämien für Ihre Empfehlung:



- wbv  
Büchergutschein  
im Wert von 20,- €



- Samsonite  
Leder-Geldbörse\*

\*Das Angebot gilt, solange der Vorrat reicht.

**JA, ich/wir möchte(n) die BWP abonnieren. Bitte senden Sie mir/uns folgende Prämie zu:**

### Vorteilsabo

- Büchergutschein im Wert von 10,- €  
 LED-Leuchte

### Zustelladresse für die Zeitschrift

\_\_\_\_\_  
Anrede, Vorname, Nachname

\_\_\_\_\_  
Firma/Institution

\_\_\_\_\_  
Straße, Hausnummer

\_\_\_\_\_  
PLZ, Ort

### Leser werben Leser

Bitte senden Sie mir/uns für eine Abowerbung einen

- Büchergutschein im Wert von 20,- €  
 Samsonite Leder-Geldbörse

### Prämienempfänger

\_\_\_\_\_  
Anrede, Vorname, Nachname

\_\_\_\_\_  
Firma/Institution

\_\_\_\_\_  
Straße, Hausnummer

\_\_\_\_\_  
PLZ, Ort

**W. Bertelsmann Verlag**

Bestellung per Telefon **0521 91101-12** per E-Mail **service@wbv.de**

