Verordnung über die Berufsausbildung zum Kaufmann für Marketingkommunikation / zur Kauffrau für Marketingkommunikation [1]

vom 31. Mai 2006

(veröffentlicht im Bundesgesetzblatt Teil I Nr. 17 vom 13. April 2006)

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

§ 1 Staatliche Anerkennung des Ausbildungsberufes

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

§ 2 Ausbildungsdauer

Die Ausbildung dauert drei Jahre.

§ 3 Zielsetzung der Berufsausbildung

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

§ 4 Ausbildungsberufsbild

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

1 Diese Rechtsverordnung ist eine Ausbildungsordnung im Sinne des § 4 des Berufsbildungsgesetzes. Die Ausbildungsordnung und der damit abgestimmte, von der Ständigen Konferenz der Kultusminister der Länder in der Bundesrepublik Deutschland beschlossene Rahmenlehrplan für die Berufsschule werden demnächst als Beilage zum Bundesanzeiger veröffentlicht.

1. Der Ausbildungsbetrieb:

   1.1 Stellung, Rechtsform und Struktur,
   1.2 Gesamt- und einzelwirtschaftliche Funktion der Marketing- und Kommunikationswirtschaft,
   1.3 Berufsbildung, arbeits- und sozialrechtliche Grundlagen,
   1.4 Sicherheit und Gesundheitsschutz bei der Arbeit,
   1.5 Umweltschutz;

2. Arbeitsorganisation, Informations- und Kommunikationssysteme:

   2.1 Arbeitsorganisation,
   2.2 Projektorganisation,
   2.3 Qualitätssichernde Maßnahmen,
   2.4 Informations- und Kommunikationssysteme;

3. Kommunikation und Kooperation:

   3.1 Kommunikation,
   3.2 Teamarbeit und Kooperation,
   3.3 Kundenbeziehungen,
   3.4 Anwenden einer Fremdsprache bei Fachaufgaben;

4. Marketing- und Kommunikationsstrategien:

   4.1 Marktbeobachtung und -analyse,
   4.2 Zielgruppen,
   4.3 Markenführung,
   4.4 Budgetplanung;

5. Vorbereitung und Planung von Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen:

   5.1 Briefing,
   5.2 Konzeptionierung,
   5.3 Steuerung der kreativen Umsetzung,
   5.4 Feinplanung des Medieneinsatzes,
   5.5 Rechte und Lizenzen;

6. Durchführung und Kontrolle von Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen:

   6.1 Auswahl und Beauftragung von Dienstleistern,
   6.2 Organisation interner und externer Herstellungsprozesse,
   6.3 Medieneinsatz,
   6.4 Kontrolle und Abschluss der Maßnahme;

7. Kaufmännische Steuerung und Kontrolle:

   7.1 Rechnungs- und Finanzwesen,
   7.2 Controlling.

§ 5 Ausbildungsrahmenplan

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

§ 6 Ausbildungsplan

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

§ 7 Schriftlicher Ausbildungsnachweis

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

§ 8 Zwischenprüfung

(1) Zur Ermittlung des Ausbildungsstandes ist eine Zwischenprüfung durchzuführen. Sie soll in der Mitte des zweiten Ausbildungsjahres stattfinden.

(2) Die Zwischenprüfung erstreckt sich auf die in den Anlagen 1 und 2 für das erste Ausbildungsjahr aufgeführten Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten sowie auf den im Berufsschulunterricht zu vermittelnden Lehrstoff, soweit er für die Berufsausbildung wesentlich ist.

(3) Die Zwischenprüfung ist schriftlich anhand praxisbezogener Aufgaben oder Fälle in höchstens 120 Minuten in folgenden Gebieten durchzuführen:

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

§ 9 Abschlussprüfung

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

(2) Die Abschlussprüfung besteht aus vier Prüfungsbereichen:

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

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

(3) Die Anforderungen in den Prüfungsbereichen sind:

1. im Prüfungsbereich Entwicklung von Marketing- und Kommunikationskonzepten:

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

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

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

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

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

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

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

3. im Prüfungsbereich Wirtschafts- und Sozialkunde:

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

4. im Prüfungsbereich Fallbezogenes Fachgespräch:

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

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

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

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

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

§ 10 Bestehende Berufsausbildungsverhältnisse

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

§ 11 Inkrafttreten, Außerkrafttreten

Diese Verordnung tritt am 1. August 2006 in Kraft.

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

Berlin, den 31. Mai 2006
Der Bundesminister für Wirtschaft und Technologie
In Vertretung
Georg Wilhelm Adamowitsch