Sachliche und zeitliche Gliederung der Berufsausbildung Anlage zum Berufsausbildungsvertrag

| Ausbildungsbetrieb: | | | |
|--|--|---|--------------------------------|
| Verantwortlicher Ausbilder: | | | |
| Auszubildender: | | | |
| Ausbildungsberuf: | Musikfachhänd | ler/Musikfachhändl | erin |
| verordnung vom 24. März 20 Der zeitliche Anteil des gesetz prüfung des Auszubildenden is | 09 ist auf den folgenden Seiten ni- lichen bzw. tariflichen Urlaubsansp st in den einzelnen zeitlichen Richt s und des Zeitablaufes aus betrieb | oruches, des Berufsschulunterrichtes und | d der Zwischen- und Abschluss- |
| | Unterschrift | Gesetzlicher Vertreter des/der Auszubildenden: | Unterschrift |
| Datun | n | Firmenstempel/Unters | schrift |

Ausbildungsrahmenplan für die Berufsausbildung zum Musikfachhändler/zur Musikfachhändlerin – Sachliche Gliederung –

Abschnitt A: Berufsprofilgebende Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten in den Pflichtqualifikationseinheiten

| Lfd. Nr. | Teil des Ausbildungsberufsbildes | Zu vermittelnde Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten | Position vermittelt |
|-------------|---|--|---------------------|
| 1 | 2 | 3 | |
| 1 | Beratung, Verkauf und Service (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 1) | | |
| 1.1 | Produkte und Dienstleistungen im Musikfachhandel (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 1.1) | a) Warenbereiche und Dienstleistungen im Musikfachhandel, insbesondere der Sortimente Musikalien, Musikinstrumente und Tonträger, unterscheiden b) Kunden über Sortimente im Ausbildungsbetrieb informieren c) Eigenschaften, Ver- und Anwendungsmöglichkeiten von Waren der Sortimente unter Berücksichtigung ökologischer, wirt- | |
| | | schaftlicher und rechtlicher Aspekte darstellen; Informationsquellen zur Aneignung von Warenkenntnissen nutzen | |
| | | fachausdrücke und handelsübliche Bezeichnungen für Waren der Sortimente anwenden | |
| | | e) Unterschiede von Herstellermarken und Handelsmarken im Verkaufsgespräch erläutern | |
| | | f) Trends und innovative Ansätze beobachten sowie für die Sorti- mentsgestaltung und als Verkaufsargument nutzen | |
| 1.2 | Kunden- und dienstleistungs- orientiertes Verhalten (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 1.2) | a) die Rolle des Verkaufspersonals für eine erfolgreiche Handels- tätigkeit erläutern und bei der eigenen Aufgabenerfüllung berücksichtigen | |
| | | b) Anforderungen und Aufgaben einer erfolgreichen Verkaufstätig- keit darstellen | |
| | | c) durch eigenes Verhalten zur Kundenzufriedenheit und -bindung beitragen | |
| 1.3 | Kommunikation mit Kunden (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 1.3) | a) auf Erwartungen und Wünsche der Kunden hinsichtlich Waren, Beratung und Service eingehen | |
| | | b) auf Kundenverhalten situationsgerecht reagieren c) im Kundengespräch sprachliche und nicht sprachliche Kommunikationsformen berücksichtigen | |
| | | d) Fragetechniken einsetzen | |
| | | e) Gesprächsführungstechniken bei Informations-, Beratungs- und Verkaufsgesprächen anwenden | |
| | | f) auf Kundeneinwände und Kundenargumente verkaufsfördernd reagieren | |
| | | g) Konfliktursachen feststellen, Konfliktlösungen im Beratungs- gespräch entwickeln und anwenden | |
| | | h) zur Vermeidung von Informations- und Kommunikations- störungen beitragen | |
| | | i) Ergänzungs-, Ersatz- und Zusatzartikel anbieten | |
| 1.4 | Kundenberatung, Musikgeschichte (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 1.4) | Sonderfälle beim Verkauf bearbeiten, dabei rechtliche und betriebliche Vorschriften anwenden | |
| | | b) Kundentypen und Verhaltensmuster unterscheiden, in Verkaufsgesprächen individuell nutzen | |
| | | c) Kaufmotive und Wünsche von Kunden ermitteln und nutzen | |

| Lfd. Nr. | Teil des Ausbildungsberufsbildes | Zu vermittelnde Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten | Position vermittelt |
|-------------|---|---|---------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| | | d) in Verkaufs- und Beratungsgesprächen fachbezogene Waren vorführen und über qualitäts- und preisbestimmende Merkmale informieren | |
| | | e) Epochen der Musikgeschichte bei der Beratung berücksichtigen f) Wissen über Musikgattungen und -formen, insbesondere Musikrichtungen der klassischen und populären Musik, bei | |
| | | Information und Beratung nutzen | |
| | | g) in Verkaufsgesprächen Aspekte der Notenlehre berücksichtigen | |
| 1.5 | Kassieren und Kassenabrechnung | a) Kassieranweisung beachten | |
| | (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 1.5) | b) Kasse vorbereiten, kassieren, bare und unbare Zahlungen abwickeln, Preisnachlässe berücksichtigen | |
| | | c) Kaufbelege erstellend) Kasse abrechnen, Kassenbericht erstellen, Einnahmen und | |
| | | Belege weiterleiten | |
| | | e) Ursachen für Kassendifferenzen feststellen | |
| | | f) Umtausch und Reklamation kassentechnisch abwickeln | |
| 1.6 | Serviceleistungen (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 1.6) | a) Serviceleistungen zur Förderung der Kundenzufriedenheit und -bindung anbieten | |
| | | b) an der Entwicklung von Serviceleistungen mitwirken, Kooperationspartner einbeziehen | |
| | | c) Kataloge und Nachschlagewerke für Beratung und Verkauf nutzen | |
| 1.7 | Beschwerde, Reklamation und Umtausch | a) Beschwerde, Reklamation und Umtausch unterscheiden; rechtliche Bestimmungen und betriebliche Regelungen anwenden | |
| | (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 1.7) | b) Beschwerde, Reklamation und Umtausch entgegennehmen und bearbeiten | |
| | | c) Beschwerde, Reklamation und Umtausch als Elemente einer kundenorientierten Geschäftspolitik nutzen | |
| 1.8 | Anwenden einer Fremdsprache bei | a) fremdsprachige Fachbegriffe anwenden | |
| | Fachaufgaben (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 1.8) | b) fremdsprachige Informationsquellen aufgabenbezogen auswertenc) Auskünfte in einer Fremdsprache erteilen | |
| 2 | Marketing und Vertrieb (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 2) | | |
| 2.1 | Werbemaßnahmen (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 2.1) | a) bei Werbemaßnahmen Arten, Ziele, Aufgaben und Zielgruppen der Werbung unterscheiden | |
| | | b) Werbemittel und Werbeträger des Ausbildungsbetriebes unter Berücksichtigung des rechtlichen Rahmens und der aktuellen Informations- und Werbemöglichkeiten in der Musikbranche einsetzen | |
| 2.2 | Warenpräsentation (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 2.2) | a) Waren verkaufswirksam präsentieren, Dekorationsmittel einsetzen | |
| | (§ 4 Absatz 2 Abschillt A Nulliller 2.2) | b) Angebotsplätze nach Absatzgesichtspunkten beurteilen, Waren platzieren | |
| 2.3 | Verkaufsförderung | a) bei der Planung und Auswertung von verkaufsfördernden Maß- | |
| | (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 2.3) | nahmen mitwirken, verkaufsfördernde Maßnahmen durchführen b) Kunden Messeneuheiten und Produktneuentwicklungen vorstellen, verkaufsfördernde Maßnahmen für diese Produkte initiieren | |

| 2.4 Vertriebswege (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 2.4) 2.5 Urheber-, Leistungsschutz- und Verwertungsrecht (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 2.5) 2.5 Urheber-, Leistungsschutz- und Verwertungsrecht (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 2.5) 3. Kunden über Vorschriften des Urheber-, Leistungsschutz- und Verwertungsrecht (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 2.5) 4. Künden über Vorschriften des Urheber-, Leistungsschutz- und Verwertungsrechts im Musikfachhandel informieren b) Aufführungs- und Verwertungsgesellschaften informieren c) über Lizenzen und Verwertungsgesellschaften informieren d) Kunden über die Folgen von Verstößen informieren d) Kunden über die Folgen von Verstößen informieren en Waren wird verwertungsrecht informieren d) Kunden über die Folgen von Verstößen informieren en Waren wird verwertungsrecht informieren d) Musikmarkt analysieren, nationale und internationale Entwicklungen berücksichtigen en bei der Marktbeobachtung mitwirken, insbesondere Versien, bei der Marktbeobachtung mitwirken, insbesondere Preise, Leistungen und Konditionen von Wettbewerbern vergleichen d) Märkten auswerten und nutzen e) Vorschläge für betriebliche Marketingmaßnahmen entwickeln 3. Einkauf und Warenwirtschaft (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 3) 3.1 Einkaufsplanung und Bestellung (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 3) a) Bedarf an fachbezogenen Waren unter Berücksichtigung der Umsatz- und Bestandsentwicklung sowie der Absatzchancen ermitteln b) aktuelle und saisonale Einflüsse bei der Einkaufsplanung berücksichtigen c) Informations- und Bezugsquellen für die Beschaffung von Waren im Musikfachhandel nutzen, Recherchen, insbesondere in Datenbanken und Katalogen, durchführen d) Angebote einholen und vergleichen e) Waren im Musikfachhandel mittels unterschiedlicher Liefersysteme nach betrieblichen Vorgaben und rechtlichen Rege- | Position vermittelt | Zu vermittelnde Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten | Teil des Ausbildungsberufsbildes | Lfd. Nr. |
|--|---------------------|---|---------------------------------------|-------------|
| (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 2.4) (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 2.5) 2.5 Urheber-, Leistungsschutz- und Verwertungsrecht (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 2.5) (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 2.5) (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 2.6) (§ 5 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 2.6) (§ 6 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 2.6) (§ 7 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 2.6) (§ 8 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 2.6) (§ 8 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 3.1) (§ 9 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 3.1) (§ 1 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 3.1) (§ 2 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 3.1) (§ 3 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 3.1) (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 3.1) (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 3.1) (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 3.1) (§ 6 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 3.1) (§ 7 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 3.1) (§ 8 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 3.1) | 4 | 3 | 2 | 1 |
| c.) Einsatz von E-Commerce für das Unternehmen prüfen, rechtliche Rahmenbedingungen berücksichtigen 2.5 Urheber-, Leistungsschutz- und Verwertungsrecht (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 2.5) 3 Kunden über Vorschriften des Urheber-, Leistungsschutz- und Verwertungsrechts im Musikfachhandel informieren b) Aufführungs- und Verwertungsgesellschaften informieren d) Kunden über die Folgen von Verstößen informieren kunden über die Folgen von Verstößen informieren d) Kunden über die Folgen von Verstößen informieren d) Kunden über die Folgen von Verstößen informieren d) Einflüsse externer Faktoren, insbesondere von Mode, Freizeit, Sport und Massenmedien, auf die Entwicklung von Musiktrends beurteilen c) bei der Marktbeobachtung mitwirken, insbesondere Preise, Leistungen und Konditionen von Wettbewerbern vergleichen d) Informationsquellen für die Erschließung von Zielgruppen und Märkten auswerten und nutzen e) Vorschläge für betriebliche Marketingmaßnahmen entwickeln 3 Einkauf und Warenwirtschaft (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 3) 3.1 Einkaufsplanung und Bestellung (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 3.1) 4) Bedarf an fachbezogenen Waren unter Berücksichtigung der Umsatz- und Bestandsentwicklung sowie der Absatzchancen ermitteln b) aktuelle und saisonale Einflüsse bei der Einkaufsplanung berücksichtigen c) Informations- und Bezugsquellen für die Beschaffung von Waren im Musikfachhandel nutzen, Recherchen, insbesondere in Datenbanken und Katalogen, durchführen d) Angebote einholen und vergleichen e) Waren im Musikfachhandel mittels unterschiedlicher Liefersysteme nach betrieblichen Vorgaben und rechtlichen Rege- | | scheiden Vor- und Nachteile von E-Commerce aus Sicht von Unter- | | 2.4 |
| Verwertungsrecht (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 2.5) Aufführungs- und Vervielfältigungsrechte von Musik beachten c) über Lizenzen und Verwertungsgesellschaften informieren d) Kunden über die Folgen von Verstößen informieren d) Müsikmarkt analysieren, nationale und internationale Entwicklungen berücksichtigen b) Einflüsse externer Faktoren, insbesondere von Mode, Freizeit, Sport und Massenmedien, auf die Entwicklung von Musiktrends beurteilen c) bei der Marktbeobachtung mitwirken, insbesondere Preise, Leistungen und Konditionen von Wettbewerbern vergleichen d) Informationsquellen für die Erschließung von Zielgruppen und Märkten auswerten und nutzen e) Vorschläge für betriebliche Marketingmaßnahmen entwickeln 3 Einkauf und Warenwirtschaft (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 3.1) Einkaufsplanung und Bestellung (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 3.1) Bedarf an fachbezogenen Waren unter Berücksichtigung der Umsatz- und Bestandsentwicklung sowie der Absatzchancen ermitteln b) aktuelle und saisonale Einflüsse bei der Einkaufsplanung berücksichtigen c) Informations- und Bezugsquellen für die Beschaffung von Waren im Musikfachhandel nutzen, Recherchen, insbesondere in Datenbanken und Katalogen, durchführen d) Angebote einholen und vergleichen e) Waren im Musikfachhandel mittels unterschiedlicher Liefersysteme nach betrieblichen Vorgaben und rechtlichen Rege- | | Einsatz von E-Commerce für das Unternehmen prüfen, recht- | | |
| ten c) über Lizenzen und Verwertungsgesellschaften informieren d) Kunden über die Folgen von Verstößen informieren (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 2.6) Märkte und Zielgruppen (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 2.6) ib inflüsse externer Faktoren, insbesondere von Mode, Freizeit, Sport und Massenmedien, auf die Entwicklung von Musiktrends beurteilen c) bei der Marktbeobachtung mitwirken, insbesondere Preise, Leistungen und Konditionen von Wettbewerbern vergleichen d) Informationsquellen für die Erschließung von Zielgruppen und Märkten auswerten und nutzen e) Vorschläge für betriebliche Marketingmaßnahmen entwickeln 3 Einkauf und Warenwirtschaft (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 3) 3.1 Einkaufsplanung und Bestellung (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 3.1) ienkaufsplanung und Bestellung (§ 1 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 3.1) ienkaufsplanung und Bestellung (§ 1 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 3.1) ienkaufsplanung und Bestellung (§ 1 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 3.1) ienkaufsplanung und Bestellung (§ 1 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 3.1) ienkaufsplanung und Bestellung (§ 1 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 3.1) ienkaufsplanung und Bestellung (§ 1 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 3.1) ienkaufsplanung und Bestellung (§ 1 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 3.1) ienkaufsplanung und Bestellung (§ 2 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 3.1) ienkaufsplanung und Bestellung (§ 3 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 3.1) ienkaufsplanung und Bestellung (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 3.1) ienkauf und Warenwirtschaft (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 3.1) ienkauf und Warenwirtschaft (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 3.1) ienkauf und Warenwirtschaft (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 3.1) ienkauf und Warenwirtschaft (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 3.1) ienkauf und Warenwirtschaft (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 3.1) ienkauf und Warenwirtschaft (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 3.1) ienkauf und Warenwirtschaft (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 3.1) ienkauf und Warenwirtschaft (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 3.1) ienkauf und Warenwirtschaft (§ 4 Absatz 2 Absc | | | Verwertungsrecht | 2.5 |
| d) Kunden über die Folgen von Verstößen informieren a) Musikmarkt analysieren, nationale und internationale Entwicklungen berücksichtigen b) Einflüsse externer Faktoren, insbesondere von Mode, Freizeit, Sport und Massenmedien, auf die Entwicklung von Musiktrends beurteilen c) bei der Marktbeobachtung mitwirken, insbesondere Preise, Leistungen und Konditionen von Wettbewerbern vergleichen dinformationsquellen für die Erschließung von Zielgruppen und Märkten auswerten und nutzen e) Vorschläge für betriebliche Marketingmaßnahmen entwickeln 3.1 Einkauf und Warenwirtschaft (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 3) 3.1 Einkaufsplanung und Bestellung (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 3.1) Bedarf an fachbezogenen Waren unter Berücksichtigung der Umsatz- und Bestandsentwicklung sowie der Absatzchancen ermitteln b) aktuelle und saisonale Einflüsse bei der Einkaufsplanung berücksichtigen c) Informations- und Bezugsquellen für die Beschaffung von Waren im Musikfachhandel nutzen, Recherchen, insbesondere in Datenbanken und Katalogen, durchführen d) Angebote einholen und vergleichen e) Waren im Musikfachhandel mittels unterschiedlicher Liefersysteme nach betrieblichen Vorgaben und rechtlichen Rege- | | | (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 2.5) | |
| lungen berücksichtigen b) Einflüsse externer Faktoren, insbesondere von Mode, Freizeit, Sport und Massenmedien, auf die Entwicklung von Musiktrends beurteilen c) bei der Marktbeobachtung mitwirken, insbesondere Preise, Leistungen und Konditionen von Wettbewerbern vergleichen d) Informationsquellen für die Erschließung von Zielgruppen und Märkten auswerten und nutzen e) Vorschläge für betriebliche Marketingmaßnahmen entwickeln 3 Einkauf und Warenwirtschaft (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 3) 3.1 Einkaufsplanung und Bestellung (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 3.1) b) aktuelle und saisonale Einflüsse bei der Einkaufsplanung berücksichtigen c) Informations- und Bezugsquellen für die Beschaffung von Waren im Musikfachhandel nutzen, Recherchen, insbesondere in Datenbanken und Katalogen, durchführen d) Angebote einholen und vergleichen e) Waren im Musikfachhandel mittels unterschiedlicher Liefersysteme nach betrieblichen Vorgaben und rechtlichen Rege- | | | | |
| Sport und Massenmedien, auf die Entwicklung von Musiktrends beurteilen c) bei der Marktbeobachtung mitwirken, insbesondere Preise, Leistungen und Konditionen von Wettbewerbern vergleichen d) Informationsquellen für die Erschließung von Zielgruppen und Märkten auswerten und nutzen e) Vorschläge für betriebliche Marketingmaßnahmen entwickeln 3 Einkauf und Warenwirtschaft (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 3) 3.1 Einkaufsplanung und Bestellung (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 3.1) Bedarf an fachbezogenen Waren unter Berücksichtigung der Umsatz- und Bestandsentwicklung sowie der Absatzchancen ermitteln b) aktuelle und saisonale Einflüsse bei der Einkaufsplanung berücksichtigen c) Informations- und Bezugsquellen für die Beschaffung von Waren im Musikfachhandel nutzen, Recherchen, insbesondere in Datenbanken und Katalogen, durchführen d) Angebote einholen und vergleichen e) Waren im Musikfachhandel mittels unterschiedlicher Liefer- systeme nach betrieblichen Vorgaben und rechtlichen Rege- | | lungen berücksichtigen | | 2.6 |
| Leistungen und Konditionen von Wettbewerbern vergleichen d) Informationsquellen für die Erschließung von Zielgruppen und Märkten auswerten und nutzen e) Vorschläge für betriebliche Marketingmaßnahmen entwickeln 3 Einkauf und Warenwirtschaft (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 3) 3.1 Einkaufsplanung und Bestellung (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 3.1) Bedarf an fachbezogenen Waren unter Berücksichtigung der Umsatz- und Bestandsentwicklung sowie der Absatzchancen ermitteln b) aktuelle und saisonale Einflüsse bei der Einkaufsplanung berücksichtigen c) Informations- und Bezugsquellen für die Beschaffung von Waren im Musikfachhandel nutzen, Recherchen, insbesondere in Datenbanken und Katalogen, durchführen d) Angebote einholen und vergleichen e) Waren im Musikfachhandel mittels unterschiedlicher Liefer- systeme nach betrieblichen Vorgaben und rechtlichen Rege- | | Sport und Massenmedien, auf die Entwicklung von Musik- | | |
| Märkten auswerten und nutzen e) Vorschläge für betriebliche Marketingmaßnahmen entwickeln 3 Einkauf und Warenwirtschaft (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 3) 3.1 Einkaufsplanung und Bestellung (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 3.1) a) Bedarf an fachbezogenen Waren unter Berücksichtigung der Umsatz- und Bestandsentwicklung sowie der Absatzchancen ermitteln b) aktuelle und saisonale Einflüsse bei der Einkaufsplanung berücksichtigen c) Informations- und Bezugsquellen für die Beschaffung von Waren im Musikfachhandel nutzen, Recherchen, insbesondere in Datenbanken und Katalogen, durchführen d) Angebote einholen und vergleichen e) Waren im Musikfachhandel mittels unterschiedlicher Liefersysteme nach betrieblichen Vorgaben und rechtlichen Rege- | | = | | |
| 3 Einkauf und Warenwirtschaft (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 3) 3.1 Einkaufsplanung und Bestellung (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 3.1) a) Bedarf an fachbezogenen Waren unter Berücksichtigung der Umsatz- und Bestandsentwicklung sowie der Absatzchancen ermitteln b) aktuelle und saisonale Einflüsse bei der Einkaufsplanung berücksichtigen c) Informations- und Bezugsquellen für die Beschaffung von Waren im Musikfachhandel nutzen, Recherchen, insbesondere in Datenbanken und Katalogen, durchführen d) Angebote einholen und vergleichen e) Waren im Musikfachhandel mittels unterschiedlicher Liefersysteme nach betrieblichen Vorgaben und rechtlichen Rege- | | Märkten auswerten und nutzen | | |
| (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 3) 3.1 Einkaufsplanung und Bestellung (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 3.1) a) Bedarf an fachbezogenen Waren unter Berücksichtigung der Umsatz- und Bestandsentwicklung sowie der Absatzchancen ermitteln b) aktuelle und saisonale Einflüsse bei der Einkaufsplanung berücksichtigen c) Informations- und Bezugsquellen für die Beschaffung von Waren im Musikfachhandel nutzen, Recherchen, insbesondere in Datenbanken und Katalogen, durchführen d) Angebote einholen und vergleichen e) Waren im Musikfachhandel mittels unterschiedlicher Liefer- systeme nach betrieblichen Vorgaben und rechtlichen Rege- | ┨╙ | Vorschläge für betriebliche Marketingmaßnahmen entwickeln | | |
| (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 3.1) Umsatz- und Bestandsentwicklung sowie der Absatzchancen ermitteln b) aktuelle und saisonale Einflüsse bei der Einkaufsplanung berücksichtigen c) Informations- und Bezugsquellen für die Beschaffung von Waren im Musikfachhandel nutzen, Recherchen, insbesondere in Datenbanken und Katalogen, durchführen d) Angebote einholen und vergleichen e) Waren im Musikfachhandel mittels unterschiedlicher Liefersysteme nach betrieblichen Vorgaben und rechtlichen Rege- | | | | 3 |
| berücksichtigen c) Informations- und Bezugsquellen für die Beschaffung von Waren im Musikfachhandel nutzen, Recherchen, insbesondere in Datenbanken und Katalogen, durchführen d) Angebote einholen und vergleichen e) Waren im Musikfachhandel mittels unterschiedlicher Liefersysteme nach betrieblichen Vorgaben und rechtlichen Rege- | | Umsatz- und Bestandsentwicklung sowie der Absatzchancen | | 3.1 |
| Waren im Musikfachhandel nutzen, Recherchen, insbesondere in Datenbanken und Katalogen, durchführen d) Angebote einholen und vergleichen e) Waren im Musikfachhandel mittels unterschiedlicher Liefersysteme nach betrieblichen Vorgaben und rechtlichen Rege- | | | | |
| e) Waren im Musikfachhandel mittels unterschiedlicher Liefer- systeme nach betrieblichen Vorgaben und rechtlichen Rege- | | Waren im Musikfachhandel nutzen, Recherchen, insbesondere | | |
| systeme nach betrieblichen Vorgaben und rechtlichen Rege- | | - | | |
| | | systeme nach betrieblichen Vorgaben und rechtlichen Regelungen beschaffen | | |
| f) Vertragserfüllung prüfen, insbesondere Liefertermine überwachen und bei Verzug mahnen | | | | |
| 3.2 Wareneingang und Warenlagerung a) Wareneingänge erfassen und kontrollieren, Abweichungen melden und Waren nach betrieblichen Regelungen weiterleiten | | melden und Waren nach betrieblichen Regelungen weiterleiten | | 3.2 |
| b) Waren annehmen und dabei rechtliche Regelungen beachten c) Waren lagern und pflegen | | | | |
| 3.3 Bestandskontrolle (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 3.3) a) warenwirtschaftliche Daten erfassen; Belege des Wareneingangs, der Warenlagerung und des Verkaufs prüfen b) Regtände kontrollieren bei Abweighungen betriebe übliche | | eingangs, der Warenlagerung und des Verkaufs prüfen | | 3.3 |
| b) Bestände kontrollieren, bei Abweichungen betriebsübliche Maßnahmen einleiten | | Maßnahmen einleiten | | |
| c) bei Inventuren mitwirken, rechtliche Regelungen beachten d) zur Vermeidung von Inventurdifferenzen beitragen | | | | |

| Lfd. Nr. | Teil des Ausbildungsberufsbildes | Zu vermittelnde Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten | Position vermittelt |
|-------------|---|--|---------------------|
| 1 | 2 | 3 | |
| 3.4 | Warenwirtschaftssystem (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 3.4) | a) Ziele und Aufgaben der Warenwirtschaft des Ausbildungsbetriebes erläutern b) Zusammenhänge zwischen Waren- und Datenfluss darstellen c) Möglichkeiten der Datenerfassung und -verarbeitung nutzen d) rechtliche Regelungen und betriebliche Vorgaben bei Datensicherung und Datenschutz beachten | |
| 4 | Kaufmännische Steuerung und Kontrolle (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 4) | | |
| 4.1 | Preisbildung und Kalkulation (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 4.1) | a) Elemente der Preisgestaltung erläutern b) Folgen von Preisänderungen darstellen c) Preisauszeichnung im Rahmen der betrieblichen und rechtlichen Vorgaben sicherstellen d) Nachlässe für bestimmte Gruppen prüfen e) Handelsspanne ermitteln, Auswirkungen von Preisbildung auf Gewinn und Absatz berücksichtigen f) Kalkulationen erstellen, Berechnungen durchführen g) die Kalkulation beeinflussende Faktoren unterscheiden; Preisbindung bei Verlagserzeugnissen berücksichtigen | |
| 4.2 | Zahlungsverkehr und rechnerische Abwicklung (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 4.2) | a) Rechenarten zur Lösung kaufmännischer Sachverhalte einsetzen b) Hilfsmittel für Berechnungen nutzen c) Belege erfassen und Geschäftsvorgänge unter Berücksichtigung betrieblicher und rechtlicher Regelungen rechnerisch bearbeiten d) Aufbau und Inhalt des betrieblichen Buchungssystems erklären e) Zahlungsvorgänge bearbeiten f) Vorgänge des Mahnwesens bearbeiten | |
| 4.3 | Kosten- und Leistungsrechnung, Controlling (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 4.3) | a) Kosten- und Leistungsrechnung sowie Controlling im Betrieb als Informations- und Steuerungssystem erklären b) Zusammenhänge von Kosten, Umsatz und Ertrag erläutern c) betriebswirtschaftliche Kennzahlen ermitteln und auswerten sowie Konsequenzen für das Unternehmen aufzeigen d) an der Erfolgsrechnung mitwirken | |
| 4.4 | Unternehmerische Entscheidungs- prozesse (§ 4 Absatz 2 Abschnitt A Nummer 4.4) | a) unternehmerische Selbstständigkeit als Perspektive der Berufs- und Lebensplanung darstellen b) Anforderungen an persönliche und fachliche Eignung für unternehmerische Selbstständigkeit beurteilen c) Voraussetzungen und Rahmenbedingungen, Chancen und Risiken unternehmerischer Selbstständigkeit aufzeigen | |

Abschnitt B: Weitere berufsprofilgebende Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten in einer der Wahlqualifikationseinheiten

| Lfd. Nr. | Teil des Ausbildungsberufsbildes | Zu vermittelnde Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten | Position vermittelt |
|-------------|---|--|------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | Musikinstrumente (§ 4 Absatz 2 Abschnitt B Nummer 1) | | |
| 1.1 | Instrumentengruppen (§ 4 Absatz 2 Abschnitt B Nummer 1.1) | a) Formen, Herstellungsarten und Materialien von akustischen und elektronischen Musikinstrumenten unterscheiden, insbesondere Besonderheiten von Blasinstrumenten, Schlaginstrumenten, Streich- und Zupfinstrumenten sowie Tasteninstrumenten darstellen b) Möglichkeiten und Funktionsweise der Musikelektronik erläutern c) kulturelle Zusammenhänge, Geschichte und Marktbedeutung der Musikinstrumente in das Kundengespräch einbeziehen | |
| | | d) Qualität und Wert der Musikinstrumente beurteilen | |
| 1.2 | Beschaffung (§ 4 Absatz 2 Abschnitt B Nummer 1.2) | Bezugsquellen für Instrumente und Zubehör recherchieren, Angebote vergleichen | |
| | | b) Instrumente und Zubehör bestellen, insbesondere Außendienst, Informations- und Kommunikationssysteme sowie Kataloge nutzen c) handelsübliche Abkürzungen und Spezialbezeichnungen | |
| | | anwenden | |
| 1.3 | Verkauf und Service (§ 4 Absatz 2 Abschnitt B Nummer 1.3) | a) Einzelpersonen und Gruppen in ein Instrument einweisen b) bei Auswahl und Verkauf der Instrumente individuelle Aspekte der Kunden berücksichtigen | |
| | | c) Serviceleistungen erläutern und anbieten | |
| | | d) Zubehörteile sowie Noten und Schulwerke anbieten und für den Kunden zusammenstellen | |
| | | e) Reparaturaufträge entgegennehmen und bearbeiten | |
| | | f) Stimmen von Instrumenten veranlassen | |
| | | g) Instrumente spielfertig vorbereiten | |
| | | h) Pflege des Instrumentes erklären und vorführen | |
| 1.4 | Aufnahme- und Veranstaltungstechnik (§ 4 Absatz 2 Abschnitt B Nummer 1.4) | a) über Bestandteile und Anwendungsmöglichkeiten der Veranstaltungstechnik informieren | |
| | | b) Fachinformationen, insbesondere über Entwicklungen von Aufnahme- und Veranstaltungstechniken, nutzen | |
| 2 | Musikalien (§ 4 Absatz 2 Abschnitt B Nummer 2) | | |
| 2.1 | Literatur (§ 4 Absatz 2 Abschnitt B Nummer 2.1) | Repertoire der klassischen und populären Musik im Verkaufs- gespräch einbeziehen | |
| | | b) Standardschulwerke bedarfsorientiert anbieten | |
| | | c) Werkverzeichnisse bedeutender Komponisten nutzen | |
| | | d) kulturelle Zusammenhänge, Geschichte und Marktbedeutung von Noten in das Kundengespräch einbeziehen | |
| | | e) Formen der Notenherstellung unterscheiden | |

| Lfd. Nr. | Teil des Ausbildungsberufsbildes | Zu vermittelnde Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten | Position vermittelt |
|-------------|---|--|------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 2.2 | Beschaffung (§ 4 Absatz 2 Abschnitt B Nummer 2.2) | a) Musikalien bestellen, insbesondere Außendienst, Informationsund Kommunikationssysteme sowie Kataloge nutzen b) elektronische Recherchemöglichkeiten bei Kundenanfragen anwenden c) bedeutende Musikverlage und ihre Fachgebiete berücksichtigen | |
| | | d) Aufführungsmaterial unter Berücksichtigung der einzelnen Stimmen beim Verlag bestellene) Verlags- und Werkabkürzungen für die Bestellung nutzen | |
| 2.3 | Verkauf und Service (§ 4 Absatz 2 Abschnitt B Nummer 2.3) | a) Kunden über die Verlagslandschaft im In- und Ausland informieren b) Kunden bei Auswahl und Verkauf der Musikalien beraten und ihre individuellen Aspekte berücksichtigen | |
| | | c) Print-on-Demand-Anfragen von Kunden bearbeitend) Mietmaterialien anbieten und ordnungsgemäße Rückgabe sicherstellen | |
| 2.4 | Rechtliche Bestimmungen im Musikalienhandel (§ 4 Absatz 2 Abschnitt B Nummer 2.4) | a) Ladenpreisbindung im Kundengespräch berücksichtigen b) Kunden über mögliche Urheberrechtsverletzungen aufklären | |
| 3 | Tonträger (§ 4 Absatz 2 Abschnitt B Nummer 3) | | |
| 3.1 | Tonträgerarten und Repertoire (§ 4 Absatz 2 Abschnitt B Nummer 3.1) | a) Arten der Tonträger unterscheidenb) Repertoire der klassischen und populären Musik im Verkaufsgespräch einbeziehen | |
| | | c) über bedeutende Interpreten informierend) Besonderheiten von Einspielungen herausstellen | |
| | | e) über den Herstellungsprozess informieren und Erkenntnisse in das Verkaufsgespräch einbinden | |
| | | f) kulturelle Zusammenhänge, Geschichte und Marktbedeutung von Tonträgern in das Kundengespräch einbeziehen | |
| 3.2 | Beschaffung (§ 4 Absatz 2 Abschnitt B Nummer 3.2) | a) Tonträger bestellen, insbesondere Außendienst, Informations- und Kommunikationssysteme sowie Kataloge nutzen | |
| | | b) elektronische Recherchemöglichkeiten bei Kundenanfragen anwenden | |
| | | c) Hersteller- und Vertriebsform nach Fachgebieten berücksichtigen | |
| 3.3 | Verkauf und Service | a) Kunden über Konzert- und Festivallandschaft informieren | |
| | (§ 4 Absatz 2 Abschnitt B Nummer 3.3) | b) Auszeichnungen und Ehrungen im Tonträgermarkt beobachten und bei der Warenpräsentation berücksichtigen | |
| | | c) Kunden bei Auswahl und Verkauf der Tonträger beraten und ihre individuellen Aspekte berücksichtigen | |
| 3.4 | Digitale Distribution (§ 4 Absatz 2 Abschnitt B Nummer 3.4) | a) Unterschiede der Distribution physischer und nicht physischer Tonträger darstellen | |
| | | b) sich über aktuelle Entwicklungen der digitalen Distribution informieren und Schlussfolgerungen für den Betrieb ableiten | |
| | | c) rechtliche Vorschriften bei der digitalen Distribution berück- sichtigen | |

Abschnitt C: Integrative Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten

| Lfd. Nr. | Teil des Ausbildungsberufsbildes | Zu vermittelnde Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten | Position vermittelt |
|-------------|--|--|------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | Der Ausbildungsbetrieb (§ 4 Absatz 2 Abschnitt C Nummer 1) | | |
| 1.1 | Stellung und Struktur (§ 4 Absatz 2 Abschnitt C Nummer 1.1) | a) Stellung und Funktion des Musikfachhandels in der Gesamt- wirtschaft und in der Gesellschaft erklären | |
| | | b) Leistungen des Musikfachhandels an Beispielen des Ausbildungsbetriebes erläutern | |
| | | c) Betriebs- und Verkaufsform des Ausbildungsbetriebes erläutern | |
| | | d) Formen der Zusammenarbeit im Musikfachhandel an Beispielen aus dem Ausbildungsbetrieb erklären | |
| | | e) Einflüsse des Standortes, der Verkaufsform, der Sortiments- | |
| | | und Preisgestaltung sowie der Verkaufsraumgestaltung auf die Stellung des Ausbildungsbetriebes am Markt erläutern | |
| | | | |
| 1.2 | Betriebliche Organisation | a) Rechtsform des Ausbildungsbetriebes darstellen | |
| | (§ 4 Absatz 2 Abschnitt C Nummer 1.2) | b) organisatorischen Aufbau des Ausbildungsbetriebes mit seinen Aufgaben und Zuständigkeiten und dem Zusammenwirken der einzelnen Funktionsbereiche erklären | |
| | | c) Geschäftsfelder, Aufgaben und Arbeitsabläufe im Ausbildungsbetrieb darstellen | |
| | | d) Zusammenarbeit des Ausbildungsbetriebes mit Wirtschafts- organisationen, Behörden, Gewerkschaften und Berufsvertre- tungen beschreiben | |
| 1.3 | Berufsbildung (§ 4 Absatz 2 Abschnitt C Nummer 1.3) | a) Rechte und Pflichten aus dem Ausbildungsvertrag feststellen und Aufgaben der Beteiligten im dualen System beschreiben | |
| | | b) den betrieblichen Ausbildungsplan mit der Ausbildungsordnung vergleichen | |
| | | c) lebensbegleitendes Lernen für die berufliche und persönliche Entwicklung begründen, berufliche Aufstiegs- und Weiter- entwicklungsmöglichkeiten darstellen | |
| 1.4 | Personalwirtschaft, arbeits- und sozialrechtliche Vorschriften (§ 4 Absatz 2 Abschnitt C Nummer 1.4) | a) arbeits-, sozial- und mitbestimmungsrechtliche Vorschriften sowie für den Arbeitsbereich geltende Tarif- und Arbeitszeitregelungen beachten | |
| | (§ 4 Absatz 2 Abschiltt C Nummer 1.4) | b) wesentliche Inhalte und Bestandteile eines Arbeitsvertrages so- | |
| | | wie die für eine Beschäftigung erforderlichen Personalpapiere darstellen | |
| | | c) Ziele und Aufgaben der Personaleinsatzplanung erläutern und zu ihrer Umsetzung beitragen | |
| | | d) Positionen der eigenen Entgeltabrechnung erklären | |
| 1.5 | Sicherheit und Gesundheitsschutz bei der Arbeit | a) Gefährdung von Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz feststellen und Maßnahmen zu ihrer Vermeidung ergreifen | |
| | (§ 4 Absatz 2 Abschnitt C Nummer 1.5) | b) berufsbezogene Arbeitsschutz- und Unfallverhütungsvor- schriften anwenden | |
| | | c) Verhaltensweisen bei Unfällen beschreiben sowie erste Maßnahmen einleiten | |
| | | d) Vorschriften des vorbeugenden Brandschutzes anwenden | |
| | | e) Verhaltensweisen bei Bränden beschreiben und Maßnahmen zur Brandbekämpfung ergreifen | |

| Lfd. Nr. | Teil des Ausbildungsberufsbildes | Zu vermittelnde Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten | Position vermittelt |
|-------------|--|--|------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1.6 | Umweltschutz (§ 4 Absatz 2 Abschnitt C Nummer 1.6) | Zur Vermeidung betriebsbedingter Umweltbelastungen im beruflichen Einwirkungsbereich beitragen, insbesondere a) mögliche Umweltbelastungen durch den Ausbildungsbetrieb und seinen Beitrag zum Umweltschutz an Beispielen erklären b) für den Ausbildungsbetrieb geltende Regelungen des Umweltschutzes anwenden c) Möglichkeiten der wirtschaftlichen und umweltschonenden Energie- und Materialverwendung nutzen d) Abfälle vermeiden; Stoffe und Materialien einer umweltschonenden Entsorgung zuführen | |
| 2 | Arbeitsorganisation, Informations- und Kommunikationssysteme (§ 4 Absatz 2 Abschnitt C Nummer 2) | | |
| 2.1 | Arbeitsorganisation (§ 4 Absatz 2 Abschnitt C Nummer 2.1) | a) Arbeits- und Organisationsmittel sowie Lern- und Arbeitstechniken einsetzen b) Methoden des selbstständigen Lernens anwenden, Fachinformationen nutzen c) die eigene Arbeit systematisch planen, durchführen und kontrollieren d) qualitätssichernde Maßnahmen anwenden und dabei zur kontinuierlichen Verbesserung von Arbeitsprozessen beitragen | |
| 2.2 | Informations- und Kommunikations- systeme (§ 4 Absatz 2 Abschnitt C Nummer 2.2) | a) Informations- und Kommunikationssysteme des Ausbildungsbetriebes nutzen b) Möglichkeiten der Datenübertragung und Informationsbeschaffung nutzen; Sicherheitsanforderungen beachten c) Daten eingeben, mit betriebsüblichen Verfahren sowie unter Beachtung des Datenschutzes sichern und pflegen | |
| 2.3 | Interne Kommunikation und Kooperation (§ 4 Absatz 2 Abschnitt C Nummer 2.3) | | |

Am Ende eines jeden Ausbildungsabschnittes soll der Ausbilder zusammen mit dem Auszubildenden alle Positionen der Liste durchgehen. Positionen, die dem Auszubildenden gründlich **erklärt** worden sind und die er – wo es sich um Tätigkeiten handelt – aufgrund dieser Unterweisung **geübt** hat, erhalten in den dafür vorgesehenen kleinen Kästchen der entsprechenden Spalte **ein Kreuz.**

Danach bestätigen Ausbilder und Auszubildender durch ihr Handzeichen, dass die angekreuzten Positionen tatsächlich vermittelt worden sind.

Angekreuzte Positionen vermittelt:

| Ausbilder: | |
|-----------------|--|
| Auszubildender: | |

Ausbildungsrahmenplan für die Berufsausbildung zum Musikfachhändler/zur Musikfachhändlerin – Zeitliche Gliederung –

1. Ausbildungsjahr Lfd. Nr. Vermittlung/Fortführung Ab-Berufs-Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten, vorgesehen schnitt bild gemäß sachlicher Gliederung von - bis (§ 4) Produkte und Dienstleistungen im Musikfachhandel, Lernziele a bis d Α 1.1 С 1.1 Stellung und Struktur С 1.2 Betriebliche Organisation С 1.3 Berufsbildung С 1.4 Personalwirtschaft, arbeits- und sozialrechtliche Vorschriften С 1.5 Sicherheit und Gesundheitsschutz bei der Arbeit С 2.1 Arbeitsorganisation 1.2 Kunden- und dienstleistungsorientiertes Verhalten Α 1.3 Kommunikation mit Kunden Α 1.5 Kassieren und Kassenabrechnung Α 2.1 Α Werbemaßnahmen 2.2 Α Warenpräsentation 4.2 Zahlungsverkehr und rechnerische Abwicklung, Lernziele a bis c Α С 1.6 Umweltschutz 3.4 Warenwirtschaftssystem Α С 2.2 Informations- und Kommunikationssysteme С 2.3 Interne Kommunikation und Kooperation

| 2. <i>A</i> | 2. Ausbildungsjahr | | | | |
|----------------|--------------------------------------|--|--|--|--|
| Ab- schnitt | Lfd. Nr. Berufs- bild (§ 4) | Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten, gemäß sachlicher Gliederung | Vermittlung/Fortführung vorgesehen von – bis | | |
| | | Zeitrahmen 2–4 Monate | | | |
| Α | 1.1 | Produkte und Dienstleistungen im Musikfachhandel, Lernziele e und f | | | |
| Α | 1.6 | Serviceleistungen | | | |
| Α | 1.7 | Beschwerde, Reklamation und Umtausch | | | |
| | | Zeitrahmen 4–6 Monate | | | |
| Α | 1.4 | Kundenberatung, Musikgeschichte | | | |
| Α | 1.8 | Anwenden einer Fremdsprache bei Fachaufgaben | | | |
| Α | 2.3 | Verkaufsförderung | | | |
| Α | 2.4 | Vertriebswege | | | |
| Α | 2.5 | Urheber-, Leistungsschutz- und Verwertungsrecht | | | |
| Α | 2.6 | Märkte und Zielgruppen | | | |
| | | Zeitrahmen 3–5 Monate | | | |
| Α | 3.2 | Wareneingang und Warenlagerung | | | |
| Α | 3.3 | Bestandskontrolle | | | |
| Α | 4.1 | Preisbildung und Kalkulation | | | |
| Α | 4.2 | Zahlungsverkehr und rechnerische Abwicklung, Lernziele d bis f | | | |

| 3. A | 3. Ausbildungsjahr | | | |
|----------------|--------------------------------------|---|--|--|
| Ab- schnitt | Lfd. Nr. Berufs- bild (§ 4) | Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten, gemäß sachlicher Gliederung | Vermittlung/Fortführung vorgesehen von – bis | |
| A A A | 3.1 4.3 4.4 | Zeitrahmen 6 Monate Einkaufsplanung und Bestellung Kosten- und Leistungsrechnung, Controlling Unternehmerische Entscheidungsprozesse | | |
| | | Zeitrahmen 6 Monate | | |
| В | 1 | Musikinstrumente | | |
| В | 2 | Musikalien oder | | |
| В | 3 | Tonträger | | |