

Verordnung  
über die  
Berufsausbildung

Gestalter für visuelles Marketing/  
Gestalterin für visuelles Marketing

in der Fassung vom 30. Juni 2009

**nebst Rahmenlehrplan**

Verordnung über die Berufsausbildung zum Gestalter für visuelles Marketing/zur Gestalterin für visuelles Marketing in der Fassung vom 30. Juni 2009 (BGBl. I S. 1714 vom 10. Juli 2009) nebst Rahmenlehrplan (Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 30. April 2004)

## Inhalt

	Seite
§ 1 Staatliche Anerkennung des Ausbildungsberufes .....	3
§ 2 Ausbildungsdauer .....	3
§ 3 Zielsetzung der Berufsausbildung .....	3
§ 4 Ausbildungsberufsbild .....	3
§ 5 Ausbildungsrahmenplan .....	4
§ 6 Ausbildungsplan .....	4
§ 7 Berichtsheft .....	5
§ 8 Zwischenprüfung .....	5
§ 9 Abschlussprüfung .....	5
§ 10 Übergangsregelung .....	7
§ 11 Inkrafttreten, Außerkrafttreten .....	7
 <b>Ausbildungsrahmenplan für die Berufsausbildung zum Gestalter für visuelles Marketing/ zur Gestalterin für visuelles Marketing – Sachliche Gliederung</b>	
Anlage 1 (zu § 5) .....	8
 <b>Ausbildungsrahmenplan für die Berufsausbildung zum Gestalter für visuelles Marketing/ zur Gestalterin für visuelles Marketing – Zeitliche Gliederung</b>	
Anlage 2 (zu § 5) .....	13
<b>Rahmenlehrplan</b> .....	15



wbv Media GmbH & Co. KG

Postfach 10 06 33 · 33506 Bielefeld

Tel.: 05 21 / 9 11 01-15 · Fax: 05 21 / 9 11 01-19

E-Mail: [service@wbv.de](mailto:service@wbv.de)

[wbv.de/berufe.net](http://wbv.de/berufe.net)

# **Verordnung über die Berufsausbildung zum Gestalter für visuelles Marketing/ zur Gestalterin für visuelles Marketing**

Vom 12. Mai 2004

(abgedruckt im Bundesgesetzblatt Teil I S. 922 vom 17. Mai 2004)

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:

## **§ 1**

### **Staatliche Anerkennung des Ausbildungsberufes**

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

## **§ 2**

### **Ausbildungsdauer**

Die Ausbildung dauert drei Jahre.

## **§ 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 selbständiges 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 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.

## § 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.

## § 6

### **Ausbildungsplan**

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

## § 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 Auszubildenden haben das Berichtsheft 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 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.

## § 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 selbständig und kundenorientiert planen und durchführen kann. Dabei soll er zeigen, dass 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.

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) Die Prüfungsbereiche sind wie folgt zu gewichten:

Prüfungsbereich Praktische Arbeitsaufgabe	50 Prozent,
Prüfungsbereich Visuelle Verkaufsförderung	20 Prozent,
Prüfungsbereich Projektplanung und -steuerung	20 Prozent,
Prüfungsbereich Wirtschafts- und Sozialkunde	10 Prozent.

(7) Die Prüfung ist bestanden, wenn

1. im Prüfungsbereich Praktische Arbeitsaufgabe 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 ungenügenden Leistungen erbracht worden sein.

## § 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.

## § 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. I S. 1661), außer Kraft.

Berlin, den 12. Mai 2004

**Der Bundesminister  
für Wirtschaft und Arbeit**

In Vertretung

Georg Wilhelm Adamowitsch

**Anlage 1**  
(zu § 5)

Ausbildungsrahmenplan für die Berufsausbildung  
zum Gestalter für visuelles Marketing/zur Gestalterin für visuelles Marketing  
– Sachliche Gliederung –

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes	Fertigkeiten und Kenntnisse, die unter Einbeziehung selbständigen Planens, Durchführens und Kontrollierens zu vermitteln sind
1	2	3
1	Der Ausbildungsbetrieb (§ 4 Nr. 1)	
1.1	Stellung, Rechtsform und Struktur (§ 4 Nr. 1.1)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Zielsetzung und Geschäftsfelder des Ausbildungsbetriebes sowie seine Stellung am Markt und seine Bedeutung in der Region beschreiben</li> <li>b) Aufbau und Struktur des Ausbildungsbetriebes erläutern</li> <li>c) Rechtsform des Ausbildungsbetriebes darstellen</li> <li>d) Zusammenarbeit des Ausbildungsbetriebes mit Wirtschaftsorganisationen, Behörden, Verbänden, Gewerkschaften und Berufsvertretungen beschreiben</li> </ul>
1.2	Berufsbildung, arbeits- und sozialrechtliche Grundlagen (§ 4 Nr. 1.2)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Rechte und Pflichten aus dem Ausbildungsvertrag feststellen und Aufgaben der Beteiligten im dualen System beschreiben</li> <li>b) den betrieblichen Ausbildungsplan mit der Ausbildungsordnung vergleichen</li> <li>c) lebensbegleitendes Lernen für die berufliche und persönliche Entwicklung begründen; berufliche Fortbildungsmöglichkeiten ermitteln</li> <li>d) für den Ausbildungsbetrieb geltende arbeits-, sozial- und mitbestimmungsrechtliche Vorschriften sowie Tarif- und Arbeitszeitregelungen darstellen</li> <li>e) wesentliche Inhalte und Bestandteile eines Arbeitsvertrages darstellen</li> <li>f) Positionen der eigenen Entgeltabrechnung erklären</li> </ul>
1.3	Sicherheit und Gesundheitsschutz bei der Arbeit (§ 4 Nr. 1.3)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Gefährdung von Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz feststellen und Maßnahmen zu ihrer Vermeidung ergreifen</li> <li>b) berufsbezogene Arbeitsschutz- und Unfallverhütungsvorschriften anwenden</li> <li>c) Verhaltensweisen bei Unfällen beschreiben sowie erste Maßnahmen einleiten</li> <li>d) Vorschriften des vorbeugenden Brandschutzes anwenden: Verhaltensweisen bei Bränden beschreiben und Maßnahmen zur Brandbekämpfung ergreifen</li> </ul>
1.4	Umweltschutz (§ 4 Nr. 1.4)	<p>Zur Vermeidung betriebsbedingter Umweltbelastungen im beruflichen Einwirkungsbereich beitragen, insbesondere</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) mögliche Umweltbelastungen durch den Ausbildungsbetrieb und seinen Beitrag zum Umweltschutz an Beispielen erklären</li> <li>b) für den Ausbildungsbetrieb geltende Regelungen des Umweltschutzes anwenden</li> </ul>

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes	Fertigkeiten und Kenntnisse, die unter Einbeziehung selbständigen Planens, Durchführens und Kontrollierens zu vermitteln sind
1	2	3
		<ul style="list-style-type: none"> <li>c) Möglichkeiten der wirtschaftlichen und umweltschonenden Energie- und Materialverwendung nutzen</li> <li>d) Abfälle vermeiden; Stoffe und Materialien einer umweltschonenden Entsorgung zuführen</li> </ul>
2	Arbeitsorganisation, Kommunikation und Kooperation (§ 4 Nr. 2)	
2.1	Arbeitsorganisation und Arbeitsplanung (§ 4 Nr. 2.1)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Ziele, Reihenfolge und Zeitplan für Aufgaben festlegen und dokumentieren</li> <li>b) Probleme analysieren, Lösungsalternativen entwickeln und bewerten</li> <li>c) Arbeits- und Organisationsmittel sowie Lern- und Arbeitstechniken einsetzen; Informationen beschaffen und nutzen</li> <li>d) Durchführung und Ergebnisse kontrollieren sowie Korrekturmaßnahmen ergreifen</li> </ul>
2.2	Teamarbeit und Kooperation (§ 4 Nr. 2.2)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Aufgaben im Team planen, bearbeiten und auswerten</li> <li>b) Sachverhalte, Themen und Unterlagen situationsbezogen und adressatengerecht aufbereiten und präsentieren</li> <li>c) interne und externe Kooperationsprozesse mitgestalten, insbesondere mit den Bereichen Verkauf, Werbung, Medien und Industrie</li> <li>d) Konfliktlösungsmöglichkeiten anwenden</li> <li>e) Kommunikationsformen situationsbezogen anwenden</li> </ul>
2.3	Kundenorientierte Kommunikation (§ 4 Nr. 2.3)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Bedeutung von Information, Kommunikation und Kooperation für Betriebsklima, Arbeitsleistung und Geschäftserfolg beachten</li> <li>b) Kundenkontakte nutzen und pflegen, Regeln für kundenorientiertes Verhalten anwenden</li> <li>c) Informations- und Präsentationsgespräche planen, durchführen und nachbereiten; Alternativen anbieten</li> </ul>
2.4	Informations- und Kommunikationssysteme (§ 4 Nr. 2.4)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Informations- und Kommunikationssysteme nutzen</li> <li>b) externe und interne Netze und Dienste nutzen; Sicherheitsanforderungen beachten</li> <li>c) Daten eingeben, mit betriebsüblichen Verfahren sowie unter Beachtung des Datenschutzes sichern und pflegen</li> </ul>
2.5	Qualitätssicherung (§ 4 Nr. 2.5)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) qualitätssichernde Maßnahmen im eigenen Arbeitsbereich anwenden, dabei zur Verbesserung von Arbeitsprozessen beitragen</li> <li>b) Zusammenhänge zwischen Qualität und Kundenzufriedenheit beschreiben und Auswirkungen auf das Betriebsergebnis ableiten</li> </ul>
2.6	Anwenden von Englisch bei Fachaufgaben (§ 4 Nr. 2.6)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) englische Fachbegriffe anwenden</li> <li>b) englischsprachige Informationen nutzen und auswerten</li> </ul>

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes	Fertigkeiten und Kenntnisse, die unter Einbeziehung selbständigen Planens, Durchführens und Kontrollierens zu vermitteln sind
1	2	3
3	Grundlagen des visuellen Marketings (§ 4 Nr. 3)	
3.1	Visuelle Verkaufsförderung als Instrument der Unternehmenspolitik (§ 4 Nr. 3.1)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Unternehmensphilosophie bei der Entwicklung von Gestaltungskonzepten berücksichtigen</li> <li>b) Bedarfs- und Marktentwicklungsdaten des Marktsegmentes beschaffen, auswerten und für Gestaltungskonzepte nutzen</li> </ul>
3.2	Präsentation von Waren, Produkten und Dienstleistungen (§ 4 Nr. 3.2)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Waren, Produkte und Dienstleistungen präsentieren und atmosphärisch visualisieren, dabei Grundsätze der Warenplatzierung anwenden</li> <li>b) Gestaltungsmittel und -elemente, insbesondere Warenträger, Beleuchtung und Multimediale Techniken, zielgruppenspezifisch auswählen und einsetzen</li> <li>c) Verkaufsräume, Ausstellungsräume oder Schaufenster unter dem Aspekt der visuellen Verkaufsförderung gliedern; Verkehrsströme und Blickzonen berücksichtigen</li> <li>d) Waren bedarfsgebündelt und selbsterklärend präsentieren</li> <li>e) Zusammenspiel von Sortiment, Einrichtung, Bildwelten und dekorativer Darstellung berücksichtigen</li> </ul>
3.3	Visuelle Verkaufsförderung und Werbung (§ 4 Nr. 3.3)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Ziele und Aufgaben der visuellen Verkaufsförderung als Teil des Marketings erläutern</li> <li>b) bei der Entwicklung von Maßnahmen der Werbung, Verkaufsförderung und Öffentlichkeitsarbeit sowie bei Events mitwirken; wirtschaftliche und rechtliche Aspekte berücksichtigen</li> <li>c) Bedeutung und Wirkungen einzelner Werbemittel und Werbemaßnahmen erklären und diese zielgerichtet einsetzen</li> <li>d) Farben als Gestaltungsmittel einsetzen, dabei Grundsätze der Farbenlehre beachten</li> <li>e) Licht als Gestaltungsmittel unter Berücksichtigung von Wirtschaftlichkeit und Sicherheit einsetzen</li> <li>f) typografische Gestaltungsvarianten produktorientiert auswählen</li> <li>g) innovative verkaufsfördernde Gestaltungselemente einsetzen</li> </ul>
4	Werkstoffe, Werkzeuge und Geräte (§ 4 Nr. 4)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Werkstoffe und Hilfsmittel unter Berücksichtigung ihrer Eigenschaften und der beabsichtigten gestalterischen Wirkung auswählen; unterschiedliche Be- und Verarbeitungstechniken anwenden</li> <li>b) Werkzeuge und Maschinen nutzen und pflegen</li> <li>c) Geräte und Beleuchtungselemente nach Vorgaben und technischen Unterlagen einsetzen</li> </ul>
5	IT-Anwendungen (§ 4 Nr. 5)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Texte und Grafiken computergestützt gestalten und layouten</li> <li>b) Bilder beschaffen und bearbeiten</li> <li>c) Konzepte der visuellen Verkaufsförderung computergestützt entwickeln und realisieren</li> </ul>

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes	Fertigkeiten und Kenntnisse, die unter Einbeziehung selbständigen Planens, Durchführens und Kontrollierens zu vermitteln sind
1	2	3
		d) Werbemittel gestalten und herstellen e) branchenspezifische Software zur Auftrags- und Rechnungsbearbeitung sowie zur Materialverwaltung nutzen
6	Projekte des visuellen Marketings (§ 4 Nr. 6)	
6.1	Entwurf und Planung (§ 4 Nr. 6.1)	a) Ideen entwickeln, Gestaltungskonzepte entwerfen und skizzieren b) werbe- und verkaufpsychologische Grundsätze beachten c) Entwicklungen in Kunst, Design und Architektur nutzen sowie aktuelle Trends berücksichtigen d) Reinzeichnungen und Pläne, insbesondere unter Berücksichtigung der Flächen- und Raumeinteilung, erstellen e) Konzepte präsentieren und begründen f) Projekte unter Berücksichtigung inhaltlicher, organisatorischer, zeitlicher und finanzieller Aspekte planen und dokumentieren g) Bedarf an internen und externen Dienstleistungen ermitteln h) Kostenpläne projektbezogen erstellen und überwachen i) räumliche Gegebenheiten und Sicherheitsbestimmungen berücksichtigen k) rechtliche Regelungen, insbesondere des Urheberrechtes, beachten
6.2	Umsetzung (§ 4 Nr. 6.2)	a) Präsentationsmittel, Materialien und Werkzeuge zur Projektrealisierung bereitstellen und einsetzen, abbauen und lagern b) Waren, Produkte, Accessoires und Requisiten platzieren c) Präsentations- und Ausstellungsräume vorbereiten d) vorbereitende Maßnahmen für den Aufbau der Präsentation organisieren und überwachen e) Maßnahmen bei veränderten Anforderungen im Rahmen der Projektgestaltung durchführen und veranlassen f) Ergebnisse der Projektdurchführung dokumentieren
7	Steuerung von Projekten visuellen Marketings (§ 4 Nr. 7)	
7.1	Beschaffung (§ 4 Nr. 7.1)	a) Bedarf an Materialien und Waren ermitteln b) Angebote einholen und bewerten; Aufträge erteilen c) Lieferungen überprüfen; Aufträge, Lieferscheine und Rechnungen vergleichen; Abweichungen klären
7.2	Kalkulation (§ 4 Nr. 7.2)	a) Projekte kalkulieren b) Nachkalkulationen durchführen c) Material- und Zeitaufwand dokumentieren und im Soll-Ist-Vergleich bewerten

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes	Fertigkeiten und Kenntnisse, die unter Einbeziehung selbständigen Planens, Durchführens und Kontrollierens zu vermitteln sind
1	2	3
7.3	Erfolgskontrolle (§ 4 Nr. 7.3)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Erreichen von Projektzielen durch Soll-Ist-Vergleich prüfen</li> <li>b) Projekte auswerten, Instrumente der Erfolgskontrolle anwenden und Ergebnisse präsentieren</li> <li>c) Folgerungen für künftige Projekte ableiten</li> </ul>
7.4	Kaufmännische Steuerung und Kontrolle (§ 4 Nr. 7.4)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Rechnungswesen als Instrument kaufmännischer Steuerung und Kontrolle an Beispielen des Ausbildungsbetriebes begründen</li> <li>b) Notwendigkeit betrieblicher Kosten- und Leistungsrechnung erläutern</li> <li>c) projektbezogene Geschäftsvorgänge für das Rechnungswesen bearbeiten</li> <li>d) Eingang und Ausgang von Rechnungen kontrollieren</li> </ul>

Ausbildungsrahmenplan für die Berufsausbildung  
zum Gestalter für visuelles Marketing/zur Gestalterin für visuelles Marketing  
– Zeitliche Gliederung –

**A.**

Die Fertigkeiten und Kenntnisse der 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 Berufsbildposition

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 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 30.05.1972“ 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. Selbständiges 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 15.03.1991) 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 selbständig 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 Selbständigkeit, 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 Nachfrage 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 selbständigem 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 12.05.2004 (BGBl. I S. 922 v. 17.05.2004) 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 16.03.1979) 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 Promotionsaktionen. 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 18.05.1984) vermittelt.

**Übersicht über die Lernfelder für den Ausbildungsberuf  
Gestalter für visuelles Marketing/Gestalterin für visuelles Marketing**

Lernfelder		Zeitrichtwerte in Stunden		
		1. Jahr	2. Jahr	3. Jahr
Nr.				
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
	Summe (insgesamt 840 Std.)	280	280	280

**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

<b>Lernfeld 2:</b>	<b>Flächen gestalten</b>	<b>1. Ausbildungsjahr</b> <b>Zeitrichtwert: 80 Stunden</b>
<b>Zielformulierung:</b>		
<p>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.</p>		
<b>Inhalte:</b>		
<p>Skizzen  Reinzeichnung  Applikationsverfahren  Technische Richtlinien  Materialbedarfsberechnung  Präsentationstechniken</p>		

<b>Lernfeld 3:</b>	<b>Objekte herstellen</b>	<b>1. Ausbildungsjahr</b> <b>Zeitrichtwert: 80 Stunden</b>
<b>Zielformulierung:</b>		
<p>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.</p>		
<b>Inhalte:</b>		
<p>Kreativitätstechniken  Entwurfstechniken  Technische Zeichnung  Eigenschaften von Werk- und Hilfsstoffen  Materialliste  Materialbedarfsberechnung  Präsentationstechniken  Selbstbewertung</p>		

**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  
Feedback-Methoden

**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

<b>Lernfeld 6:</b>	<b>Mit Medien werben</b>	<b>2. Ausbildungsjahr</b> <b>Zeitrichtwert: 80 Stunden</b>
<b>Zielformulierung:</b>		
<p>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.</p>		
<b>Inhalte:</b>		
<p>Entscheidungsfindung im Team  Werbeziele  Corporate Identity  Printmedien  Printtechniken  Nonprintmedien  Typographie  Layout  Headline, Key Visual, Copy, Slogan, Logo  Textmanuskript  Bildauswahl  Rechtliche Bestimmungen  Selbst-/Teambewertung</p>		

<b>Lernfeld 7:</b>	<b>Waren, Produkte und Dienstleistungen verkaufsfördernd präsentieren</b>	<b>2. Ausbildungsjahr</b> <b>Zeitrichtwert: 80 Stunden</b>
<b>Zielformulierung:</b>		
<p>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 und 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.</p>		
<b>Inhalte:</b>		
<p>Kreativitätstechniken  Kundengespräch, Kommunikationsregeln  Bedarfsbündelung, Sortiment  Farb- und Formwirkung  Ordnungsprinzipien  Blickführung  Perspektivzeichnung  Warenträger, Displays  Präsentationshilfen  Requisiten, Accessoires  Warenbehandlung  Preisauszeichnung  Leitern und Gerüste</p>		

**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

**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

<b>Lernfeld 10:</b>	<b>Multimediatechnik als Gestaltungsmittel einsetzen</b>	<b>3. Ausbildungsjahr</b> <b>Zeitrichtwert: 40 Stunden</b>
<b>Zielformulierung:</b>		
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.		
<b>Inhalte:</b>		
Foto- und Video-Systeme Kombination von akustischen, visuellen und audiovisuellen Medien Animationen Interaktive Medien Erfolgskontrolle		

<b>Lernfeld 11:</b>	<b>Events organisieren</b>	<b>3. Ausbildungsjahr</b> <b>Zeitrichtwert: 80 Stunden</b>
<b>Zielformulierung:</b>		
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.		
<b>Inhalte:</b>		
Teamentwicklung Veranstaltungsrecht Honorare Mietvertrag, Leasing Sicherheitstechnische Richtlinien Ton-, Beleuchtungs- und Bühnenplan Szenische Mittel Moderation Guest-Management Catering Veranstaltungslogistik		

**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