

Medienkaufleute digital und print

Verordnung
Sachliche und zeitliche Gliederung
Rahmenlehrplan

**Verordnung
über die Berufsausbildung
zum Medienkaufmann Digital und Print/zur Medienkauffrau Digital und Print*)**

Vom 31. März 2006

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

§ 1

**Staatliche
Anerkennung des Ausbildungsberufes**

Der Ausbildungsberuf Medienkaufmann Digital und Print/Medienkauffrau Digital und Print wird staatlich anerkannt.

§ 2

Ausbildungsdauer

Die Ausbildung dauert drei Jahre.

§ 3

Zielsetzung der Berufsausbildung

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

§ 4

Ausbildungsberufsbild

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

1. Der Ausbildungsbetrieb:

1.1 Stellung, Rechtsform und Struktur,

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

- 1.2 Berufsbildung,
- 1.3 Personalwesen, arbeits- und sozialrechtliche Grundlagen,
- 1.4 Sicherheit und Gesundheitsschutz,
- 1.5 Umweltschutz,
- 1.6 Datenschutz;
2. Arbeitsorganisation und Geschäftsprozesse:
 - 2.1 Arbeitsorganisation,
 - 2.2 Informations- und Kommunikationssysteme, Datensicherheit,
 - 2.3 Informationsbeschaffung und -verarbeitung,
 - 2.4 Kommunikation und Kooperation,
 - 2.5 Anwenden einer Fremdsprache bei Fachaufgaben;
3. Programmplanung und Produktentwicklung:
 - 3.1 Programme und Profile,
 - 3.2 Redaktion, Lektorat,
 - 3.3 Rechte und Lizenzen;
4. Herstellung und Produktion:
 - 4.1 Planung und Kalkulation,
 - 4.2 Auswahl und Vergabe von Dienstleistungen,
 - 4.3 Datenhandling,
 - 4.4 Gestaltung von Digital- und Printmedien,
 - 4.5 Koordinierung von Produktionsprozessen;
5. Marketing, Verkauf und Vertrieb:
 - 5.1 Marktanalyse und Zielgruppenbestimmung,
 - 5.2 Verkauf von Produkten und Dienstleistungen,
 - 5.3 Werbung für Produkte und Dienstleistungen,
 - 5.4 Vertrieb von Produkten und Dienstleistungen,
 - 5.5 Branchenspezifische Rahmenbedingungen;
6. Kaufmännische Steuerung und Kontrolle:
 - 6.1 Rechnungs- und Finanzwesen,
 - 6.2 Controlling,
 - 6.3 Beschaffung und Lagerhaltung.

§ 5

Ausbildungsrahmenplan

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

§ 6

Ausbildungsplan

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

§ 7

Schriftlicher Ausbildungsnachweis

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

§ 8

Zwischenprüfung

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

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

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

1. Arbeitsabläufe und Informationsverarbeitung,
2. Märkte und Medienprodukte, mediale Darstellungsformen und Gestaltungsgrundsätze,
3. Wirtschafts- und Sozialkunde.

§ 9

Abschlussprüfung

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

(2) Die Abschlussprüfung besteht aus vier Prüfungsbereichen:

1. Produktentwicklungsprozess und Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen,
2. Arbeitsorganisation und kaufmännische Steuerung und Kontrolle,

3. Wirtschafts- und Sozialkunde,
4. Fallbezogenes Fachgespräch.

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

(3) Die Anforderungen in den Prüfungsbereichen sind:

1. im Prüfungsbereich Produktentwicklungsprozess und Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen:

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

- a) Produkte und Dienstleistungen in der Medienwirtschaft,
- b) Herstellungsprozess,
- c) Marketing und Verkauf

bearbeiten und dabei zeigen, dass er in diesem Zusammenhang Produkte und Dienstleistungen auswählen und unter Berücksichtigung der branchenspezifischen Rahmenbedingungen Marketingmaßnahmen ergebnis- und kundenorientiert entwickeln und umsetzen kann;

2. im Prüfungsbereich Arbeitsorganisation und kaufmännische Steuerung und Kontrolle:

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

- a) Geschäftsprozesse und Arbeitsgestaltung,
- b) Einkauf von Arbeits- und Produktionsmitteln sowie Dienstleistungen,
- c) Rechnungswesen,
- d) Kosten- und Leistungsrechnung, Controlling

bearbeiten und dabei zeigen, dass er Leistungserstellungen kaufmännisch beurteilen, Ergebnisse kontrollieren und daraus Schlussfolgerungen ableiten sowie wirtschaftlich handeln kann;

3. im Prüfungsbereich Wirtschafts- und Sozialkunde:

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

4. im Prüfungsbereich Fallbezogenes Fachgespräch:

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

(4) Sind die Prüfungsleistungen in bis zu zwei schriftlichen Prüfungsbereichen mit „mangelhaft“ und in den übrigen schriftlichen Prüfungsbereichen mit mindestens „ausreichend“ bewertet worden, so ist auf Antrag des

Prüflings oder nach Ermessen des Prüfungsausschusses in einem der mit „mangelhaft“ bewerteten Prüfungsbereiche die schriftliche durch eine mündliche Prüfung zu ergänzen, wenn diese für das Bestehen der Prüfung den Ausschlag geben kann. Der Prüfungsbereich ist vom Prüfling zu bestimmen. Bei der Ermittlung des Ergebnisses für diesen Prüfungsbereich sind die Ergebnisse der schriftlichen Arbeit und der mündlichen Ergänzungsprüfung im Verhältnis 2 : 1 zu gewichten.

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

- | | |
|--|-------------|
| 1. Produktentwicklungsprozess und Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen | 40 Prozent, |
| 2. Arbeitsorganisation und kaufmännische Steuerung und Kontrolle | 20 Prozent, |
| 3. Wirtschafts- und Sozialkunde | 10 Prozent, |
| 4. Fallbezogenes Fachgespräch | 30 Prozent. |

(6) Zum Bestehen der Abschlussprüfung müssen im Gesamtergebnis, im Prüfungsbereich nach Absatz 2 Nr. 1, in mindestens einem der beiden schriftlichen Prü-

fungsbereiche nach Absatz 2 Nr. 2 und 3 und in dem Prüfungsbereich nach Absatz 2 Nr. 4 mindestens ausreichende Leistungen erbracht werden. Werden die Prüfungsleistungen in einem Prüfungsbereich mit „ungenügend“ bewertet, so ist die Prüfung nicht bestanden.

§ 10

Bestehende Berufsausbildungsverhältnisse

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

§ 11

Inkrafttreten, Außerkrafttreten

Diese Verordnung tritt am 1. August 2006 in Kraft. Gleichzeitig tritt die Verordnung über die Berufsausbildung zum Verlagskaufmann/zur Verlagskauffrau vom 15. Mai 1998 (BGBl. I S. 1038) außer Kraft.

Berlin, den 31. März 2006

Der Bundesminister
für Wirtschaft und Technologie
In Vertretung
Georg Wilhelm Adamowitsch

Ausbildungsrahmenplan
für
Medienkaufmann Digital und Print/
Medienkauffrau Digital und Print

- Sachliche Gliederung -

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes	zu vermittelnde Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten
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"> a) Stellung des Ausbildungsbetriebes in der Medienwirtschaft darstellen b) Zielsetzung, Tätigkeitsfelder und Aktivitäten des Ausbildungsbetriebes beschreiben c) Unternehmensleitbild und Corporate Identity des Ausbildungsbetriebes bei der Arbeit berücksichtigen d) Geschäftsart und Rechtsform des Ausbildungsbetriebes erläutern e) Organisationsform des Ausbildungsunternehmens aufzeigen f) Zusammenarbeit des Ausbildungsunternehmens mit Wirtschaftsorganisationen, Berufsvertretungen, Gewerkschaften und Behörden beschreiben
1.2	Berufsbildung (§ 4 Nr. 1.2)	<ul style="list-style-type: none"> a) Ausbildungsordnung mit betrieblichem Ausbildungsplan vergleichen und zu dessen Umsetzung beitragen b) Rechte und Pflichten aus dem Ausbildungsverhältnis und den Beitrag der Beteiligten im dualen System erläutern c) Möglichkeiten und Nutzen der Fortbildung für die persönliche und berufliche Entwicklung erläutern
1.3	Personalwesen, arbeits- und sozialrechtliche Grundlagen (§ 4 Nr. 1.3)	<ul style="list-style-type: none"> a) Handlungskompetenz der Mitarbeiter als wesentliche Voraussetzung für den Kundennutzen, den Unternehmenserfolg und für die persönliche Entwicklung darstellen b) Für den Ausbildungsbetrieb wichtige tarifliche Regelungen sowie arbeits- und sozialrechtliche Bestimmungen aufzeigen c) Mitbestimmungs- und Mitwirkungsrechte betriebsverfassungsrechtlicher Organe des Ausbildungsbetriebes erklären d) Ziele und Grundsätze des Ausbildungsbetriebes für die Personalplanung und -entwicklung beschreiben e) Vorgaben für Personaleinsatz und Arbeitszeitregelung anwenden f) Aufgaben der Personalverwaltung beschreiben g) im Ausbildungsbetrieb übliche Verträge für den Personaleinsatz unter Berücksichtigung arbeits-, steuer- und sozialversicherungsrechtlicher Auswirkungen unterscheiden
1.4	Sicherheit und Gesundheitsschutz (§ 4 Nr. 1.4)	<ul style="list-style-type: none"> a) Gefährdung von Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz feststellen und Maßnahmen zu ihrer Vermeidung ergreifen b) berufsbezogene Arbeitsschutz- und

		<p>Unfallverhütungsvorschriften anwenden</p> <p>c) Verhaltensweisen bei Unfällen beschreiben sowie erste Maßnahmen einleiten</p> <p>d) Vorschriften des vorbeugenden Brandschutzes anwenden; Verhaltensweisen bei Bränden beschreiben und Maßnahmen zur Brandbekämpfung ergreifen</p>
1.5	Umweltschutz (§ 4 Nr. 1.5)	<p>Zur Vermeidung betriebsbedingter Umweltbelastungen im beruflichen Einwirkungsbereich beitragen, insbesondere</p> <p>a) mögliche Umweltbelastungen durch den Ausbildungsbetrieb und seinen Beitrag zum Umweltschutz an Beispielen erklären</p> <p>b) für den Ausbildungsbetrieb geltende Regelungen des Umweltschutzes anwenden</p> <p>c) Möglichkeiten der wirtschaftlichen und umweltschonenden Energie- und Materialverwendung nutzen</p> <p>d) Abfälle vermeiden; Stoffe und Materialien einer umweltschonenden Entsorgung zuführen</p>
1.6	Datenschutz (§ 4 Nr. 1.6)	<p>a) rechtliche Bestimmungen zum Datenschutz beachten</p> <p>b) Datenschutz in seiner Wirkung auf Unternehmen, Geschäftspartner und Kunden unterscheiden und im Arbeitsprozess anwenden</p>
2	Arbeitsorganisation und Geschäftsprozesse (§ 4 Nr. 2)	
2.1	Arbeitsorganisation (§ 4 Nr. 2.1)	<p>a) Lern- und Arbeitstechniken anwenden</p> <p>b) Arbeitsabläufe und Entscheidungswege im Ausbildungsbetrieb berücksichtigen</p> <p>c) Zusammenwirkung der Funktionsbereiche in der Prozesskette beachten</p> <p>d) mit vor- und nachgelagerten Arbeitsbereichen zusammenarbeiten</p> <p>e) Ziele bei der Arbeitsplanung setzen und Zeitplan für Aufgaben festlegen</p> <p>f) betriebliche Organisations- und Arbeitsmittel effizient einsetzen</p> <p>g) Aufgaben ausführen, Ergebnisse kontrollieren und bei Bedarf Korrekturmaßnahmen ergreifen</p> <p>h) Probleme erkennen und analysieren, Lösungsalternativen entwickeln und bewerten</p> <p>i) Aufgaben im Team planen und bearbeiten</p> <p>j) Projekte planen und bearbeiten</p>
2.2	Informations- und Kommunikationssysteme, Datensicherheit (§ 4 Nr. 2.2)	<p>a) Informations- und Kommunikationssysteme unterscheiden und aufgabenorientiert einsetzen</p> <p>b) Standardsoftware und betriebsspezifische Software anwenden</p> <p>c) rechtliche, technische und betriebliche Regelungen zur Datensicherheit beachten</p> <p>d) Auswirkungen von Informations- und</p>

		Kommunikationssystemen auf Geschäftsprozesse, Betriebsabläufe und Arbeitsplätze im Ausbildungsbetrieb berücksichtigen
2.3	Informationsbeschaffung und -verarbeitung (§ 4 Nr. 2.3)	<ul style="list-style-type: none"> a) Daten erfassen, ordnen, pflegen und auswerten b) externe und interne Informationsquellen für betriebliche Prozesse nutzen
2.4	Kommunikation und Kooperation (§ 4 Nr. 2.4)	<ul style="list-style-type: none"> a) Einflüsse von Information, Kommunikation und Kooperation auf Betriebsklima, Arbeitsleistung und Geschäftserfolg beachten b) Möglichkeiten der Konfliktlösung nutzen c) Kundenkontakte herstellen d) Kommunikationsregeln und -techniken, insbesondere Moderationstechniken anwenden e) Themen und Sachverhalte situations- und zielgruppengerecht aufbereiten und präsentieren f) kulturelle Besonderheiten im Kundenkontakt berücksichtigen
2.5	Anwenden einer Fremdsprache bei Fachaufgaben (§ 4 Nr. 2.5)	<ul style="list-style-type: none"> a) fremdsprachige Fachbegriffe anwenden b) im Ausbildungsbetrieb übliche fremdsprachige Informationen auswerten c) Auskünfte erteilen und einholen, auch in einer Fremdsprache
3	Programmplanung und Produktentwicklung (§ 4 Nr. 3)	
3.1	Programme und Profile (§ 4 Nr. 3.1)	<ul style="list-style-type: none"> a) Konzeption der Produkte des Ausbildungsbetriebes unter Berücksichtigung von Märkten und Zielgruppen bewerten b) Neu- und Weiterentwicklungen von Produkten und Dienstleistungen in der Medienwirtschaft beurteilen und Schlussfolgerungen für den eigenen Arbeitsbereich ziehen c) Neu- und Weiterentwicklungen von kundenorientierten Digital- und Printprodukten und Dienstleistungen vorschlagen
3.2	Redaktion, Lektorat (§ 4 Nr. 3.2)	<ul style="list-style-type: none"> a) Zusammenwirken von Redaktion oder Lektorat insbesondere mit den Funktionsbereichen Produktion und Marketing berücksichtigen b) konzeptionelle Planung von Redaktion oder Lektorat im Arbeitsprozess beachten c) Bedeutung der Akquisition und Betreuung von Autoren oder Herausgebern begründen d) Rolle des Contentmanagements für Produktion und Marketing beschreiben
3.3	Rechte und Lizenzen (§ 4 Nr. 3.3)	<ul style="list-style-type: none"> a) Bestimmungen des nationalen und internationalen Medien- und Presserechts anwenden und Branchenrichtlinien beachten b) Bestimmungen des Urheberrechts beachten

		<ul style="list-style-type: none"> c) Auswirkungen von Erwerb, Sicherung und Verkauf von Verwertungs- und Nutzungsrechten im Ausbildungsbetrieb bewerten d) bei Abschluss von Verlags- und Lizenzverträgen mitwirken
4	Herstellung und Produktion (§ 4 Nr. 4)	
4.1	Planung und Kalkulation (§ 4 Nr. 4.1)	<ul style="list-style-type: none"> a) Termine festlegen und verfolgen b) Herstellungsverfahren für Digital-, Print- und Nebenprodukte auswählen, dabei wirtschaftliche und ökologische Kriterien abwägen c) Kalkulationen und Deckungsbeitragsrechnungen erstellen
4.2	Auswahl und Vergabe von Dienstleistungen (§ 4 Nr. 4.2)	<ul style="list-style-type: none"> a) Angebote einholen, vergleichen und auswählen b) Aufträge vergeben c) interne und externe Dienstleistungen produkt- und terminbezogen in den Produktionsprozess integrieren
4.3	Datenhandling (§ 4 Nr. 4.3)	<ul style="list-style-type: none"> a) Text-, Bild- und Grafikdaten digital bearbeiten und weiterleiten b) unterschiedliche mediale Darstellungsformen und Datenformate beachten c) strukturierte Aufbereitung für Datenbankanwendungen sicherstellen
4.4	Gestaltung von Digital- und Printmedien (§ 4 Nr. 4.4)	<ul style="list-style-type: none"> a) Gestaltungsgrundsätze für Digital- und PrintProdukte beachten b) an der Umsetzung von konzeptionellen Vorgaben aus Marketing und Redaktion oder Lektorat mitwirken c) bei der medien-, produkt- und zielgruppenorientierten Gestaltung mitwirken d) an der Layouterstellung mitwirken
4.5	Koordinierung von Produktionsprozessen (§ 4 Nr. 4.5)	<ul style="list-style-type: none"> a) Produktionsprozesse koordinieren, dabei insbesondere Schnittstellen von Produktionsabläufen beachten b) Einhaltung von Qualitätskriterien und auftragsbezogenen Vorgaben sicherstellen c) Termine und Kosten überwachen, bei Abweichungen Maßnahmen ergreifen
5	Marketing, Verkauf und Vertrieb (§ 4 Nr. 5)	
5.1	Marktanalyse und Zielgruppenbestimmung (§ 4 Nr. 5.1)	<ul style="list-style-type: none"> a) Markt- und Wettbewerbssituation beobachten b) Marktanalysen auswerten und deren Ergebnisse anwenden c) Zielgruppen analysieren und bestimmen d) an der Entwicklung von Kundenfindungs- und -bindungskonzepten mitarbeiten e) Kundenwünsche ermitteln, mit betrieblichen Leistungsangeboten vergleichen und daraus

		<p>kundenorientierte Vorgehensweisen für Beratung und Verkauf ableiten</p> <p>f) Entwicklungen von Werbeetats im Markt analysieren</p>
5.2	Verkauf von Produkten und Dienstleistungen (§ 4 Nr. 5.2)	<p>a) Leistungsdaten von Produkten und Dienstleistungen ermitteln und am Markt vergleichen</p> <p>b) Medienprodukte, insbesondere Digital- und Printprodukte, Insertionsprodukte, Lizenzen und Nebenrechte sowie Dienst- und Serviceleistungen unterscheiden</p> <p>c) Verkaufsmaßnahmen entwickeln, Medienprodukte verkaufen</p> <p>d) Verfahren der Preisfindung anwenden</p> <p>e) Rechnungserstellung steuern und kontrollieren</p> <p>f) Kern- und Nebengeschäfte des Ausbildungsbetriebes abgrenzen und deren ökonomische Bedeutung im Arbeitsprozess berücksichtigen</p> <p>g) Produkte und Dienstleistungen präsentieren sowie Informations-, Beratungs- und Verkaufsgespräche führen</p> <p>h) beim Verkaufen Methoden der Verkaufspsychologie einsetzen</p> <p>i) auftragsbezogene Vorgaben des Kunden berücksichtigen</p> <p>j) Organisation, Betreuung und Steuerung des Außendienstes unterstützen</p> <p>k) Vertreterkonferenzen und Außendiensttagungen vorbereiten und organisieren</p>
5.3	Werbung für Produkte und Dienstleistungen (§ 4 Nr. 5.3)	<p>a) an der Entwicklung von Werbemitteln mitwirken</p> <p>b) an Aktionen der Öffentlichkeits- und Public Relations-Arbeit mitwirken</p> <p>c) werbende und verkaufsfördernde Maßnahmen unter Berücksichtigung von Werbeetats durchführen</p> <p>d) Maßnahmen zur Kundenbindung umsetzen</p> <p>e) Unterschiede der Werbung für Handels- und Endkunden darstellen und bei Verkaufsaktionen berücksichtigen</p> <p>f) Kundenkontakte und Werbeerfolgskontrollen auswerten und Ergebnisse für betriebliche Entscheidungen aufbereiten</p> <p>g) Kundendaten beschaffen, pflegen und nutzen</p>
5.4	Vertrieb von Produkten und Dienstleistungen (§ 4 Nr. 5.4)	<p>a) Vertriebswege unter Berücksichtigung der für Digital- und Printmedien relevanten Kriterien bestimmen.</p> <p>b) bei der Auftragsabwicklung für Digital- und Printmedien sowie Dienstleistungen unter Berücksichtigung unterschiedlicher Kundengruppen mitwirken</p> <p>c) vorhandene Vertriebswege optimal nutzen, bei Bedarf neue Vertriebswege erschließen</p> <p>d) Vertriebskonzepte umsetzen</p> <p>e) Vertrieb von Produkten und Dienstleistungen organisieren und steuern</p> <p>f) Vertriebsdaten ermitteln und auswerten</p>
5.5	branchenspezifische Rahmenbedingungen	<p>a) Preisbindungsmodelle voneinander abgrenzen und produktspezifisch anwenden</p>

	(§ 4 Nr. 5.5)	<ul style="list-style-type: none"> b) Kontrahierungsformen der Medienbranche bei Verkauf und Vertrieb nutzen c) produktspezifische Geschäftsbestimmungen, wie beim Verkauf von Anzeigen anwenden
6	Kaufmännische Steuerung und Kontrolle (§ 4 Nr. 6)	
6.1	Rechnungs- und Finanzwesen (§ 4 Nr. 6.1)	<ul style="list-style-type: none"> a) Rechnungswesen als Instrument der kaufmännischen Steuerung darstellen b) Kosten und Erlöse erfassen sowie Kostenarten, Kostenstellen und Kostenträgern zuordnen c) Buchungen vornehmen d) Zahlungssysteme unterscheiden, Zahlungsein- und -ausgänge überwachen, Maßnahmen bei Zahlungsverzug einleiten e) Kosten- und Leistungsrechnung anwenden
6.2	Controlling (§ 4 Nr. 6.2)	<ul style="list-style-type: none"> a) Bedeutung des Controllings als Informations-, Steuerungs- und Planungsinstrument beachten b) Ergebnisse der Kosten- und Leistungsrechnung als Steuerungs- und Informationsinstrument nutzen c) Kosten und Erlöse für erbrachte Leistungen ermitteln und im Zeitvergleich sowie im Soll-Ist-Vergleich bewerten
6.3	Beschaffung und Lagerhaltung (§ 4 Nr. 6.3)	<ul style="list-style-type: none"> a) Bedarf ermitteln, Angebote einholen und vergleichen sowie Aufträge erteilen b) Auftragserfüllung kontrollieren, Abweichungen klären und abschließend bearbeiten c) an der Planung und Steuerung von Lagerbeständen mitwirken

Ausbildungsrahmenplan
für die Berufsausbildung
zum Medienkaufmann Digital und Print / zur Medienkauffrau
Digital und Print
- zeitliche Gliederung -

1. Ausbildungsjahr

(1) In einem Zeitraum von insgesamt zwei bis vier Monaten sind schwerpunktmäßig die Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten der Berufsbildpositionen

- 1.1 Stellung, Rechtsform und Struktur,
- 1.2 Berufsbildung,
- 1.3 Personalwesen, arbeits- und sozialrechtliche Grundlagen, Lernziele a bis c,
- 2.1 Arbeitsorganisation, Lernziele a bis d,
- 2.3 Informationsbeschaffung und -bearbeitung, Lernziel a
zu vermitteln.

(2) In einem Zeitraum von vier bis sechs Monaten sind schwerpunktmäßig die Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten der Berufsbildpositionen

- 2.4 Kommunikation und Kooperation, Lernziele a bis c,
- 2.5 Anwenden einer Fremdsprache bei Fachaufgaben, Lernziel a,
- 3.1 Programme und Profile, Lernziel a,
- 5.1 Marktanalyse und Zielgruppenbestimmung, Lernziele a bis c,
- 5.2 Verkauf von Produkten und Dienstleistungen, Lernziele a und b,
- 5.3 Werbung für Produkte und Dienstleistungen, Lernziel a,
- 6.1 Rechnungs- und Finanzwesen, Lernziele a und b
zu vermitteln.

(3) In einem Zeitraum von drei bis fünf Monaten sind schwerpunktmäßig die Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten der Berufsbildpositionen

- 1.4 Sicherheit und Gesundheitsschutz,
- 1.5 Umweltschutz,
- 1.6 Datenschutz,
- 2.2 Informations- und Kommunikationssysteme, Datensicherheit, Lernziele a bis c,
- 4.3 Datenhandling, Lernziele a und b,
- 4.4 Gestaltung von Digital- und Printmedien
zu vermitteln.

2. Ausbildungsjahr

(1) In einem Zeitraum von insgesamt zwei bis vier Monaten sind schwerpunktmäßig die Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten der Berufsbildpositionen

- 2.2 Informations- und Kommunikationssysteme, Datensicherheit, Lernziel d,
- 2.3 Informationsbeschaffung und -verarbeitung, Lernziel b,
- 2.5 Anwenden einer Fremdsprache bei Fachaufgaben, Lernziel b,
- 5.1 Marktanalyse und Zielgruppenbestimmung, Lernziele d bis f
zu vermitteln.

(2) In einem Zeitraum von insgesamt vier bis sechs Monaten sind schwerpunktmäßig die Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten der Berufsbildpositionen

- 2.1 Arbeitsorganisation, Lernziele e bis g,
 - 3.2 Redaktion, Lektorat, Lernziele a und b,
 - 3.3 Rechte und Lizenzen, Lernziele a und b,
 - 4.1 Planung und Kalkulation, Lernziele a und b,
 - 4.3 Datenhandling, Lernziel c,
 - 4.5 Koordinierung von Produktionsprozessen,
 - 5.2 Verkauf von Produkten und Dienstleistungen, Lernziele c bis k,
 - 5.3 Werbung für Produkte und Dienstleistungen, Lernziele b bis g
- zu vermitteln.

(3) In einem Zeitraum von insgesamt drei bis fünf Monaten sind schwerpunktmäßig die Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten der Berufsbildpositionen

- 4.2 Auswahl und Vergabe von Dienstleistungen, Lernziel a,
 - 5.4 Vertrieb von Produkten und Dienstleistungen, Lernziele a und b,
 - 5.5 branchenspezifische Rahmenbedingungen,
 - 6.1 Rechnungs- und Finanzwesen, Lernziele c und d,
 - 6.3 Beschaffung und Lagerhaltung
- zu vermitteln.

3. Ausbildungsjahr

(1) In einem Zeitraum von insgesamt drei bis fünf Monaten sind schwerpunktmäßig die Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten der Berufsbildpositionen

- 1.3 Personalwesen, arbeits- und sozialrechtliche Grundlagen, Lernziele d bis g,
 - 3.1 Programme und Profile, Lernziele b und c,
 - 3.2 Redaktion und Lektorat, Lernziele c und d,
 - 3.3 Rechte und Lizenzen, Lernziele c und d
- zu vermitteln.

(2) In einem Zeitraum von insgesamt vier bis sechs Monaten sind schwerpunktmäßig die Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten der Berufsbildpositionen

- 4.1 Planung und Kalkulation, Lernziel c
 - 4.2 Auswahl und Vergabe von Dienstleistungen, Lernziele b und c,
 - 5.4 Vertrieb von Produkten und Dienstleistungen, Lernziele c bis f,
 - 6.1 Rechnungs- und Finanzwesen, Lernziel e,
 - 6.2 Controlling
- zu vermitteln.

(3) In einem Zeitraum von insgesamt zwei bis vier Monaten sind schwerpunktmäßig die Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten der Berufsbildpositionen

- 2.1 Arbeitsorganisation, Lernziele h bis j,
 - 2.4 Kommunikation und Kooperation, Lernziele d bis f,
 - 2.5 Anwenden einer Fremdsprache bei Fachaufgaben, Lernziel c
- zu vermitteln.

RAHMENLEHRPLAN

für den Ausbildungsberuf

Medienkaufmann Digital und Print /Medienkauffrau Digital und Print

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 Technologie oder dem sonst zuständigen Fachministerium im Einvernehmen mit dem Bundesministerium für Bildung und Forschung) abgestimmt.

Der Rahmenlehrplan baut grundsätzlich auf dem Hauptschulabschluss auf und beschreibt Mindestanforderungen.

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. Bei der Unterrichtsgestaltung sollen jedoch Unterrichtsmethoden, mit denen Handlungskompetenz unmittelbar gefördert wird, besonders berücksichtigt werden. Selbstständiges und verantwortungsbewusstes Denken und Handeln als übergreifendes Ziel der Ausbildung muss Teil des didaktisch-methodischen Gesamtkonzepts sein.

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

- Rahmenlehrplan der Ständigen Konferenz der Kultusminister und -senatoren der Länder (KMK)
- Verordnung über die Berufsausbildung (Ausbildungsordnung) 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 Aufgabe 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
- Einblicke in unterschiedliche Formen von Beschäftigung einschließlich unternehmerischer Selbstständigkeit vermitteln, um eine selbstverantwortliche Berufs- und Lebensplanung zu unterstützen
- 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 des berufsbezogenen Unterrichts möglich ist, auf Kernprobleme unserer Zeit wie zum Beispiel:

- 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 Befähigung des Einzelnen, sich in beruflichen, gesellschaftlichen und privaten Situationen sachgerecht durchdacht sowie individuell und sozial verantwortlich zu verhalten. Handlungskompetenz entfaltet sich in den Dimensionen von Fachkompetenz, Humankompetenz und Sozialkompetenz.

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

Humankompetenz bezeichnet die Bereitschaft und Befähigung, 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 Eigenschaften wie Selbstständigkeit, Kritikfähigkeit, Selbstvertrauen, Zuverlässigkeit, Verantwortungs- und Pflichtbewusstsein. Zu ihr gehören insbesondere auch die Entwicklung durchdachter Wertvorstellungen und die selbstbestimmte Bindung an Werte.

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

Bestandteil sowohl von Fachkompetenz als auch von Humankompetenz als auch von Sozialkompetenz sind Methodenkompetenz, kommunikative Kompetenz und Lernkompetenz.

Methodenkompetenz bezeichnet die Bereitschaft und Befähigung zu zielgerichtetem, planmäßigem Vorgehen bei der Bearbeitung von Aufgaben und Problemen (zum Beispiel bei der Planung der Arbeitsschritte).

Kommunikative Kompetenz meint die Bereitschaft und Befähigung, kommunikative Situationen zu verstehen und zu gestalten. Hierzu gehört es, eigene Absichten und Bedürfnisse sowie die der Partner wahrzunehmen, zu verstehen und darzustellen.

Lernkompetenz ist die Bereitschaft und Befähigung, Informationen über Sachverhalte und Zusammenhänge selbstständig und gemeinsam mit Anderen zu verstehen, auszuwerten und in gedankliche Strukturen einzuordnen. Zur Lernkompetenz gehört insbesondere auch die Fähigkeit und Bereitschaft, im Beruf und über den Berufsbereich hinaus Lerntechniken und Lernstrategien zu entwickeln und diese für lebenslanges Lernen zu nutzen.

Teil III Didaktische Grundsätze

Die Zielsetzung der Berufsausbildung erfordert es, den Unterricht an einer auf die Aufgaben der Berufsschule zugeschnittenen Pädagogik auszurichten, die Handlungsorientierung betont und junge Menschen zu selbstständigem Planen, Durchführen und Beurteilen von Arbeitsaufgaben im Rahmen ihrer Berufstätigkeit befähigt.

Lernen in der Berufsschule vollzieht sich grundsätzlich in Beziehung auf konkretes, berufliches Handeln sowie in vielfältigen gedanklichen Operationen, auch gedanklichem Nachvollziehen von Handlungen Anderer. Dieses Lernen ist vor allem an die Reflexion der Vollzüge des Handelns (des Handlungsplans, des Ablaufs, der Ergebnisse) gebunden. Mit dieser gedanklichen Durchdringung beruflicher Arbeit werden die Voraussetzungen für das Lernen in und aus der Arbeit geschaffen. Dies bedeutet für den Rahmenlehrplan, dass das Ziel 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, gegebenenfalls korrigiert und schließlich bewertet werden.
- Handlungen sollten ein ganzheitliches Erfassen der beruflichen Wirklichkeit fördern, zum Beispiel 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, zum Beispiel der Interessenerklärung oder der Konfliktbewältigung, sowie unterschiedliche Perspektiven der Berufs- und Lebensplanung 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 Schüler und Schülerinnen - auch benachteiligte oder besonders begabte - ihren individuellen Möglichkeiten entsprechend fördert.

Teil IV Berufsbezogene Vorbemerkungen

Der vorliegende Rahmenlehrplan für die Berufsausbildung zum Medienkaufmann Digital und Print / zur Medienkauffrau Digital und Print ist mit der Verordnung über die Berufsausbildung vom 31.03.2006 abgestimmt.

Der Rahmenlehrplan für den Ausbildungsberuf Verlagskaufmann / Verlagskauffrau (Beschluss der KMK vom 27. März) wird durch den vorliegenden Rahmenlehrplan aufgehoben.

Medienkaufleute Digital und Print sind in Verlagen und sonstigen Medienunternehmen tätig. Sie sind qualifiziert, marktorientierte und kaufmännisch-verwaltende Aufgaben selbstständig zu planen und durchzuführen. In den Medienunternehmen werden die verschiedenen Medienmärkte analysiert. Die dabei gewonnenen Erkenntnisse werden in marktfähige Medienprodukte und Dienstleistungen transformiert und kundenorientiert angeboten. Medienkaufleute planen, steuern und kontrollieren alle Schritte von der Beschaffung über die Produktion bis zum Vertrieb der Produkte. Dabei sind sie in der Lage ihr Unternehmen in einem gesamt- und weltwirtschaftlichen Zusammenhang zu betrachten.

Der Schwerpunkt der Qualifikationen wird in den kundenorientierten Bereichen Verkauf und Marketing gesehen. Die Kompetenz der Mitarbeiter in diesen Aufgabengebieten wird über den wirtschaftlichen Erfolg der Medienunternehmen entscheiden. Dieses an den Absatzmärkten ausgerichtete Denken beeinflusst darüber hinaus alle übrigen Unternehmensbereiche. Daraus leiten sich die Zielformulierungen des vorliegenden Rahmenlehrplans ab.

Der Lehrplan ist in Lernfelder gegliedert. Die Lerninhalte sind an den Arbeits- und Geschäftsprozessen im Betrieb und der Erfahrungswelt der Schülerinnen und Schüler orientiert und können so handlungsorientiert und exemplarisch anhand komplexer Aufgabestellungen erarbeitet werden. Im vorliegenden Rahmenlehrplan wird auch die Vermittlung wirtschaftlichen Grundlagenwissens in die verschiedenen Lernfelder eingebunden. Lernfeldübergreifend ist die Anwendung von Informations- und Kommunikationssystemen sowie die Berücksichtigung der Grundsätze von Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz sowie der Umweltschutz und der Datenschutz berücksichtigt worden. Diese sind im Umfang von 80 Unterrichtsstunden in die Lernfelder zu integrieren.

Die Vermittlung von fremdsprachlichen Qualifikationen gemäß der Ausbildungsordnung zur Entwicklung entsprechender Kommunikationsfähigkeit ist mit 40 Stunden in die Lernfelder integriert. Darüber hinaus können 80 Stunden berufsspezifische Fremdsprachenvermittlung als freiwillige Ergänzung der Länder angeboten werden.

Teil V Lernfelder

Übersicht über die Lernfelder für den Ausbildungsberuf Medienkaufmann Digital und Print /Medienkauffrau Digital und Print				
Lernfelder		Zeitrichtwerte in Unterrichtsstunden		
Nr.		1. Jahr	2. Jahr	3. Jahr
1	Den Ausbildungsbetrieb präsentieren	80		
2	Werteströme und Werte erfassen, dokumentieren und auswerten	80		
3	Beschaffungsprozesse planen, steuern und kontrollieren	80		
4	Märkte analysieren und bewerten	80		
5	Herstellungs- und Produktionsprozesse von Digital- und Printmedien planen, steuern und kontrollieren		60	
6	Medialeistungen bewerben und verkaufen		80	
7	Gesamtwirtschaftliche Einflüsse auf Medienunternehmen analysieren		60	
8	Den Jahresabschluss eines Medienunternehmens analysieren und bewerten		80	
9	Medienprodukte und Dienstleistungen vertreiben			80
10	Arbeitsprozesse in Redaktion und Lektorat unterstützen			40
11	Personalwirtschaftliche Aufgaben in Medienunternehmen wahrnehmen			80
12	Den wirtschaftlichen Erfolg eines Medienproduktes analysieren, beurteilen und steuern			80
Summen: insgesamt 880 Stunden		320	280	280

Lernfeld 1: Den Ausbildungsbetrieb präsentieren	1. Ausbildungsjahr Zeitrictwert: 80 Stunden
Ziel: Die Schülerinnen und Schüler präsentieren ihren Ausbildungsbetrieb. Sie setzen sich mit den Leitbildern, Umgangsformen, ökonomischen und ökologischen Zielsetzungen sowie der gesamtgesellschaftlichen Bedeutung der Unternehmen und Institutionen ihrer Branche auseinander. Sie stellen die Leistungsschwerpunkte, Arbeitsgebiete, Leistungsprozesse und Arbeitsabläufe von Kommunikations- oder Medienunternehmen im Überblick dar. Sie beschreiben die Aufbau- und Ablauforganisation sowie die Rechtsform ihres Unternehmens. Die Schülerinnen und Schüler setzen sich mit den Regelungen sowie Aufgaben, Rechten und Pflichten der Beteiligten im Dualen System der Ausbildung und im Arbeitsverhältnis auseinander. Sie kennen die für die Berufsausbildung wesentlichen Rechtsvorschriften, artikulieren ihre eigenen Interessen, wägen diese unter Beachtung ihrer neuen Position ab und nehmen sie wahr. Sie sind mit den wesentlichen arbeits- und sozialrechtlichen Grundlagen der Kommunikations- oder Medienwirtschaft vertraut und können ihre Rechte als Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer beurteilen und wahrnehmen. Die Schülerinnen und Schüler bearbeiten Aufgabenstellungen selbständig oder in der Gruppe, wenden grundlegende Lern- und Arbeitstechniken sowie Problem lösende Methoden an. Sie präsentieren und dokumentieren ihre Arbeitsergebnisse strukturiert unter Verwendung angemessener Medien.	
Inhalte: Ausbildungsvertrag, Berufsbildungsgesetz Betriebsverfassungsgesetz Unternehmensziele, Corporate Identity Kommunikationsregeln Einzelunternehmung, KG, GmbH, AG Leistungen in der Kommunikations- oder Medienbranche Wirtschaftsorganisationen, berufsständische Organisationen	

Lernfeld 2: Werteströme und Werte erfassen, dokumentieren und auswerten	1. Ausbildungsjahr Zeitrichtwert: 80 Stunden
Ziel: Die Schülerinnen und Schüler erfassen Werteflüsse von Kommunikations- oder Medienunternehmen die im Rahmen von Geschäftsprozessen anfallen. Sie erstellen Inventar und Bilanz eines Kommunikations- oder Medienunternehmens und bilden die wesentlichen Aufwendungen und Erträge auf der Grundlage der geltenden Rechtsvorschriften ab. Sie ermitteln den Erfolg und leiten aus dem vorläufigen Jahresabschluss Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage ab. Sie erkennen die Dokumentations-, Informations- und Kontrollfunktion des Rechnungswesens in ihrer Bedeutung für unterschiedliche Interessentenkreise.	
Inhalte: HGB Bilanz Gewinn- und Verlustrechnung Abschreibungen Geschäftsfälle	

Lernfeld 3: Beschaffungsprozesse planen, steuern und kontrollieren	1. Ausbildungsjahr Zeitrichtwert: 80 Stunden
Ziel: Die Schülerinnen und Schüler planen und kontrollieren Beschaffungsprozesse und treffen die für die Bereitstellung der Dienstleistungen, Betriebsmitteln und Werkstoffe betriebswirtschaftlich notwendigen Entscheidungen unter Berücksichtigung der Umweltverträglichkeit. Sie übernehmen die Qualitätskontrolle bei der Abnahme der Leistungen. Dazu informieren sie sich über rechtliche Regelungen der Branche und bereiten Datenmaterial für Entscheidungszwecke auf. Die Schülerinnen und Schüler analysieren vertragliche Vereinbarungen unter rechtlichen Aspekten, wenden Rechtsnormen an und schließen Verträge. Sie entwickeln auch im Team Lösungsvorschläge bei Vertragsstörungen und setzen diese um. Sie bereiten Entscheidungen im Rahmen der Beschaffung finanzieller Mittel auf der Basis der Grundkenntnisse der Finanzierung vor.	
Inhalte: Angebotsvergleich Rechts- und Geschäftsfähigkeit Kaufvertrag, Dienstvertrag, Werkvertrag Leasing, Darlehen, Kontokorrentkredit	

Lernfeld 4: Märkte analysieren und bewerten	1. Ausbildungsjahr Zeitrichtwert: 80 Stunden
Ziel: Die Schülerinnen und Schüler analysieren und beurteilen Produkte und Dienstleistungen und bewerten die entsprechenden Marketingstrategien. Dabei nutzen sie die relevanten Methoden der Marktforschung und deren Quellen und wenden gängige Informationstechnologien an. Sie verschaffen sich einen Überblick über produkt-, preis-, distributions- und kommunikationspolitische Maßnahmen. Sie hinterfragen Strategieansätze im Marketing unter Berücksichtigung ökonomischer, gesellschaftlicher und ökologischer Folgen. Die Schülerinnen und Schüler bearbeiten Text-, Bild- und Grafikdaten digital und beachten dabei unterschiedliche mediale Darstellungsarten und Datenformate, setzen konzeptionelle Vorgaben zielgruppenorientiert um und beachten dabei Gestaltungsgrundsätze.	
Inhalte: Marketingziele und Zielhierarchien Marktanalyse, -beobachtung, -prognose Produkt- und Markenstrategien Portfolioanalyse Produktlebenszyklus Preisstrategien Distributionsstrategien	

Lernfeld 5: Herstellungs- und Produktions- prozesse von Digital- und Print- medien planen, steuern und kon- trollieren	2. Ausbildungsjahr Zeitrictwert: 60 Stunden
Ziel: Die Schülerinnen und Schüler wirken unter Abwägung wirtschaftlicher und ökologischer Kriterien an Planungs-, Gestaltungs- und Produktionsschritten bei der Umsetzung von Aufträgen für Digital- und Printmedien mit. Sie planen in den Phasen Vorstufe, Produktion und Weiterverarbeitung projekt- und teamorientiert. Sie wenden ihr branchenspezifisches technisches Basiswissen an, um den ständig neuen Anforderungen der Produktion gerecht zu werden. Sie kalkulieren Kosten und Zeitbedarf für die Produktion, holen Angebote interner und externer Dienstleister ein und bereiten sie auf. Sie koordinieren Abläufe der Produktion unter Einhaltung von Qualitätskriterien.	
Inhalte: Contentmanagement physische und digitale Informationsträger Druckvorstufe Offsetdruck Tiefdruck Digitaldruck	

Lernfeld 6: Medialeistungen bewerben und verkaufen	2. Ausbildungsjahr Zeitrichtwert: 80 Stunden
<p>Ziel:</p> <p>Die Schülerinnen und Schüler erfassen die zentrale ökonomische Bedeutung des Verkaufs für die Medienunternehmen und analysieren die Marktsituation einzelner Informations- und Werbeträger im Vergleich zu anderen Medien. Sie wirken bei der Erstellung und Umsetzung von Marketingkonzepten mit und setzen zielorientiert Maßnahmen zur Kundenbindung und zur Kundenneugewinnung ein. Dabei berücksichtigen Sie den Stellenwert des Marketings im Rahmen eines integrierten Marketingansatzes von Medienunternehmen. Sie beraten umfassend Kunden und nutzen dazu externe und interne Markt- und Mediauntersuchungen. Sie präsentieren dem jeweiligen Kunden eine ökonomische und rechtlich einwandfreie Lösung.</p> <p>Sie berechnen Verkaufspreise und wickeln Aufträge im Team und in enger Kooperation mit dem Außendienst und anderen Funktionsbereichen des Verlags ab und bearbeiten Reklamationen kundenorientiert. Sie setzen die Datenverarbeitung bei der Lösung von Aufgabensituationen gerecht und planvoll ein.</p>	
<p>Inhalte:</p> <p>Informations- und Werbeträgervergleich Stellenwert und Trends der Medien Media-Analyse, Verbraucheranalyse, Leseranaysen Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. Anzeigenformen Digital und Print, Sonderwerbformen, Beilagen Copytest Preislisten und Mediadaten Crossmedia-Konzept Grundgesetz, Landespressegesetz, Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Beilagen Präsentationstechniken</p>	

Lernfeld 7: Gesamtwirtschaftliche Einflüsse auf Medienunternehmen analysieren	2. Ausbildungsjahr Zeitrichtwert: 60 Stunden
Ziel: Die Schülerinnen und Schüler berücksichtigen in ihren Arbeitsprozessen die besondere Rolle und Verantwortung der Medienunternehmen in der sozialen Marktwirtschaft. Sie beurteilen gesellschaftliche und wirtschaftliche Folgen der Medienkonzentration. Die Schülerinnen und Schüler setzen sich mit Strategien zur Erreichung kurz- und langfristiger Ziele der Wirtschaftspolitik auseinander. Sie bewerten den Einfluss geldpolitischer Maßnahmen auf Investitions- und Konsumententscheidungen und analysieren Auswirkungen auf die wirtschaftliche Situation von Medienunternehmen.	
Inhalte: Wirtschaftsordnung Tendenzschutz Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen Gesetz zur Förderung der Stabilität und des Wachstums der Wirtschaft angebots- und nachfrageorientierte Wirtschaftspolitik Geldpolitisches Instrumentarium der Europäischen Zentralbank	

Lernfeld 8: Den Jahresabschluss eines Medienunternehmens analysieren und bewerten	2. Ausbildungsjahr Zeitrichtwert: 80 Stunden
Ziel: Die Schülerinnen und Schüler führen Jahresabschlussarbeiten durch und treffen Bewertungsentscheidungen unter Berücksichtigung betrieblicher Interessen und geltender Bewertungsvorschriften. Sie bereiten den Jahresabschluss eines Medienunternehmens auf, ermitteln wichtige Kennzahlen zur Beurteilung der wirtschaftlichen Situation als Grundlage für weitergehende unternehmenspolitische Entscheidungen. Die Schülerinnen und Schüler nutzen geeignete Software zur Gewinnung, Aufbereitung und Auswertung erforderlicher Daten.	
Inhalte: Abschreibungen Lagerkennziffern, Bestandsveränderung, Inventurdifferenzen Zeitliche Jahresabgrenzung Rückstellung Wertansätze für Vermögen und Schulden nach Handels- und Steuerrecht Vermögensaufbau, Liquidität, Rentabilität, Wirtschaftlichkeit	

Lernfeld 9: Medienprodukte und Dienstleistungen vertreiben	3. Ausbildungsjahr Zeitrichtwert: 80 Stunden
Ziel: Die Schülerinnen und Schüler analysieren die Markt- und Wettbewerbssituation für den Vertrieb von Digital- und Printprodukten, wählen für unterschiedliche Produkte den jeweils geeigneten Absatzweg und den optimalen Vertriebspartner aus. Sie entwickeln Maßnahmen für Werbung und Verkaufsförderung unter Berücksichtigung rechtlicher Regelungen, wirken bei deren Umsetzung mit und kontrollieren den Erfolg. Die Schülerinnen und Schüler führen Bestellung, Berechnung, Versand und Rücknahme von Verlagsprodukten bei unterschiedlichen Vertriebswegen durch. Sie verhandeln über Konditionen, Zahlungsbedingungen und Bezugsformen. Sie ermitteln Umsatz- und Absatzzahlen und bereiten diese auf. Sie legen den Endverkaufspreis auch mit Hilfe geeigneter Software fest und wenden preispolitische Strategien an. Sie beurteilen Ziele des Vertriebsmarketings im Rahmen des integrierten Verlagsmarketings.	
Inhalte: Preisbindungsgesetz, Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb Vertriebsrichtlinien Buchhändlerische Verkehrsordnung Buchhändlerische Abrechnungsgesellschaft Abwicklung von Im- und Export Kundenorientierte Gesprächsführung Kommunikation in der Fremdsprache	

Lernfeld 10: Arbeitsprozesse in Redaktion oder Lektorat unterstützen	3. Ausbildungsjahr Zeitrictwert: 40 Stunden
<p>Ziel:</p> <p>Die Schülerinnen und Schüler bewerten die Auswirkungen von Erwerb, Sicherung und Verkauf von Verwertungs- und Nutzungsrechten. Sie wirken bei der Manuskriptbearbeitung, Satzvorbereitung und Korrektur mit. Sie überprüfen Autorenhonorare, auch unter Einsatz geeigneter Software.</p> <p>Die Schülerinnen und Schüler erfassen die unterschiedlichen Funktionen und Kernaufgaben von Redaktion und Lektorat. Sie beachten das Zusammenwirken von Redaktion oder Lektorat mit Produktion, Marketing, kaufmännischer Verwaltung und externen Schnittstellen bei der Programm- und Titelplanung. Sie erkennen dabei die Bedeutung des Contentmanagements. Sie kennen die rechtlichen Grundlagen und die Funktion der Selbstkontrolle der Medienwirtschaft.</p> <p>Die Schülerinnen und Schüler erläutern die wesentlichen Rechte und Pflichten von Autor, Herausgeber, Übersetzer und Verlag und setzen Verlagsverträge auf. Sie wenden die Bestimmungen des Urheber- und Verlagsrechts an und berücksichtigen Branchenrichtlinien.</p>	
<p>Inhalte:</p> <p>Publizistische Leitlinien Grundgesetz, Landespressegesetz Deutscher Presserat Medienneutrale Datenhaltung Betreuung von Herausgebern, Autoren und Übersetzern Normvertrag, Titelschutz, Markenschutz, Recht am eigenen Bild, Pflichtstückverordnungen Autorenhonorare, Lizenzentgelte ISBN, ISSN, VLB-Meldung</p>	

Lernfeld 11: Personalwirtschaftliche Aufgaben in Medienunternehmen wahrnehmen	3. Ausbildungsjahr Zeitrichtwert: 80 Stunden
Ziel: Die Schülerinnen und Schüler werten im Rahmen der Bedarfsplanung Personalstatistiken aus und beachten dabei die Regelungen des Datenschutzes. Sie planen den Personalbedarf unter Berücksichtigung der arbeitsrechtlichen Besonderheiten von redaktionellen und kaufmännischen Mitarbeitern. Bei der internen und externen Personalbeschaffung treffen sie eine begründete Auswahl der Bewerber. Sie wirken bei Aufgaben der Personalverwaltung mit und berücksichtigen dabei die arbeits- und sozialrechtlichen Bestimmungen sowie die unterschiedlichen rechtlichen Stellungen der Mitarbeiter in einem Medienunternehmen. Sie arbeiten bei der Personalentwicklung mit. Die Schülerinnen und Schüler bereiten Entgeltabrechnungen vor und buchen sie. Sie wenden für Medienunternehmen wichtige tarifliche Regelungen an. Sie berücksichtigen die Einflüsse von Kommunikation und Kooperation auf Betriebsklima, Arbeitsleistung und Geschäftserfolg eines Unternehmens.	
Inhalte: Personalbestandsanalyse und -bedarfsanalyse freie Mitarbeiter Arbeitsverträge Tarifverträge Mitbestimmungs- und Mitwirkungsrechte Personalbeurteilung Sozialversicherung Moderationstechniken	

Lernfeld 12: Den wirtschaftlichen Erfolg eines Medienproduktes analysieren, beurteilen und steuern	3. Ausbildungsjahr Zeitrichtwert: 80 Stunden
Ziel: Die Schülerinnen und Schüler nutzen das Controlling als Entscheidungshilfe für die betriebliche Steuerung. Sie erfassen die beim betrieblichen Leistungsprozess eines Medienproduktes entstehenden Kosten und Leistungen auf der Grundlage der Werte der Finanzbuchführung. Sie berechnen und beurteilen den Wertschöpfungsbeitrag einzelner Produkte sowie den Betriebserfolg. Zur Vorbereitung betrieblicher Entscheidungen setzen sie die verschiedenen Verfahren der Kostenrechnung ein. Sie beurteilen die Auswirkungen getroffener Entscheidungen auf die Erfolgssituation des Betriebes.	
Inhalte: Kostenartenrechnung Kostenstellenrechnung Deckungsbeitragsrechnung	

Ausbildungsprofil

Berufsbezeichnung

Medienkaufmann Digital und Print / Medienkauffrau Digital und Print

Ausbildungsdauer

3 Jahre

Arbeitsgebiet

Medienkaufleute Digital und Print sind in Verlagen und Medienhäusern tätig, die gedruckte und digitale Medien herausgeben sowie Dienstleistungen anbieten. Sie arbeiten insbesondere in den Bereichen Programm, Produktentwicklung, Marketing, Verkauf, Vertrieb, Herstellung und Produktion.

Berufliche Qualifikationen

Medienkaufleute Digital und Print

- beobachten die unterschiedlichen Medienmärkte und die für sie relevanten gesellschaftlichen Entwicklungen
- wirken an der Produkt- und Programmplanung mit
- wenden presse- und urheberrechtliche Bestimmungen an und berücksichtigen branchenspezifische Rahmenbedingungen
- arbeiten an der Entwicklung von Marketingkonzepten mit und setzen diese um
- beraten Kunden über Medienprodukte und Dienstleistungen
- verkaufen Digital- und Printprodukte und bieten Media- und Dienstleistungen an
- wirken bei der Gestaltung und Herstellung von Medienprodukten mit
- bearbeiten Aufgaben in Vertrieb und Marketing
- berechnen Produktions- und Vertriebskosten, führen Kalkulationen durch und wenden betriebliche Controllinginstrumente an
- wirken bei Kauf und Verkauf von Rechten und Lizenzen mit
- kaufen Arbeits- und Produktionsmittel sowie Dienstleistungen ein