

## **RAHMENLEHRPLAN**

für die Ausbildungsberufe

**Kaufmann für Dialogmarketing/Kauffrau für Dialogmarketing**

**Servicefachkraft für Dialogmarketing**

(Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 08.03.2006)

## **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 Schülerinnen und Schüler - auch benachteiligte oder besonders begabte - ihren individuellen Möglichkeiten entsprechend fördert.

## **Teil IV Berufsbezogene Vorbemerkungen**

Der vorliegende Rahmenlehrplan für die Berufsausbildung zum Kaufmann für Dialogmarketing/zur Kauffrau für Dialogmarketing und zur Servicefachkraft für Dialogmarketing ist mit den Verordnungen über die Berufsausbildung zum Kaufmann für Dialogmarketing/zur Kauffrau für Dialogmarketing (BGBI. I S. ...) und zur Servicefachkraft für Dialogmarketing (BGBI. I S. ...) abgestimmt.

Die Kaufleute für Dialogmarketing und Servicefachkräfte für Dialogmarketing sind in Call-Centern, in Servicecentern von Industrie-, Handels- und Dienstleistungsunternehmen und in anderen dialogorientierten Organisationseinheiten tätig.

Die Zielformulierungen und Inhalte der Lernfelder des Rahmenlehrplans sind didaktisch-methodisch so umzusetzen, dass sie zur beruflichen Handlungskompetenz führen. Die Zielformulierungen beschreiben den Qualifikationsstand am Ende des Lernprozesses. Ergänzt durch die Inhalte umfassen sie den Mindestumfang der zu vermittelnden Kompetenzen. Sie integrieren auch den Umgang mit aktuellen Medien, moderner Bürokommunikation und berufsbezogener Software zur Informationsbeschaffung und Informationsverarbeitung. Hierfür ist ein Gesamtumfang von mindestens 80 Unterrichtsstunden im Rahmenlehrplan berücksichtigt.

Die Anordnung der Lernfelder folgt der Idee der Teilung in zwei Ausbildungsberufe, wobei die Ausbildung der Servicefachkraft für Dialogmarketing im dritten Ausbildungsjahr zum Kaufmann für Dialogmarketing/zur Kauffrau für Dialogmarketing fortgeführt werden kann. In den Lernfeldern der ersten beiden Ausbildungsjahre werden allgemeine Grundlagen der Ausbildung, des Dialogmarketings und der Kundenkommunikation vermittelt. Die Lernfelder des dritten Ausbildungsjahres thematisieren weitergehende betriebliche Handlungssituationen, die dem Ausbildungsprofil des Kaufmanns für Dialogmarketing/der Kauffrau für Dialogmarketing entsprechen.

Der Erwerb der im Rahmen des Bildungsauftrags geforderten Kompetenzen ist durch die Bearbeitung handlungsorientierter Aufgabenstellungen in allen Ausbildungsjahren für beide Berufe zu sichern.

Eine ganzheitliche Sichtweise auf komplexe Probleme und die Erarbeitung zukunftsverträglicher Lösungen ist daher als durchgängiges Unterrichtsprinzip zu berücksichtigen.

Die Vermittlung von fremdsprachlichen Qualifikationen gemäß den Ausbildungsordnungen 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.

Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz haben für die Servicefachkräfte und die Kaufleute für Dialogmarketing eine besondere Bedeutung; deshalb ist während der gesamten Berufsausbildung ein Problembewusstsein dafür zu entwickeln. Insbesondere sind

- Grundsätze und Maßnahmen zur Vermeidung von Gesundheitsschäden und zur Vorbeugung von Berufskrankheiten zu beachten,
- Notwendigkeiten und Möglichkeiten einer von humanen und ergonomischen Gesichtspunkten bestimmten Arbeits- und Arbeitsplatzgestaltung zu berücksichtigen.

**Teil V Lernfelder**

| <b>Übersicht über die Lernfelder für die Ausbildungsberufe<br/>Kaufmann für Dialogmarketing/Kauffrau für Dialogmarketing<br/>Servicefachkraft für Dialogmarketing</b> |   |   |                |                |
|---|---|---|----------------|----------------|
| <b>Lernfelder</b>   |   | <b>Zeitrichtwerte<br/>in Unterrichtsstunden</b> |                |                |
| <b>Nr.</b>  |   | <b>1. Jahr</b>                                  | <b>2. Jahr</b> | <b>3. Jahr</b> |
| 1   | Die Ausbildung im Dialogmarketing mit-<br>gestalten                                       | 60  |                |                |
| 2   | Dienstleistungen im Dialogmarketing analysie-<br>ren und vergleichen                      | 60  |                |                |
| 3   | Mit Kundinnen und Kunden kommunizieren  | 80  |                |                |
| 4   | Simultan Gespräche führen, Datenbanken nut-<br>zen und Informationen verarbeiten          | 40  |                |                |
| 5   | Kundinnen und Kunden im Dialogmarketing<br>betreuen und binden                            | 80  |                |                |
| 6   | Bestimmungsfaktoren der Kundennachfrage<br>gestalten                                      |   | 40             |                |
| 7   | Den betriebswirtschaftlichen Beitrag eines Pro-<br>jektes zum Unternehmenserfolg bewerten |   | 60             |                |
| 8   | Kundinnen und Kunden gewinnen und Ver-<br>kaufsgespräche führen                           |   | 80             |                |
| 9   | Projekte im Dialogmarketing vorbereiten,<br>durchführen und dokumentieren                 |   | 100            |                |
| 10  | Personaleinsatz planen und Mitarbeiterin-<br>nen/Mitarbeiter führen                       |   |                | 80             |
| 11  | Geschäftsprozesse im Dialogmarketing erfolgs-<br>orientiert steuern                       |   |                | 80             |
| 12  | Die Qualität der Auftragsdurchführung<br>überwachen und optimieren                        |   |                | 40             |
| 13  | Dienstleistungen der Dialogmarketing-Branche<br>vermarkten                                |   |                | 80             |
| <b>Summen: insgesamt 880 Stunden</b>  |   | <b>320</b>                                      | <b>280</b>     | <b>280</b>     |

|  |   |
|--|---|
| <b>Lernfeld 1: Die Ausbildung im Dialogmarketing mitgestalten</b>  | <b>1. Ausbildungsjahr<br/>Zeitrichtwert: 60 Stunden</b> |
| <b>Ziel:</b><br><br>Die Schülerinnen und Schüler präsentieren den Ausbildungsbetrieb. Sie stellen den organisatorischen Aufbau und die für den Ausbildungsberuf wesentlichen Arbeitsprozesse dar. Sie erläutern dessen Rechtsform und grenzen diese von anderen ab. Sie setzen sich mit dem Unternehmensleitbild, der ökonomischen und ökologischen Zielsetzung sowie der gesamtwirtschaftlichen Verantwortung des Unternehmens auseinander.<br>Die Schülerinnen und Schüler kennen die Aufgaben, Rechte und Pflichten der Beteiligten im dualen System der beruflichen Ausbildung und reflektieren diese kritisch. Unter Berücksichtigung von Arbeitszeitregelungen beurteilen sie die Bedeutung von Tarifverträgen und die Rolle der Sozialpartner. Sie sind mit den besonderen Anforderungen hinsichtlich der Sicherheit und Gesundheit ihres Arbeitsplatzes vertraut. Die Schülerinnen und Schüler gestalten unter Beachtung von Arbeits- und Umweltschutzbestimmungen, Unfallverhütungsvorschriften sowie unter Einbeziehung von Mitbestimmungsrechten ihren Arbeitsplatz. Sie nehmen Mitwirkungs- und Mitbestimmungsrechte im Unternehmen wahr.<br>Die Schülerinnen und Schüler haben einen Überblick über das System der sozialen Sicherung und ergreifen Maßnahmen zur privaten Vorsorge. Zur Informationsgewinnung bedienen sie sich informationstechnischer Systeme. Sie bearbeiten Aufgabenstellungen selbstständig und im Team und wenden Problem lösende Methoden an. |   |
| <b>Inhalte:</b><br><br>Lerntechniken und Arbeitsmethoden<br>Rechtsformen (KG, GmbH)<br>Entgeltabrechnung<br>Jugendarbeitsschutz-, Mutterschutz-, Schwerbehindertengesetz   |   |



|   |   |
|---|---|
| <b>Lernfeld 2: Dienstleistungen im Dialogmarketing analysieren und vergleichen</b>  | <b>1. Ausbildungsjahr<br/>Zeitrichtwert: 60 Stunden</b> |
| <b>Ziel:</b><br><br>Die Schülerinnen und Schüler erkunden unter Verwendung aktueller Medien die Entwicklung des Dialogmarketing. Sie definieren den Begriff Dialogmarketing und grenzen ihn von traditionellen Marketinginstrumenten der Kommunikations- und Distributionspolitik ab.<br>Die Schülerinnen und Schüler verschaffen sich einen Überblick über die Leistungen der Dialogmarketing-Branche und unterscheiden entsprechende Formen der Kommunikation. Sie machen sich mit der wirtschaftlichen Bedeutung der Branche vertraut und ordnen sie in den gesamtwirtschaftlichen Zusammenhang ein.<br>Die Schülerinnen und Schüler beschreiben das Leistungsspektrum ihres Ausbildungsbetriebes und vergegenwärtigen sich die unterschiedlichen Anforderungen im Spannungsfeld zwischen Auftraggeber und Kunde im Hinblick auf eine differenzierte Zielgruppenansprache. Unter Einsatz geeigneter Medien präsentieren sie ihre Ergebnisse. Sie verstehen sich als Dienstleister, erkennen mögliche Zielkonflikte und begreifen Kundenorientierung als Leitbild ihres beruflichen Handelns. |   |
| <b>Inhalte:</b><br><br>Inbound, Outbound<br>Inhouse, Outsourcing<br>Direct Response<br>Präsentationstechnik   |   |

**Lernfeld 3: Mit Kundinnen und Kunden kommunizieren**

**1. Ausbildungsjahr  
Zeitrichtwert: 80 Stunden**

**Ziel:**

Die Schülerinnen und Schüler sind mit den unterschiedlichen kommunikativen Prozessabläufen im Dialogmarketing vertraut. Sie berücksichtigen bei allen zu führenden Kundendialogen grundlegende Erkenntnisse der Kommunikationspsychologie sowie rhetorische Techniken. Sie formulieren Texte und gestalten gemäß Auftraggebervorgaben zielgruppengerichtete Gesprächsleitfäden und setzen diese situativ um.

Die Schülerinnen und Schüler wissen um die Bedeutung von Körpersprache und Sprechausdruck bei Telefongesprächen. Sie setzen beides zielgerichtet im Dialog mit Kunden ein. Sie begreifen Sprecherziehung und Stimmbildung als einen fortlaufenden Prozess zum Ausbau und zur Erhaltung stimmlicher Leistungsfähigkeit sowie zur Gewährleistung einer dauerhaft wirkungsvollen Vermittlung von Gesprächsinhalten.

Die Schülerinnen und Schüler nehmen während der Gesprächsführung bei Inbound- und Outbound-Gesprächen unterschiedliche Kundentypen und unterschiedliches Sprachverhalten wahr und nutzen situationsgerechte und effiziente Gesprächsführungstechniken. Sie wenden bei der Gesprächsannahme auch Fremdsprachenkenntnisse an. Sie identifizieren auftretende Konflikte, thematisieren diese kundenorientiert und unterbreiten lösungsorientierte Vorschläge.

Die Schülerinnen und Schüler gehen positiv mit Stress um und beherrschen individuelle Stressbewältigungsstrategien.

**Inhalte:**

Kommunikationsmodelle  
aktives Zuhören  
Ich-Botschaft  
Meta-Kommunikation  
Feedback  
Umgang mit schwierigen Kunden

|  |  |   |
|--|--|---|
| <b>Lernfeld 4:</b>   | <b>Simultan Gespräche führen, Datenbanken nutzen und Informationen verarbeiten</b> | <b>1. Ausbildungsjahr<br/>Zeitrichtwert: 40 Stunden</b> |
| <b>Ziel:</b><br><br>Die Schülerinnen und Schüler können gleichzeitig Gespräche führen, auf Datenbanken zugreifen sowie Informationen erfassen und verarbeiten.<br>Die Schülerinnen und Schüler nutzen grundlegende Informations- und Kommunikationssysteme, die für die Erbringung einer Dienstleistung im Dialogmarketing notwendig sind. Dabei verwenden sie auch fremdsprachige Informationsquellen. Sie vergleichen branchenspezifische Kommunikationssysteme nach Leistungsfähigkeit und Einsatzbereichen.<br>Die Schülerinnen und Schüler gehen mit Standardsoftware sicher um und übertragen diese Fertigkeiten exemplarisch auf ausgewählte branchentypische Kommunikationsplattformen. Sie nutzen relationale Datenbanken und beherrschen die effektive Dateneingabe und Datenpflege. Sie wissen um die Notwendigkeit, Daten zu sichern und zu schützen, und beachten rechtliche und betriebliche Regelungen zum Datenschutz. |  |   |
| <b>Inhalte:</b><br><br>Multitasking<br>Telefonie<br>E-Mail<br>Internet<br>Stressbewältigungsstrategien   |  |   |

|  |   |
|--|---|
| <b>Lernfeld 5: Kundinnen und Kunden im Dialogmarketing betreuen und binden</b>   | <b>1. Ausbildungsjahr<br/>Zeitrichtwert: 80 Stunden</b> |
| <b>Ziel:</b><br><br>Die Schülerinnen und Schüler führen unter Anwendung von Produkt- und Kommunikationskenntnissen Beratungsgespräche zur Zufriedenheit der Kunden und Auftraggeber. Sie erkennen die Wünsche ihrer Kunden, erfassen Kunden- und Auftragsdaten und gestalten gleichzeitig das Beratungsgespräch. Hierbei nutzen sie informationstechnische Systeme zur Kundenbetreuung und -bindung. Sie disponieren Gesprächs-, Lieferungs- und Zahlungstermine und überprüfen die Bonität der Kunden. Im Gespräch berücksichtigen sie die Vorgaben der Auftraggeber.<br>Die Schülerinnen und Schüler führen kompetent produktbezogene Beratungsgespräche sowie Kundenzufriedenheitsbefragungen durch. Sie regulieren Beschwerden und Reklamationen schnell und professionell, führen Haltegespräche nach Kündigungen und dokumentieren ihre Arbeitsergebnisse. |   |
| <b>Inhalte:</b><br><br>Adressqualifizierung<br>Kundenstatistiken<br>Kundenbindungsinstrumente<br>Kundenbeziehungsmanagement  |   |

|  |   |
|--|---|
| <b>Lernfeld 6: Bestimmungsfaktoren der Kundennachfrage gestalten</b>   | <b>2. Ausbildungsjahr<br/>Zeitrichtwert: 40 Stunden</b> |
| <b>Ziel:</b><br><br>Die Schülerinnen und Schüler sind sich bewusst, welchen Einfluss die Dialogmarketing-Branche auf das Konsumverhalten der Bevölkerung ausüben kann. Sie beurteilen vor dem Hintergrund des Systems der sozialen Marktwirtschaft die Auswirkungen steuerpolitischer Maßnahmen, von Tarifverhandlungen und Arbeitsmarktpolitik auf ihre berufliche Tätigkeit im Dialogmarketing. Sie beziehen dabei sowohl die Position ihres Unternehmens im nationalen, europäischen und globalen Wettbewerb wie auch ihre persönlichen beruflichen Entwicklungsmöglichkeiten ein.<br>Im Hinblick auf die wechselnden Anforderungen des Marktes reflektieren die Schülerinnen und Schüler ihre beruflichen Aufstiegs- und Weiterentwicklungsmöglichkeiten und kennen die wesentlichen Inhalte und Bestandteile eines Arbeitsvertrags. Sie entwickeln die Bereitschaft, ihre persönlichen und fachlichen Kompetenzen, auch im Bereich der Ökonomie und der Ökologie, zu erweitern und erkennen die Bedeutung lebenslangen Lernens für die berufliche und persönliche Entwicklung. Dabei nutzen sie geeignete Medien. |   |
| <b>Inhalte:</b><br><br>Kooperation, Konzentration<br>Interessengruppen, Lobbies<br>Preisbildung, Inflation<br>magisches Viereck<br>Informationsmedien  |   |

|  |   |
|--|---|
| <b>Lernfeld 7: Den betriebswirtschaftlichen Beitrag eines Projektes zum Unternehmenserfolg bewerten</b>  | <b>2. Ausbildungsjahr<br/>Zeitrichtwert: 60 Stunden</b> |
| <b>Ziel:</b><br><br>Die Schülerinnen und Schüler stellen den betriebswirtschaftlichen Beitrag eines Projektes zum Unternehmenserfolg dar, indem sie die mit einem Projekt verbundenen Kosten und Erlöse erfassen und dokumentieren. Die entsprechenden Informationen entnehmen sie den Unterlagen des betrieblichen Rechnungswesens und externen Quellen. Dabei beachten sie betriebliche Regeln und Vorschriften. Sie stellen die Kosten den Erlösen gegenüber und beurteilen die Wirtschaftlichkeit eines Projekts. Sie bedienen sich kaufmännischer Rechenverfahren und nutzen geeignete Software als Dokumentations- und Informationsinstrument. Sie bearbeiten Geschäftsfälle anhand branchentypischer Belege unter Berücksichtigung der Umsatzsteuer.<br>Die Schülerinnen und Schüler informieren sich über die wirtschaftliche Situation ihres Unternehmens und halten diese Information aktuell. Sie entnehmen betrieblichen Informationsmedien Angaben über die Beziehungen von Unternehmen der Dialogmarketing-Branche zu Kunden und Auftraggebern, insbesondere zu den Informations-, Geld- und Werteflüssen. Sie erkennen die betriebswirtschaftliche und rechtliche Notwendigkeit einer systematischen Aufzeichnung von Daten und deren Bedeutung für den Erfolg des Unternehmens. Die Schülerinnen und Schüler können einfache Bilanzen lesen und vergleichen Ergebnisse einzelner Geschäftsjahre. |   |
| <b>Inhalte:</b><br><br>Verschwiegenheitspflicht<br>Inventur, Inventar, Bilanz<br>Kommunikationstarife und -kosten  |   |

**Lernfeld 8: Kundinnen und Kunden gewinnen und Verkaufsgespräche führen**

**2. Ausbildungsjahr  
Zeitrichtwert: 80 Stunden**

**Ziel:**

Die Schülerinnen und Schüler sind mit den Chancen und Risiken des telefonischen Direktvertriebs vertraut und bereiten Maßnahmen für die Kundengewinnung vor. Sie arbeiten mit Gesprächsleitfäden und beurteilen diese hinsichtlich ihrer Wirksamkeit und ihrer Umsetzbarkeit in ihren Unternehmen.

Die Schülerinnen und Schüler ermitteln den Bedarf der Kunden, beraten und informieren sie situations- und fachgerecht über Angebote und Leistungen der Auftraggeber und bieten ihnen die entsprechenden Produkte an. Sie führen Verkaufsgespräche zielgerichtet unter Beachtung rechtlicher Rahmenbedingungen und verkaufpsychologischer Aspekte. Sie verwenden branchentypische Informationsquellen und berücksichtigen die Wünsche und Bedürfnisse verschiedener Kunden mit Blick auf den gestellten Auftrag. Sie schließen Verträge im Namen der Auftraggeber mit den Kunden ab; dabei beachten sie die rechtlichen Vorschriften.

Die Schülerinnen und Schüler reagieren in den verschiedenen Situationen des Verkaufsgesprächs angemessen auf das Verhalten der Kunden. Hierbei wenden sie zielgerichtet die verschiedenen verbalen, paraverbalen und nonverbalen Ausdrucksmöglichkeiten am Telefon an.

Die Schülerinnen und Schüler analysieren und bewerten die Prozessabläufe und schlagen bei Problemen Lösungsmöglichkeiten vor. Sie berücksichtigen den Zusammenhang zwischen Prozessqualität und Kundenzufriedenheit und setzen qualitätssichernde Maßnahmen um.

Die Schülerinnen und Schüler organisieren ihr Lernen eigenständig und im Team.

**Inhalte:**

Kaufvertrag, Kaufvertragsstörungen

Allgemeine Geschäftsbedingungen, Fernabsatzrecht, Regelungen zu Gewinnspielen und Haustürgeschäften, Branchenspezifische Regelungen des UWG, Preisangabenverordnung

Cross- und Up-Selling

einfache Kalkulation

Phasen des Verkaufsgesprächs

Kundentypen

|  |  |
|--|--|
| <b>Lernfeld 9: Projekte im Dialogmarketing vorbereiten, durchführen und dokumentieren</b>  | <b>2. Ausbildungsjahr<br/>Zeitrichtwert: 100 Stunden</b> |
| <p><b>Ziel:</b></p> <p>Die Schülerinnen und Schüler realisieren im Rahmen bestehender Auftraggeberbeziehungen ein Projekt von der Projektidee bis zur Ergebnispräsentation. Basierend auf dem Briefing des Auftraggebers wirken sie bei der Formulierung von Projektzielen und -inhalten, der Erstellung von Projektplänen und bei der Entwicklung von Projekt-Teilaufgaben mit. Sie erstellen einen Projektstrukturplan und legen Ablauf, Termine und Ressourceneinsatz fest. Dabei arbeiten sie in Teams und greifen auf die unterschiedlichen Kompetenzen der Teammitglieder für die Projektarbeit zurück.</p> <p>Die Schülerinnen und Schüler verteilen Aufgaben, weisen Verantwortlichkeiten zu und unterstützen neue Teammitglieder bei der Einarbeitung. Sie gestalten Gesprächsleitfäden und richten die erforderlichen Informations- und Kommunikationsstrukturen ein, nutzen diese und berücksichtigen die Schnittstellen bei der Informationsweitergabe. Sie führen die Arbeitspakete durch, kontrollieren den Projektstatus durch Soll-Ist-Vergleich und entwickeln mögliche Lösungsalternativen.</p> <p>Die Schülerinnen und Schüler führen Arbeitszeitkonten und reagieren bei Abweichungen angemessen. Sie ermitteln die im Projekt angefallenen Kosten und Kennzahlen. Sie erstellen Projektstatistiken, werten sie aus, dokumentieren Abläufe und Ergebnisse und präsentieren diese. Sie führen eine Abschlussbewertung durch und arbeiten an der Auftragsabrechnung und am Abschlussbericht mit.</p> |  |
| <p><b>Inhalte:</b></p> <p>Meilensteine<br/>Zeitmanagement<br/>Planungsinstrumente<br/>Machbarkeitsanalyse<br/>Konfliktlösung<br/>berufsgenossenschaftliche Vorschriften</p>  |  |



**Lernfeld 10: Personaleinsatz planen und Mitarbeiterinnen/Mitarbeiter führen**

**3. Ausbildungsjahr  
Zeitrichtwert: 80 Stunden**

**Ziel:**

Die Schülerinnen und Schüler führen unter Berücksichtigung personalwirtschaftlicher Ziele Aufgaben und Tätigkeiten des Personalwesens durch. Zur Sicherstellung der Leistungsfähigkeit des Unternehmens analysieren sie Mitarbeiterbestand und -struktur und wirken bei der Personalbedarfsermittlung und -einsatzplanung mit. Sie stellen Kriterien zur Bewerberauswahl zusammen und führen neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in das Unternehmen ein. Sie reflektieren und bewerten die Bedeutung von Arbeitsverträgen für die Ausgestaltung von Arbeitsverhältnissen und deren Beendigungen.

Im Hinblick auf den auftragsorientierten Personaleinsatz entwickeln die Schülerinnen und Schüler Schichtpläne und berücksichtigen dabei personalrechtliche Regelungen aus dem Arbeits- und Sozialrecht, dem Tarifrecht sowie den Betriebsvereinbarungen. Sie stellen Kriterien für die Arbeitsbewertung und die Entgeltsysteme auf und berechnen Entgelte.

Die Schülerinnen und Schüler wenden verschiedene Möglichkeiten der Mitarbeitermotivation an und entwickeln Anreizmodelle, um die Leistungsbereitschaft der Mitarbeiter zu steigern. Im Hinblick auf die Qualitätssicherung im Unternehmen konzipieren sie Vorschläge für die Aus-, Fort- und Weiterbildung, organisieren Schulungen und führen selbstständig Mitarbeiterbriefings durch.

**Inhalte:**

Führungsstile  
Management by objectives, Management by results  
Mitarbeitergespräch  
Konflikt- und Kritikgespräch  
Betriebsverfassungsgesetz  
Tarifvertragsparteien  
Voll- und Teilzeitbeschäftigte  
freie und feste Mitarbeiter  
Zeitlohn, Prämienlohn  
Kündigungsschutz

**Lernfeld 11: Geschäftsprozesse im Dialogmarketing  
erfolgsorientiert steuern**

**3. Ausbildungsjahr  
Zeitrichtwert: 80 Stunden**

**Ziel:**

Die Schülerinnen und Schüler ermitteln unter Zuhilfenahme der Voll- und Teilkostenrechnung die für den Projekt- und Betriebserfolg relevanten Zahlen. Auf der Grundlage dieser Zahlen kalkulieren sie unternehmenstypische Leistungen und erstellen Leistungsabrechnungen. Sie nutzen geeignete Software, um Daten für die Planung, Steuerung und Kontrolle zukünftiger Projekte aufzubereiten und zu präsentieren.

Die Schülerinnen und Schüler ermitteln aus den Daten der Geschäftsbuchführung und der Kosten- und Leistungsrechnung branchenspezifische Kennzahlen, bewerten diese und leiten daraus Entscheidungen für die zukünftige Unternehmensausrichtung ab.

Die Schülerinnen und Schüler werten Geschäftsstatistiken aus, indem sie Soll-Ist-Vergleiche durchführen. Sie stellen mögliche Ursachen für Planabweichungen dar und erläutern die Bedeutung einer Wirtschaftlichkeitskontrolle für den Projekt- und Betriebserfolg. Sie interpretieren die ausgewerteten Geschäftsstatistiken und entwickeln entsprechende Maßnahmen zur Optimierung betrieblicher Prozesse.

Die Schülerinnen und Schüler wirken bei der Erstellung eines Jahresabschlusses mit. Sie analysieren relevante Daten des Jahresabschlusses und erkennen die Bedeutung von Bewertungsentscheidungen für den Unternehmenserfolg.

**Inhalte:**

Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung  
Abgrenzungstabelle  
Gemeinkostenzuschlagssätze  
Finanzplan, Liquidität 1. und 2. Grades  
Cashflow  
Eigenkapital-, Gesamtkapital- und Umsatzrentabilität  
Branchenvergleich

**Lernfeld 12: Die Qualität der Auftragsdurchführung  
überwachen und optimieren**

**3. Ausbildungsjahr  
Zeitrichtwert: 40 Stunden**

**Ziel:**

Die Schülerinnen und Schüler entwickeln ein prozesshaftes Qualitätsverständnis und analysieren die Faktoren, die die Qualität der Dienstleistungen bestimmen. Sie definieren in ihrer Rolle als Teamleiterin oder Teamleiter Qualitätskriterien sowie adäquate Messgrößen und Messverfahren, die sowohl für das eigene Unternehmen als auch für die Auftraggeber eine objektive Einschätzung der Dienstleistungsqualität einzelner Projekte ermöglichen.

Auf der Grundlage gewonnener Daten wenden die Schülerinnen und Schüler branchenübliche Methoden und Techniken zur Qualitätssicherung und -förderung an. Sie überwachen Projektabläufe und berücksichtigen dabei Beschwerden von Kunden und Auftraggebern. Sie führen in ihrer Rolle als Teamleiterin oder Teamleiter vor dem Hintergrund der gewonnenen Erkenntnisse Gespräche mit Mitarbeitern und Auftraggebern und entwickeln ein effizientes und einfaches Qualitätsmanagementsystem. Bei der Umsetzung der Qualitätssicherungsverfahren beteiligen sie die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, um die Akzeptanz für die geplanten Maßnahmen zu erhöhen.

**Inhalte:**

Ergebnis- und Prozessqualität  
Feedback-Gespräche  
Coaching  
branchenspezifische Zertifizierung

**Lernfeld 13: Dienstleistungen der Dialogmarketing-Branche vermarkten**

**3. Ausbildungsjahr  
Zeitrichtwert: 80 Stunden**

**Ziel:**

Die Schülerinnen und Schüler erkunden den Markt für Dienstleistungen im Dialogmarketing und informieren sich über aktuelle Entwicklungen. Sie ermitteln Auftraggeberwünsche und verschaffen sich einen Überblick über die Dienstleistungen und Konditionen der Wettbewerber. Sie werten Marktinformationen aus und wirken auf dieser Grundlage an der zielgruppenorientierten Entwicklung des Dienstleistungsangebotes, an der Planung und Umsetzung von verkaufsfördernden Maßnahmen sowie an der Erarbeitung von Projektkonzepten mit.

Die Schülerinnen und Schüler erstellen auf der Basis von Auftraggeber-Briefings Angebote für Dienstleistungen im Dialogmarketing und entwickeln diesbezügliche Verkaufsargumente, auch in einer Fremdsprache. Sie präsentieren den Auftraggebern Angebote. Die Schülerinnen und Schüler arbeiten bei der Vertragsanbahnung und beim Vertragsabschluss unter Beachtung rechtlicher Vorschriften mit.

**Inhalte:**

Marketing-Mix  
Auftraggeberakquisition  
Verhandlungsführung  
Präsentationstechniken  
Werkvertrag, Dienstvertrag  
Allgemeine Geschäftsbedingungen