



Aufgaben und Tätigkeiten (Kurzform)

Sie arbeiten insbesondere in den Bereichen klassische Werbung, Direktmarketing, Öffentlichkeitsarbeit, Verkaufsförderung, Event, Sponsoring und Multimedia. Wenn Kaufleute für Marketingkommunikation in Agenturen und Beratungsunternehmen tätig sind, beraten sie Kunden in Fragen der Marketingkommunikation. Sie beobachten und analysieren Märkte, bestimmen Zielgruppen und entwickeln auf Grundlage der Ergebnisse Kommunikationskonzepte sowohl für integrierte - also medienübergreifende - Kampagnen als auch für Einzelmaßnahmen. Dabei steuern sie die gesamte Umsetzung der Maßnahmen: Kaufleute für Marketingkommunikation organisieren und kontrollieren nicht nur die kreative Arbeit sowie das Budget und die Herstellungsprozesse, sondern planen auch den Einsatz der verschiedenen Medien und sichern die Qualität der erbrachten Leistungen. Schließlich entwickeln sie vertragliche Grundlagen für die Zusammenarbeit (z.B. mit Agenturen) und den Erwerb von Rechten und Lizenzen.

Ausbildungsinhalte

Im 1. Ausbildungsjahr lernen die Auszubildenden im Ausbildungsbetrieb beispielsweise:

- wie man Kommunikationsregeln berücksichtigt und zielgruppen- sowie mediengerecht anwendet
- Informationen zielgruppengerecht aufzubereiten und bedarfsgerecht zu nutzen sowie situationsgerecht zu kommunizieren
- wie man Merkmale einer Marke darstellt
- mit welchen Methoden man Briefingbestandteile recherchiert und verifiziert und wie man ein Briefing formuliert
- auf welche Weise man Bedingungen für Ausschreibungen und Wettbewerbspräsentationen feststellt
- wie sie Informations- und Kommunikationssysteme aufgabenorientiert einsetzen sowie interne und externe Dienste und Netze nutzen

Im 2. Ausbildungsjahr erfahren die Auszubildenden z.B.:

- welche Informationsquellen sie für die Erschließung von Zielgruppen und Märkten nutzen können und wie sie das Konsumentenverhalten erfassen und analysieren können
- wie sie an der Entwicklung von Strategien für Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen mitwirken
- welche Instrumente der Markenführung existieren und welche Maßnahmen zur Kundenbetreuung und -bindung umzusetzen sind
- wie sie Herstellungsprozesse und Aktivitäten planen und überwachen, z.B. hinsichtlich Zeit, Kosten und Qualität
- welche rechtlichen Vorschriften, z.B. zum Wettbewerbs-, Urheber- oder Markenrecht, es gibt und wie sie anzuwenden sind
- wie sie Märkte beschreiben und eingrenzen sowie Informationen über Mitbewerber und Marktentwicklungen beschaffen und auswerten
- auf welche Weise sie bei der Vertragsgestaltung sowie an der Beschaffung von Rechten und Lizenzen mitwirken
- wie sie Ausschreibungen formulieren sowie Konzeptionen, Angebote und Präsentationen bewerten und auswählen
- auf welche Weise sie den Medieneinsatz steuern und überprüfen sowie die Resonanz erfassen und dokumentieren
- wie sie die Ergebnisse der Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen dokumentieren

Im 3. Ausbildungsjahr lernen die Auszubildenden u.a.:

- wie sie Mediaziele festlegen, Medienmix und Einsatzpläne entwickeln sowie Optimierungsmöglichkeiten prüfen
- den Kommunikationsmix und die Kommunikationsmittel zu bestimmen, Produktion und Ressourcen zu planen sowie Projektbudgets zu kalkulieren und vorzuschlagen
- Budgets nach Zeit, Aktionen und Instrumenten der Maßnahmen aufzuteilen, Kapazitäten zu planen und mit der Produkt-, Marketing- und Vertriebsplanung abzugleichen
- die Rentabilität zu ermitteln und daraus Folgerungen für zukünftige Maßnahmen abzuleiten
- die Instrumente des Projektmanagements anzuwenden
- wie sie die Instrumente der Marktbeobachtung und -analyse auswählen und Absatzpotentiale ermitteln
- auf welche Weise sie Vorgaben für die Kreation formulieren und Kreativitätstechniken nutzen
- mit welchen Methoden sie eine Budgetkontrolle durchführen und bei Abweichungen eine Nachkalkulation vornehmen
- die Wirtschaftlichkeit der vertraglichen Vereinbarungen zu prüfen
- Arbeitsergebnisse situationsgerecht zu präsentieren und zu begründen
- wie sie Beschwerden entgegennehmen, betriebsübliche Maßnahmen umsetzen und dabei kulturelle Besonderheiten bei geschäftlichen Kontakten berücksichtigen

Während der gesamten Ausbildung wird den Auszubildenden vermittelt:

- welche Rechtsform der Ausbildungsbetrieb hat
- welche Rechte und Pflichten aus dem Ausbildungsverhältnis hervorgehen
- wie man berufsbezogene Arbeitsschutz- und Unfallverhütungsvorschriften anwendet
- welche Möglichkeiten es für eine wirtschaftliche und umweltfreundliche Energie- und Materialanwendung gibt

In der Berufsschule sind folgende Lernfelder Gegenstand des theoretischen Unterrichts:

- Beschaffungsprozesse planen, steuern und kontrollieren
- Märkte analysieren und bewerten
- Marketingkonzepte entwickeln und präsentieren
- die Produktion von Kommunikationsmitteln vorbereiten und kontrollieren
- betriebliche Werteprozesse steuern, kontrollieren und dokumentieren
- Werteströme und Werte erfassen, dokumentieren und auswerten
- werbe- und medienrechtliche Rahmenbedingungen analysieren und bewerten
- Kommunikationsinstrumente analysieren und bewerten
- integrierte Kommunikationskonzepte entwickeln und präsentieren
- bei der Mediaplanung mitwirken
- gesamtwirtschaftliche Einflüsse auf das Kommunikationsunternehmen berücksichtigen
- den Ausbildungsbetrieb präsentieren

Rechtsgrundlagen:

Verordnung über die Berufsausbildung zum Kaufmann für Marketingkommunikation/zur Kauffrau für Marketingkommunikation
Rahmenlehrplan für den Ausbildungsberuf Kaufmann für Marketingkommunikation/Kauffrau für Marketingkommunikation

Wichtige Schulfächer

Schulkenntnisse

Gute Voraussetzungen für eine erfolgreiche Ausbildung zum Kaufmann/zur Kauffrau für Marketingkommunikation bilden vertiefte Kenntnisse in den nachfolgend genannten Schulfächern:

Schulfach	Begründung
Deutsch	Für den Schriftverkehr mit Kunden und Geschäftspartnern sind Ausdrucksfähigkeit

	sowie Sicherheit in der Rechtschreibung wichtig. Gute Deutschkenntnisse sind für die Ausbildung daher unabdingbar.
Mathematik	Sichere Mathematikkenntnisse werden in der Ausbildung für kaufmännische Berechnungen wie Budgetplanung oder Gewinn- und Verlustrechnung benötigt.
Wirtschaft	Bereits in der Ausbildung übernehmen Kaufleute für Marketingkommunikation Aufgaben im Rechnungswesen. Auch beispielsweise mit dem Vertrags- oder Urheberrecht müssen sie sich auskennen. Hierfür sind Kenntnisse im Fach Wirtschaftslehre hilfreich.
Englisch und weitere Fremdsprachen	Für den Umgang mit Kunden und Geschäftspartnern aus anderen Herkunftsländern sowie Korrespondenz im internationalen Geschäftsverkehr sind gute Englischkenntnisse sowie Kenntnisse in anderen Fremdsprachen von Nutzen.

Sonstige Erfahrungen, Fertigkeiten, Kenntnisse

Förderlich sind darüber hinaus:

Erfahrungen, Fertigkeiten, Kenntnisse	Begründung
--	-------------------

Datenverarbeitung	EDV-Kenntnisse erleichtern angehenden Kaufleuten für Marketingkommunikation den Einstieg in die Arbeit mit Anwendungsprogrammen, Tabellen- und Textverarbeitungssoftware.
-------------------	---

Interessen

- Interesse an Werbung und Marketing (z.B. Marketing-Mix festlegen)
- Neigung zu kundenorientierter Tätigkeit
- Neigung zu planender und organisierender Tätigkeit (für den Kunden kommunikative Maßnahmen planen)
- Neigung zu beratender und überzeugender Tätigkeit
- Neigung zu kaufmännischem Denken (z.B. Rechnungswesen, Controlling und Buchführung)
- Neigung zu prüfender und kontrollierender Tätigkeit (z.B. Satz und Layout eines Prospektes überprüfen)
- Neigung zum mündlichen Vortragen, öffentlichen Sprechen und Präsentieren (z.B. beim Kunden das Konzept präsentieren)

Kompetenzen

Die folgende Liste enthält eine Auswahl der wichtigsten Fertigkeiten und Kenntnisse. Die Auswahl dieser berufsbezogenen Kompetenzen erfolgt auf Basis der Ausbildungsordnung sowie der Auswertung von Stellen- und Bewerberangeboten.

Kernkompetenzen, die man während der Ausbildung erwirbt:

- Erfolgskontrolle (Marketing, Werbung)
- Kalkulation
- Konzeption (Werbung, Marketing, PR)
- Kosten- und Leistungsrechnung
- Kundenberatung, -betreuung
- Marketing
- Media-Sachbearbeitung
- Werbekommunikation
- Werbung

Weitere Kompetenzen, die für die Ausübung dieses Berufs bedeutsam sein können:

- Buchführung, Buchhaltung

- Büro- und Verwaltungsarbeiten
- Controlling
- Fundraising, Sponsoring
- Kontakten
- Marktforschung
- Media-Planung
- Öffentlichkeitsarbeit, Public Relations
- Qualitätsprüfung, Qualitätssicherung
- Traffic (Innenkontakt)
- Veranstaltungsfinanzierung, -budgetierung
- Verkaufsförderung
- Werbemittel

Ausbildungsdauer

Die Ausbildung dauert 3 Jahre.

Ausbildungsort

Oberstufenzentrum I Barnim

Hans-Witwer-Straße 7

16321 Bernau