



Industrie- und Handelskammer
Frankfurt am Main



MEDIACAMPUS
FRANKFURT

IHK-WEITERBILDUNG

Bachelor Professional Buchhandel – IHK

Rahmenplan mit Lernzielen

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	3
Taxonomie der Lernziele (Anwendungstaxonomie)	4
Konzeption mit Stundenempfehlung	5
Lern- und Arbeitsmethodik	6
Handlungsspezifische Qualifikationen	
1. Marketing im Buchhandel	8
2. Buch- und Medienwirtschaft.....	13
3. Führung und Zusammenarbeit	16
Anhang.....	20
Abkürzungsverzeichnis	20

Vorwort

In einer Zeit des rasanten Wandels und der sich stetig verändernden Lesegewohnheiten sind die Buchhandelsbranche und ihre Mitarbeiter:innen einem fortwährenden Anpassungsprozess ausgesetzt. Das Aufkommen neuer Technologien und die Digitalisierung haben die Art und Weise, wie wir Bücher kaufen und lesen, grundlegend verändert. Angesichts dieser Herausforderungen ist es von entscheidender Bedeutung, dass Fachkräfte im Buchhandel über aktuelles Fachwissen und entsprechende Fähigkeiten verfügen, um erfolgreich am Markt zu bestehen.

Der Rahmenplan für den Bachelor Professional Buchhandel ist das Ergebnis einer fruchtbaren Zusammenarbeit zwischen dem Mediacampus Frankfurt und der Industrie- und Handelskammer Frankfurt am Main. Diese Partnerschaft vereint das fundierte Branchenwissen des Mediacampus Frankfurt mit der Expertise der IHK Frankfurt, um ein praxisnahes und zukunftsorientiertes Weiterbildungsangebot zu schaffen.

Der Bachelor Professional Buchhandel richtet sich an Mitarbeiter:innen aus verschiedenen Bereichen des Buchhandels, sei es der klassische Buchhandel, der Online-Handel oder Vertriebsabteilungen in Verlagen. Gerade in Zeiten des Multichannel-Vertriebs ist es entscheidend, dass Fachkräfte im Buchhandel die verschiedenen Vertriebskanäle geschickt miteinander verknüpfen können. Denn nur durch eine harmonische Integration von stationärem Buchhandel, Online-Shops, Social-Media-Plattformen und anderen digitalen Vertriebswegen können Buchhändler:innen die Bedürfnisse ihrer Kund:innen optimal bedienen und langfristige Kundenbeziehungen aufbauen.

Die Absolvent:innen dieses Studiengangs werden nicht nur in Buchhandlungen ihre Fachkompetenz unter Beweis stellen, sondern auch als selbstständige Unternehmer:innen neue Impulse setzen. Sie sollten in der Lage sein, die Herausforderungen der Digitalisierung zu bewältigen, innovative Vermarktungsstrategien zu entwickeln und die Bedürfnisse der Leserschaft gezielt anzusprechen. Ihre erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten werden in sämtlichen Bereichen des Buchhandels – von der Kundenberatung über das Marketing bis hin zum Vertrieb – von unschätzbarem Wert sein.

Der knapp bemessene Stundenrahmen zur Vermittlung der Inhalte setzt sowohl das Grundlagenwissen voraus, als auch die Bereitschaft der Teilnehmer:innen, im Lehrgang erworbenes Wissen durch Eigenstudium zu vertiefen.

Der Bachelor Professional Buchhandel markiert einen bedeutenden Schritt in der Weiterentwicklung des Buchhandels und unterstreicht die Bedeutung dieses akademischen Abschlusses als gleichwertige Alternative zum klassischen Hochschulstudium.

Dieser Rahmenplan wurde durch die fachkundige Mitwirkung von Expert:innen aus der Buchbranche maßgeblich geprägt. Ihr Engagement und ihre Expertise haben dazu beigetragen, dass dieser Rahmenplan den aktuellen Anforderungen des Buchhandels gerecht wird und dazu beitragen wird, qualifizierte Fachkräfte für die Zukunft des Buchhandels zu befähigen. Ganz herzlichen Dank für die Unterstützung.

Monika Kolb, Geschäftsführerin Mediacampus Frankfurt und Bildungsdirektorin im Börsenverein des Deutschen Buchhandels, Februar 2024

Taxonomie der Lernziele (Anwendungstaxonomie)

Die Prüfungsanforderungen des Bachelor Professional Buchhandel IHK sind in der Rechtsvorschrift formuliert. Sie sind abgeleitet von den Aufgaben, die der Bachelor Professional Buchhandel IHK in den verschiedenen Funktionsfeldern eines Betriebes wahrzunehmen hat.

Der Rahmenplan ist eine Empfehlung für den Lehrgang, der auf die Prüfung vorbereitet. Er orientiert sich an den Vorgaben der in der Rechtsvorschrift festgelegten Prüfungsanforderungen. Er beschreibt die Qualifikationsinhalte und deren Bestandteile, die dem Lehrgangsteilnehmer vermittelt werden sollen, damit er die Anforderungen der Prüfung erfüllen kann.

Die Anwendungstaxonomien beschreiben handlungsorientiert, wie und in welchem Umfang die Qualifikationselemente in die Tätigkeiten des Bachelor Professional Buchhandel IHK eingehen. Sie sind auf das Ziel hin formuliert, also den Abschluss Bachelor Professional Buchhandel IHK und beschreiben nicht den Weg dahin, also den Lehrgang und die Prüfung. Dabei werden – korrespondierend zu herkömmlichen Taxonomien – drei Ebenen unterschieden:

WISSEN beschreibt den Erwerb von Kenntnissen (Daten, Fakten, Sachverhalte), die notwendig sind, um Zusammenhänge zu verstehen.

VERSTEHEN beschreibt das Erkennen und Verinnerlichen von Zusammenhängen, um komplexe Aufgabenstellungen und Problemfälle einer Lösung zuführen zu können.

ANWENDEN beschreibt die aus dem Verstehen der Zusammenhänge resultierende Fähigkeit zu sach- und fachgerechtem Handeln.

Die Zuordnung der Anwendungstaxonomie sieht wie folgt aus:

WISSEN: kennen, überblicken

VERSTEHEN: ableiten, analysieren, auswerten, begründen, beurteilen, bewerten, einordnen, einsehen, erfassen, erkennen, erläutern, erschließen, festlegen, feststellen, gegenüberstellen, strukturieren, unterscheiden, vergleichen, zuordnen

ANWENDEN: abstimmen, anleiten, aufbereiten, ausüben, auswählen, beachten, berechnen, berücksichtigen, darstellen, durchführen, einleiten, einsetzen, einweisen, entwerfen, entwickeln, ergreifen, ermitteln, erstellen, erteilen, fördern, führen, gestalten, gewährleisten, herbeiführen, kontrollieren, mitwirken, planen, sicherstellen, skizzieren, steuern, überprüfen, umsetzen, unterstützen, veranlassen, vermitteln, vorbereiten, vorschlagen, wahrnehmen

Bachelor Professional Buchhandel - IHK

Konzeption mit Stundenempfehlung

Lern- und Arbeitsmethodik	10 UStd.
---------------------------	----------

Teil 1

Wirtschaftsbezogene Qualifikationen	230 UStd.
Volks- und Betriebswirtschaft	40 UStd.
Rechnungswesen	45 UStd.
Recht und Steuern	80 UStd.
Unternehmensführung	65 UStd.

Die „**Wirtschaftsbezogenen Qualifikationen**“ mit Empfehlung zu den Unterrichtsstunden sind im entsprechenden Rahmenplan aufgeführt.

Teil 2

Handlungsbezogene Qualifikationen	300 UStd.
Marketing im Buchhandel	110 UStd.
Buch- und Medienwirtschaft	110 UStd.
Führung und Zusammenarbeit	80 UStd.

Gesamtstunden	540 UStd.
----------------------	------------------

Rahmenplan mit Lernzielen/ Taxonomien

Lern- und Arbeitsmethodik

Diese einführende Lehrgangseinheit, die nicht Gegenstand der Prüfung ist, gibt praktische Hilfen für die Organisation des Lernens, da eine zielgerechte Planung den ersten Schritt zum Erfolg darstellt.

Ausgehend von den individuellen Lernvoraussetzungen werden Strategien und Methoden behandelt, die Möglichkeiten aufzeigen, den Lernprozess erfolgreich und ökonomisch zu gestalten.

Dazu zählen Methoden für die Vor- und Nachbereitung der vermittelten Lerninhalte sowie für die Mitarbeit im Lehrgang. Im Hinblick auf eine effiziente Prüfungsvorbereitung werden Instrumente vorgestellt, die eine mittel- und langfristige Lernerfolgsplanung unterstützen, wie z. B. das Strukturieren und Aufbereiten fachlicher Inhalte sowie persönliche Lernerfolgskontrollen.

Insgesamt stellt dieses Kapitel bewährte Möglichkeiten dar, wie die Teilnehmer ihren Lernerfolg mit gezielt angewandten Lern- und Arbeitsmethoden optimieren können. Auf diese Weise steigt die persönliche Zufriedenheit, die auch zu mehr Sicherheit in der Prüfungsphase führen kann.

- 1. Die Lern- und Arbeitsmethodik in ihrer Bedeutung für das „Lernen zu lernen“ erkennen**
- 2. Subjektive und objektive Rahmenbedingungen erkennen und deren Einfluss auf das Lernen berücksichtigen**
 - Motivation
 - Lerntypen
 - Lernrhythmus
 - Lernumgebung
- 3. Lerntechniken anwenden**
 - Lernstoff erfassen
 - Quellen kennen
 - Protokolltechniken anwenden
 - Lernstoff strukturieren und ordnen
 - Darstellungstechniken anwenden
 - Gliederungstechniken anwenden
 - Lernstoff reduzieren und zusammenfassen
 - Lernstoff lernen und wiederholen
- 4. Zeit- und Themenplanung anwenden**
 - Zeitmanagementmethoden überblicken
 - Möglichkeiten der Themenplanung kennen
- 5. Lernmethoden und eingesetzte Lernmedien überblicken**
 - Lehrgespräch, Gruppenarbeit, Rollen- und Planspiele
 - Flip-Chart, Pinnwand, Audiovisuelle Medien
- 6. Gruppenarbeit praktizieren**
 - Organisationsformen und Einsatzmöglichkeiten kennen
 - Probleme wahrnehmen und Lösungsmöglichkeiten beurteilen

- Rollen
- Kommunikationsregeln
- Gruppendynamische Prozesse

7. Grundlagen der Rede- und Präsentationstechniken anwenden

- Sprechtechniken und Artikulation
- Statements und/oder Präsentationen vorbereiten
 - Aufbau
 - Layout
- Manuskripte unter Berücksichtigung der Zielgruppe erarbeiten
- Vortrags- und Berichtstechniken
- Diskussionstechniken

Bachelor Professional Buchhandel - IHK

Handlungsbereiche:

1. Marketing im Buchhandel
2. Buch- und Medienwirtschaft
3. Führung und Zusammenarbeit

1. Marketing im Buchhandel

Im Handlungsbereich „Marketing im Buchhandel“ soll der Einsatz von marketing- und vertriebspolitischen Instrumenten begründet werden. Dazu sind Kriterien der Marketingplanung zu beschreiben und der effektive Einsatz des Marketinginstrumentariums aufzuzeigen. Darüber hinaus soll nachgewiesen werden, dass der Prüfungsteilnehmer systematisch und entscheidungsorientiert Marktbeobachtung, -analyse und -bearbeitung mit den entsprechenden Instrumenten darstellen und bewerten sowie Maßnahmen zur Kundengewinnung und -bindung planen, durchführen und kontrollieren kann. Das Zusammenwirken aller Verkaufskanäle im Sinne einer Multichannel-Strategie wird als fundamentaler, strategischer Ansatz vorausgesetzt. In diesem Rahmen können unter anderen folgende Qualifikationsinhalte geprüft werden:

1.1 Marktforschung, Marktbeobachtung, Marktanalyse

	Bestandteile der Qualifikationsinhalte	Anwendungs-taxonomie	Hinweise zur Vermittlung
1.1.1	Marktforschung	erläutern	Studien
	1.1.1.1 Aufgaben und Ziele	kennen	Datenquellen für Forschung, interne, externe, primäre und sekundäre Daten, Methoden der Datengewinnung, Käuferverhalten
	1.1.1.2 Anforderungen an Informationen	kennen	Determinantenmodell
	1.1.1.3 Phasen der Marktforschung	kennen	
1.1.2	Vertriebskanäle	einsetzen	Onlineshop, Sortiment, Social Media
1.1.3	Marktanalyse und -entwicklung	kennen	Sparten
	1.1.3.1 Praxisbezogene Marktbeobachtung	anwenden	Zielgruppen, Sekundär-Studien der Branche
	1.1.3.2 Konkurrenzanalyse	anwenden	Analysetechniken: SWOT, Portfolio

1.2 Marktsegmentierung

	Bestandteile der Qualifikationsinhalte	Anwendungs-taxonomie	Hinweise zur Vermittlung
1.2.1	Marktsegmentierungskriterien und Merkmale	bewerten	psychografisch, geografisch, verhaltensbasiert, demografisch
1.2.1.1	Standortanalyse	verstehen	Regionale Besonderheiten
1.2.1.2	Zielgruppensegmentierung	verstehen	

1.3 Marketingkonzepte

	Bestandteile der Qualifikationsinhalte	Anwendungs-taxonomie	Hinweise zur Vermittlung
1.3.1	Marketingziele	bewerten	Erhöhung des Marktanteils, Imageverbesserung, Kundenzufriedenheit, Kundenbindung, Neukundengewinnung, optimierte Distribution
1.3.2	Marketingstrategien	anwenden	Benchmarks, Buchhandelsmarke, Omnichannel, Werbekampagnen, Mediaplanung, Agenturen, Einsatz der Werbemittel und -träger, Sortiments- und Leistungsangebot
1.3.3	Marketingmaßnahmen	durchführen	Marketing-Mix
1.3.3.1	Konkrete Maßnahmen	anwenden	Produktwerbung, Imagewerbung
1.3.3.1.1	Marketingplan	erstellen	Koordination der Maßnahmen
1.3.3.1.2	Marketingetat	festlegen	Jahresbudget, Aktionsbudget
1.3.3.1.3	Marketingenerfolg	kontrollieren	Aufwand-Ertrag-Analyse, Absatzstatistiken

1.4 Verkaufsstrategie, Verkaufsförderung

	Bestandteile der Qualifikationsinhalte	Anwendungs-taxonomie	Hinweise zur Vermittlung
1.4.1	Maßnahmen zur Umsatzsteigerung online und offline	verstehen	Multichannel
1.4.1.1	Visuelle Kommunikation und Präsentationskonzept	kennen	Corporate Design, Schauwerbegestaltung, Warenpräsentation
1.4.1.2	Kundenkommunikation im Verkaufsalltag	anwenden	Verkaufsgespräche, Beratung
1.4.1.3	Customer Journey	bewerten	Optimierung der Sortimentsanordnung, Laufwege, Erhöhung der Verweildauer, Impulskäufe
1.4.1.4	Barrierefreiheit	verstehen	barrierefreie Ladenkonzepte
1.4.1.5	Nachhaltigkeit	verstehen	SDGs

1.5 Sortimentspolitik

	Bestandteile der Qualifikationsinhalte	Anwendungs-taxonomie	Hinweise zur Vermittlung
1.5.1	Raumsegmentierung und Sortimentsgestaltung	gestalten	Warengruppen, Produktpräsentation
1.5.1.1	Ziele der Sortimentspolitik	kennen	Umsatz- und Gewinnsteigerung, Kundenzufriedenheit und -Bindung, Kostenoptimierung
1.5.1.2	Ausrichtung des Sortiments als Maßnahme zur Erreichung des USP	anwenden	Positionierung, USP, Verbesserung der Wettbewerbssituation, Preispolitik hinsichtlich der Anwendungsstruktur

1.5.2	Einkauf		Einkaufsteuerung mit modernen Tools
1.5.2.1	Bezugsquellen und Beschaffungsmarketing	erkennen	Gemeinschaftseinkauf, Einkaufsverbünde, zentraler Wareneingang, Zentrallager
1.5.2.2	Verhandeln und Optimieren von Konditionen	durchführen	Rabatte, Genossenschaften, Kooperationsformen, Werbekostenzuschuss

1.6 Öffentlichkeitsarbeit

	Bestandteile der Qualifikationsinhalte	Anwendungstaxonomie	Hinweise zur Vermittlung
1.6.1	Ziele und Regeln der PR-Arbeit	erfassen	Imagebildung, öffentliche Meinung, Krisenkommunikation
1.6.1.1	Regeln im Umgang mit der Öffentlichkeit	kennen	Presse, Multiplikatoren
1.6.1.2	Maßnahmen und Instrumente der PR-Arbeit	anwenden	Pressetexte,
1.6.2	Veranstaltungen	durchführen	Omnichannel, Social Media, Kooperationen, Messen, Events
1.6.2.1	Projektsteuerung	erstellen	Tools, Projektplan

1.7 Werbung

	Bestandteile der Qualifikationsinhalte	Anwendungstaxonomie	Hinweise zur Vermittlung
1.7.1	Werbung zur Umsatzsteigerung	anwenden	Produktwerbung, Employer Branding
1.7.1.1	Werbeziele	einordnen	Umsatzerhöhung, Kundenbildung, Neukundengewinnung

1.7.1.2	Werbestrategien und -kampagnen	entwickeln	Einsatz der Werbemittel und Werbeträger, Newsletter, Mailings
1.7.1.3	SEO / SEA	durchführen	Keyword-Analyse, URL-Struktur
1.7.1.4	Social Media	anwenden	Influencer, Blogs, Plattformen, ROI, Trends
1.7.1.5	Werbeetat	festlegen	Jahresbudget, Aktionsbudget
1.7.1.6	Werbeplan	Erstellen	Werbezeitpunkte, zyklische/
1.7.1.7	Werbeerfolg	kontrollieren	antizyklische Werbung

2. Buch- und Medienwirtschaft

Im Handlungsbereich „Buch- und Medienwirtschaft“ soll ein fundiertes Wissen über die verschiedenen Produkte des Buchhandels und deren zielgruppenorientierten Bewertung nachgewiesen werden. Ferner sollen die Prüfungsteilnehmer Methoden der Investition, Finanzierung und des Controllings beherrschen und zielgruppengerecht anwenden können. Bei allen Prozessen wird auf die speziellen Gesetze, Verordnungen und Vereinbarungen des Buchhandels geachtet.

2.1 Literaturkritik

	Bestandteile der Qualifikationsinhalte	Anwendungs-taxonomie	Hinweise zur Vermittlung
2.1.1	Bestenlisten, Bestsellerlisten und Literaturpreise	beurteilen	Trends, Multichannel

2.2 Rezensionswesen

	Bestandteile der Qualifikationsinhalte	Anwendungs-taxonomie	Hinweise zur Vermittlung
2.2.1	Funktionen von Rezensionen	verstehen	Persönliche Rezensionen, B2C vs. C2C

2.3 E-Business

	Bestandteile der Qualifikationsinhalte	Anwendungs-taxonomie	Hinweise zur Vermittlung
2.3.1	Inhalte und Abgrenzung	kennen	
2.3.1.1	Digitale Produkte	kennen	Hörbücher, E-Books
2.3.1.2	Digitale Informationen, Text- und Audiodateien	überblicken	Dateiformate, z.B. epub, PDF
2.3.2	Geschäftsfelder und Erlösmodelle	einordnen	Einzelkauf vs. Leihen, Download vs. Streaming, versch. Abo-Modelle
2.3.3	Onlineshop	anwenden	Strategie, Anbieter, Pflege, Verknüpfung
2.3.4	Digitale Distribution	vergleichen	Supply Chain Management, Print on demand
2.3.4.1	Downloadportale	anwenden	E-Books
2.3.4.2	Paymentsysteme	anwenden	

2.3.5 Ökologische Aspekte im E-Commerce kennen Trendthemen

2.4 Spezielles Recht im Buchhandel

	Bestandteile der Qualifikationsinhalte	Anwendungs-taxonomie	Hinweise zur Vermittlung
2.4.1	Buchpreisbindungsgesetz	anwenden	
2.4.2	Branchenvereinbarungen	anwenden	Verkehrsordnung
2.4.3	Bild- und Veranstaltungsrecht	anwenden	
2.4.4	USt-Recht	anwenden	
2.4.5	Grundzüge des Datenschutzrechts	kennen	
2.4.6	Barrierefreiheitsstärkungsgesetz	kennen	

2.5 Investition und Finanzierung im Buchhandel

	Bestandteile der Qualifikationsinhalte	Anwendungs-taxonomie	Hinweise zur Vermittlung
2.5.1	Grundregeln der Finanzierung	kennen	Voraussetzungen; Ermittlung des Kapitalbedarfs
2.5.2	Finanzierungsart und Kapitalbeschaffung	ermitteln	Innen- und Außenfinanzierung; Lang- und kurzfristige Fremdfinanzierung
2.5.3	Kreditverhandlungen	vorbereiten	Rating
2.5.4	Liquiditätsplanung und -analyse	darstellen	Statische und dynamische Liquidität, Liquiditätskennziffern
2.5.4.1	Insolvenz	kennen	Rechtliche Aspekte, Strategien zur Abwendung, Gefahren

2.6 Controlling im Buchhandel

	Bestandteile der Qualifikationsinhalte	Anwendungs-taxonomie	Hinweise zur Vermittlung
2.6.1	Kennzahlen	anwenden	Bilanz, GuV

2.6.1.1	Analyse der vertikalen Finanzierungsstrukturen	durchführen	Vermögens-, Kapitalstruktur, Verschuldungsgrad
2.6.1.2	Analyse der horizontalen Finanzierungsstrukturen	durchführen	Anlagendeckung
2.6.1.3	Analyse des Erfolgs	durchführen	Rentabilitäten, Cashflow
2.6.2	Unternehmenserfolg- und Schwachstellenanalyse	analysieren	Benchmark Nutzung
2.6.3	Erlöse und Kosten planen und kontrollieren	anwenden	Abweichungsanalyse, BI-Systeme, Soll-Ist Abgleich, Reporting
2.6.4	Wirtschaftlichkeitsrechnung bei Investitionen	durchführen	

3. Führung und Zusammenarbeit

Im Handlungsbereich „Führung und Zusammenarbeit“ soll die Fähigkeit nachgewiesen werden, zielorientiert mit Mitarbeitern, Auszubildenden, Geschäftspartnern und Kunden zu kommunizieren. Dabei soll gezeigt werden, dass Mitarbeiter, Auszubildende und Projektgruppen geführt werden können. Des Weiteren soll bei Verhandlungen und Konfliktfällen lösungsorientiert gehandelt werden können. Methoden der Kommunikation und Motivationsförderung sollen berücksichtigt werden. In diesem Rahmen können unter anderen folgende Qualifikationsinhalte geprüft werden:

3.1 Zusammenarbeit, Kommunikation und Kooperation

	Bestandteile der Qualifikationsinhalte	Anwendungs- taxonomie	Hinweise zur Vermittlung
3.1.1	Grundsätze der Zusammenarbeit	erkennen	Sach- und Beziehungsebene
	3.1.1.1 Einstellung und Verhalten der Mitarbeiter	erkennen	
3.1.2	Teambuilding	erläutern	
3.1.3	Führungsstile	beurteilen	zielorientiertes und situatives Führen
	3.1.3.1 Führungsdefizite und Gegenmaßnahmen	kennen	Selbstwirksamkeit, Weiterbildung
3.1.4	Führungsmethoden und -instrumente	erfassen	

3.2 Mitarbeitergespräche

	Bestandteile der Qualifikationsinhalte	Anwendungs- taxonomie	Hinweise zur Vermittlung
3.2.1	Ziele und Anlässe	kennen	
3.2.2	Feedback-Gespräche	durchführen	Lob, Kritik, Perspektiven, Ich-Botschaften
	3.2.2.1 Beurteilungskriterien und -fehler	kennen	
3.2.3	Jahres- und Zielvereinbarungsgespräche	durchführen	
3.2.4	Mitarbeiterförderung	kennen	

3.3 Konfliktmanagement

	Bestandteile der Qualifikationsinhalte	Anwendungs-taxonomie	Hinweise zur Vermittlung
3.3.1	Konflikte und Ursachen	erkennen	Konflikteskalation
3.3.2	Maßnahmen zur Vermeidung von Konflikten	einsetzen	Motivation
3.3.3	Maßnahmen im Umgang mit Konflikten und Changeprozessen	ergreifen	Firmenkultur

3.4 Mitarbeiterförderung

	Bestandteile der Qualifikationsinhalte	Anwendungs-taxonomie	Hinweise zur Vermittlung
3.4.1	Personalentwicklung	begründen	
3.4.1.1	Potentialanalyse von Mitarbeitern	einsetzen	

3.5 Ausbildung

	Bestandteile der Qualifikationsinhalte	Anwendungs-taxonomie	Hinweise zur Vermittlung
3.5.1	Ausbildungsvoraussetzungen prüfen und Ausbildung planen	kennen	
3.5.1.1	Rechtliche Rahmenbedingungen	kennen	z.B. Betriebsverfassungsgesetz, Berufsbildungsgesetz, Jugendarbeitsschutzgesetz, jeweilige Verordnung über die Berufsausbildung, Sorgfaltspflicht
3.5.1.2	Ausbilder-Eignungs-Verordnung (AEVO)	kennen	
3.5.1.3	Anforderungen an die Ausbildereignung	kennen	
3.5.2	Ausbildung vorbereiten und bei der Einstellung von Auszubildenden mitwirken		
3.5.2.1	Ausbildungssituationen	erkennen	Lernschwierigkeiten, Verhaltensauffälligkeiten,

	3.5.2.2	Beteiligte und Mitwirkende an der Ausbildung	kennen	kulturelle Unterschiede betriebsintern und -extern
3.5.3	3.5.3.1	Ausbildung durchführen Ergänzende individuelle Bildungsmaßnahmen	festlegen	
	3.5.3.2	Anforderungen an die Arbeitsumgebung	kennen	Ausstattung, Ergonomie
	3.5.3.3	Vermittlung von Ausbildungsinhalten	durchführen	Methoden, Prinzipien, Aufbau
	3.5.3.4	Außer- und überbetriebliche Ausbildung	unterstützen	Tätigkeiten, Projektaufgaben, Organisation der Ausbildung
3.5.4		Ausbildung abschließen		
	3.5.4.1	Prüfungsbegleitung	unterstützen	
	3.5.4.2	Entwicklung der Auszubildenden und Konfliktlösung	umsetzen	Entwicklungsziele und -vereinbarungen, Qualifizierungsmaßnahmen

3.6 Moderation von Projektgruppen

	Bestandteile der Qualifikationsinhalte	Anwendungs-taxonomie	Hinweise zur Vermittlung
3.6.1	Gruppentypen und deren Zusammensetzung	auswählen	Teams, Projekte
3.6.2	Moderieren von Arbeits- und Projektgruppen		Moderationszyklus
	3.6.2.1 Projektmanagementmethoden	verstehen	klassisches Projektmanagement, agile Methoden, SCRUM, Kanban
	3.6.2.2 Vorbereitung von Moderationen	durchführen	inhaltlich, methodisch, organisatorisch
	3.6.2.3 Methoden der Ideenfindung	anwenden	Brainstorming, kollegiale Beratung
	3.6.2.4 Nachbereitung der Moderation	durchführen	
3.6.3	Leiten von Arbeits- und Projektgruppen		
	3.6.3.1 Phasen der Prozesssteuerung	beachten	Orientierung und Strukturierung
	3.6.3.2 Verhalten von Gruppenmitgliedern	erkennen	Persönlichkeitsmodelle
3.6.4	Projektabschluss	durchführen	Abschlussbericht, Empfehlungen

3.7 Präsentationstechniken

	Bestandteile der Qualifikationsinhalte	Anwendungs- taxonomie	Hinweise zur Vermittlung
3.7.1	Gliederung und Medieneinsatz	kennen	
3.7.2	Ziel und Gegenstand einer Präsentation	ermitteln	Gruppenkonstellationen
3.7.3	Inhaltliche und organisatorische Vorbereitung	durchführen	
3.7.4	Präsentationsgestaltung	durchführen	Text, Graphik, Diagramme, Präsentationssoftware
3.7.5	Rhetorik	anwenden	Vortragsweise, Techniken, Methoden, Störungsfälle

Anhang

Abkürzungsverzeichnis

AEVO	Ausbildereignungsverordnung
BBiG	Berufsbildungsgesetz
BVG	Betriebsverfassungsgesetz
JArbSG	Jugendarbeitsschutzgesetz