

Bildungsplan Kaufmann/Kauffrau für Büromanagement – Zielanalyse Lernfeld 5

Zum 1. August 2014 trat die Verordnung über die Berufsausbildung zum Kaufmann für Büromanagement und zur Kauffrau für Büromanagement in Kraft. Gleichzeitig wurde eine Verordnung, mit der die Einführung der Gestreckten Abschlussprüfung (GAP) erprobt werden sollte, erlassen. Die Erprobungsverordnung war zunächst bis zum 31. Juli 2020 befristet und wurde durch eine Änderungsverordnung bis zum 31. Juli 2025 verlängert. Das Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB) kam zu dem Ergebnis, dass Struktur und Inhalt der Ausbildung als auch die GAP sich bewährt haben, so dass die Erprobungsverordnung zum 1. August 2025 in Dauerrecht überführt wird.

Für den Rahmenlehrplan und infolgedessen für den Bildungsplan für Baden-Württemberg ergeben sich hierdurch ab dem Schuljahr 2025/2026 inhaltliche Änderungen sowie sprachliche Präzisierungen.

In der nachfolgenden Zielanalyse sind inhaltliche Änderungen des Bildungsplans **grün formatiert**, sprachliche Präzisierungen (z. B. Ergänzungen um gendergerechte Formulierungen) sind nicht hervorgehoben.

Sofern die **inhaltlichen Änderungen** des Bildungsplans eine **Änderung des Unterrichts** nach sich ziehen, sind die Eintragungen in den Spalten Lernsituation, Handlungsergebnis, überfachliche Kompetenzen und Hinweise **kursiv grün formatiert**. Notwendige Modifikationen hinsichtlich der Handlungsergebnisse sind nicht dargestellt, sie müssen von der Lehrkraft vorgenommen werden.

Zielanalyse			Stand: 2026
Beruf-Kurz	Ausbildungsberuf		Zeitrichtwert
WBM	Kaufmann/Kauffrau für Büromanagement		80
Lernfeld Nr.	Lernfeldbezeichnung		Jahr
05	Kunden akquirieren und binden		2
	Kernkompetenz Die Schülerinnen und Schüler verfügen über die Kompetenz, den Einsatz von Preis- und Kommunikationspolitik für die Kundengewinnung und -bindung zu nutzen.		
Schule, Ort		Lehrkräfteteam	
Bildungsplan¹		didaktisch-methodische Analyse	

kompetenzbasierte Ziele	Konkretisierung	Lernsituation	Handlungsergebnis	überfachliche Kompetenzen	Hinweise	Zeit
Die Schülerinnen und Schüler analysieren anhand der Daten der Marktforschung (<i>Primär- und Sekundärforschung</i>) und der Kundendaten die aktuelle Marktsituation (<i>Kundenstruktur, Konkurrenz, konjunkturelle Lage</i>) zum Leistungsangebot des Betriebes. Sie gestalten auf der Basis vorgegebener Elemente einen Fragebogen mit den Anwendungsmöglichkeiten (<i>Formulargestaltung</i>) eines Textverarbeitungsprogramms mit Hilfe digitaler Medien.		LS01 Marktsituation analysieren	Analysebericht	systematisch vorgehen komplexe Aufgabenstellungen gliedern Informationsquellen auffinden Zustände untersuchen Informationen strukturieren Zusammenhänge herstellen Schlussfolgerungen ziehen	Vgl. WiSo KB III	08
		LS02 Fragebogen gestalten	<i>Fragebogen</i>	<i>zielgerichtet arbeiten methodengeleitet vorgehen</i>	<i>Vgl. LF03 Textverarbeitungsprogramm</i>	06

¹ Ministerium für Kultus, Jugend und Sport Baden-Württemberg (Herausgeber): Bildungsplan für die Berufsschule, Kaufmann/Kauffrau für Büromanagement (2025)

kompetenzbasierte Ziele	Konkretisierung	Lernsituation	Handlungsergebnis	überfachliche Kompetenzen	Hinweise	Zeit
Die Schülerinnen und Schüler informieren sich darüber, auf welchem Markt (<i>Käufer- und Verkäufermarkt</i>) sich ihr Betrieb befindet. Sie leiten daraus die absatzpolitischen Ziele und Möglichkeiten der Preisfestsetzung auch mit Hilfe von Modellen (<i>vollständige Konkurrenz</i>) ab.		LS03 Markt erkunden und absatzpolitische Ziele ableiten	Strategiepapier Grafiken Unternehmenshandbuch	systematisch vorgehen komplexe Aufgabenstellungen gliedern Informationsquellen auffinden Zustände untersuchen Zusammenhänge herstellen Schlussfolgerungen ziehen Entscheidungen treffen	Vgl. WiSo KB II	08
Sie nehmen Kundinnen und Kunden als wichtige Partner wahr, und ermitteln den spezifischen Nutzen von Produkten und oder Dienstleistungen für diese und gestalten Kundenbeziehungen. Sie identifizieren geeignete Wettbewerbsstrategien, um die absatzpolitischen Ziele des Betriebes zu erreichen.		<i>LS04 Produktnutzen ermitteln und Wettbewerbsstrategien ausarbeiten</i>	<i>Intranetmitteilung</i>	<i>zielgerichtet arbeiten</i> <i>zuverlässig handeln</i> <i>Zusammenhänge herstellen</i>	<i>Projekt möglich</i>	04
Im Rahmen einer Werbeplanung treffen die Schülerinnen und Schüler Entscheidungen zur Zielgruppe sowie zum Streugebiet und zur Streuzeit. Sie planen dabei den möglichen Einsatz von sozialen Netzwerken zur Optimierung der Unternehmensprofilbildung und der Erhöhung der Kundenzufriedenheit. [...]		LS05 Werbung planen	Werbeplan Präsentation	zielgerichtet arbeiten begründet vorgehen Schlussfolgerungen ziehen Entscheidungen treffen mit Medien sachgerecht umgehen	Projekt möglich	09
[...] Sie formulieren einen Werbebrief als Serienbrief an ihre Kundinnen und Kunden und gestalten diesen und weitere Werbemittel mit Hilfe eines Textverarbeitungsprogramms. Zur Gewinnung ausländischer Kundinnen und Kunden verfassen sie einen Brief auch in einer Fremdsprache und unter Berücksichtigung der inter-		<i>LS06 Werbemittel formulieren und gestalten</i>	<i>Werbebriefe</i> <i>Social-Media-Profil</i> <i>Newsletter</i>	<i>zielgerichtet arbeiten</i> <i>Analogieschlüsse ziehen</i> <i>begründet vorgehen</i> <i>zuverlässig handeln</i>	<i>Vgl. LF03</i> <i>Fremdsprache</i> <i>Textverarbeitungsprogramm</i>	09

kompetenzbasierte Ziele	Konkretisierung	Lernsituation	Handlungsergebnis	überfachliche Kompetenzen	Hinweise	Zeit
<p>kulturellen Vielfalt. Sie nutzen auch Möglichkeiten aktueller Kommunikationswege im Rahmen der Kommunikationspolitik. Zur Kontaktaufnahme nutzen sie effiziente und kundenorientierte Kommunikationswege im Rahmen der Kommunikationspolitik unter Beachtung der rechtlichen Rahmenbedingungen.</p>					Projekt möglich	
<p>Die Schülerinnen und Schüler berücksichtigen wirtschaftliche, rechtliche und ethische Grenzen der Werbung und artikulieren dabei eigene Wertvorstellungen. Sie respektieren die Wertvorstellung anderer. [...]</p> <p>[...] Sie reflektieren ihre Vorgehensweise beim Einsatz von Marketinginstrumenten zur Kundenbindung und -gewinnung. Sie beurteilen die ökonomischen Wirkungen von Marketingmaßnahmen und deren Einfluss auf gesellschaftliche Prozesse. [...]</p>		LS07 Grenzen der Werbung aufzeigen und beurteilen	Berechnung Prüfschema Richtlinien Handlungsempfehlung	Mitverantwortung tragen soziale Verantwortung tragen unterschiedliche Standpunkte tolerieren Bewertungsmaßstäbe bilden Probleme erkennen und zur Lösung beitragen Zusammenhänge herstellen Abhängigkeiten finden Schlussfolgerungen ziehen Entscheidungen treffen		07
<p>[...] Die Schülerinnen und Schüler beurteilen die Markt- und Wettbewerbssituation ihres Betriebes und entwickeln innerhalb eines Marketingkonzeptes einen Mix aus Preis- und Kommunikationspolitik. Bei der Festlegung der Preise berücksichtigen sie die Kunden-, Konkurrenz- und Kostensituation ihres Betriebes. [...]</p>		LS08 Preis- und Kommunikationspolitik entwickeln	Marketingkonzept	zuverlässig handeln zielgerichtet arbeiten Ziele einer Aufgabe benennen Realisierbarkeit erkennbarer Lösungen abschätzen Zusammenhänge herstellen Abhängigkeiten finden Schlussfolgerungen ziehen Entscheidungen treffen	Vgl. LF03 Vgl. LF10 Projekt möglich	09

kompetenzbasierte Ziele	Konkretisierung	Lernsituation	Handlungsergebnis	überfachliche Kompetenzen	Hinweise	Zeit
[...] Sie dokumentieren, präsentieren und beurteilen ihre Ergebnisse. Die Schülerinnen und Schüler bewerten den Erfolg der angewendeten Marketingmaßnahmen für den Betrieb. [...]		LS09 Wirkung von Marketingmaßnahmen beurteilen	Präsentation Kriterienkatalog	Informationen strukturieren Zusammenhänge herstellen Schlussfolgerungen ziehen mit Medien sachgerecht umgehen		04
[...] Die Schülerinnen und Schüler schätzen ein, inwiefern die ausgewählten Maßnahmen der Verantwortung des Betriebes für unterschiedliche Interessengruppen gerecht werden.	[Umfassende Kompetenz für das gesamte Lernfeld] Integrativ umsetzen					

Impressum

Herausgeber Land Baden-Württemberg
vertreten durch das Zentrum für Schulqualität und Lehrerbildung (ZSL)
Heilbronner Straße 314, 70469 Stuttgart
Telefon: 0711 21859-0
Telefax: 0711 21859-701
E-Mail: poststelle@zsl.kv.bwl.de
Internet: <https://zsl-bw.de>

Urheberrecht Alle Materialien der Umsetzungshilfen stehen unter der
Creative Commons Lizenz [CC BY-NC 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)
(Namensnennung – keine kommerzielle Nutzung – 4.0 International).