

Zielanalyse								Stand: Juni 2024	
Beruf-Kurz	Ausbildungsberufe							Zeitrhythmus	
HFS	Fachmann/Fachfrau für Systemgastronomie							40	
Lernfeld Nr.	Lernfeldbezeichnung							Jahr	
12	Im Marketing arbeiten							3	
	Die Schülerinnen und Schüler besitzen die Kompetenz, Marketingmaßnahmen zu planen, durchzuführen und auszuwerten.								
Schule, Ort		Lehrkräfteteam							
Bildungsplan ¹		Lernsituationen							
kompetenzbasierte Ziele ²	Titel der Lernsituation	Situation	Handlungsergebnisse	Datenkranz ³	Aufträge ⁴	überfachliche Kompetenzen	Hinweise	Zeit	
Betriebsprofil: Hamborgari GmbH Rolle der SuS: Fachfrau bzw. Fachmann für Systemgastronomie in der Filiale „70174“ der Hamborgari GmbH (MA)					LF = Lernfeld LS = Lernsituation MA = Mitarbeiterin bzw. Mitarbeiter SuS = Schülerinnen und Schüler				
Die Schülerinnen und Schüler erfassen die Bedeutung von Marketingaktivitäten und analysieren den Auftrag, Marketingmaßnahmen zu planen, durchzuführen und auszuwerten. Sie analysieren Zielgruppen, Gästebedürfnisse, Marktbegleiter und Standorte.	LS01 Überblick über den Einsatz des Marketings erschaffen	MA ist Stellvertretung der Restaurantleitung; Umsätze und Auslastung sind rückläufig, Stammkunden vermehrt bei der Konkurrenz; Marketingbesprechung wird ange-setzt	Portfolio (Concept Map als Deckblatt) Portfolio (Glossar)	Betriebsprofil Informationstext zur Bedeutung des Marketings sowie zu den Grundbegriffen und zum Vorgehen im Marketing Internet (Recherche zur Bedeutung des Marketing so-	1. Entwickeln Sie eine Concept Map als Deckblatt Ihres zukünftigen Portfolios und berücksichtigen Sie dabei Folgendes: - Bedeutung des Marketings - Grundbegriffe des Marketings	Probleme erkennen und zur Lösung beitragen Informationen beschaffen Informationen nach Kriterien aufbereiten und darstellen methodengeleitet vorgehen	Einführung Betriebsprofil (Erweiterung erst in LS04 ausgeben) Besprechung mit dem gesamten Portfolio erfolgt in LS06	04	

¹ Ministerium für Kultus, Jugend und Sport Baden-Württemberg (Herausgeber): Bildungsplan für die Berufsschule, Fachkraft Gastronomie, Fachmann für Systemgastronomie und Fachfrau für Systemgastronomie, Fachmann für Restaurants und Veranstaltungsgastronomie und Fachfrau für Restaurants und Veranstaltungsgastronomie (2021)

² Die in den kompetenzbasierten Zielen des Bildungsplans grau hervorgehobenen Passagen werden mehrfach aufgeführt.

³ Zur Bearbeitung der Aufträge notwendige Informationen

⁴ Aufträge beginnen mit einem Operator (siehe Operatorenliste der Koordinierungsstelle für Abschlussprüfungen von Berufsschule und Wirtschaft), enthalten jeweils nur einen Operator und führen zu dem in der vorigen Spalte aufgeführten betrieblichen Handlungsergebnis.

kompetenzbasierte Ziele ²	Titel der Lernsituation	Situation	Handlungsergebnisse	Datenkranz ³	Aufträge ⁴	überfachliche Kompetenzen	Hinweise	Zeit
		→ MA soll zur Vorbereitung Basisinformationen in einem Portfolio visualisieren		wie zu den Grundbegriffen und zum Vorgehen im Marketing)	<ul style="list-style-type: none"> - Marketingprozess 2. Erstellen Sie in Ihrem Portfolio ein Glossar mit Definitionen zu Grundbegriffen des Marketings. 	Fachsprache anwenden konzentriert lernen		
	LS02 Zielgruppen, Gästebedürfnisse, Marktbegleiter und Standorte unterscheiden	bei der Besprechung (LS01) soll auch dargelegt werden, welche Zielgruppen, Gästebedürfnisse, Marktbegleiter und Standorte eine Rolle spielen → MA soll die Informationen im Portfolio aufbereiten	Portfolio (Diagramm Nachfrage) Portfolio (Säulendiagramm Standorte) Portfolio (Landkarte/Stadtplan)	Betriebsprofil Informationstext zu Zielgruppen und Gästebedürfnissen (z. B. Fleischkonsum, Ersatzprodukte, Auswahl) Statistik über Zielgruppen an den Standorten und deren Nachfrage Informationen zu Marktbegleitern Landkarte als Vorlage	Erstellen Sie folgende Unterlagen für Ihr Portfolio: <ul style="list-style-type: none"> - Diagramm zur Nachfrage unterschiedlicher Zielgruppen - Diagramm zu den Standorten und deren jeweiligen Zielgruppen - Landkarte mit eingetragenen Marktbegleitern 	Informationen beschaffen Informationen nach Kriterien aufbereiten und darstellen methodengeleitet vorgehen selbstständig planen und durchführen Fachsprache anwenden	ggf. Tabellenkalkulationsprogramm	03
Die Schülerinnen und Schüler informieren sich über Marketingziele, Marketinginstrumente und Kontrollmaßnahmen.	LS03 Marketingziele, Marketinginstrumente und Kontrollmaßnahmen darstellen	in Besprechung sollen denkbare Ziele und Instrumente für das Marketing sowie Kontrollmaßnahmen vorgestellt werden → MA muss dies im Portfolio darstellen	Portfolio (Liste Marketingziele) Portfolio (Mindmap Marketing-Mix) Portfolio (Übersicht Maßnahmen Auswertung und Kontrolle von Marketingmaßnahmen) Portfolio (Glossar)	Portfolio (Concept Map als Deckblatt) (LS01) Informationstexte zu Marketingzielen (z. B. qualitative und quantitative Ziele, SMART-Methode), zum Marketing-Mix und zu Maßnahmen der Auswertung und Kontrolle	<ol style="list-style-type: none"> 1. Erstellen Sie für Ihr Portfolio eine Liste mit denkbaren Marketingzielen und einem konkreten Beispiel für Ihren Betrieb. 2. Stellen Sie in Ihrem Portfolio die Elemente des Marketing-Mix in einer Mindmap dar. 	Informationen nach Kriterien aufbereiten und darstellen Zusammenhänge herstellen methodengeleitet vorgehen Fachsprache anwenden		03

kompetenzbasierte Ziele ²	Titel der Lernsituation	Situation	Handlungsergebnisse	Datenkranz ³	Aufträge ⁴	überfachliche Kompetenzen	Hinweise	Zeit
				Portfolio (Glossar) (LS01)	3. Erstellen Sie für Ihr Portfolio eine Übersicht über mögliche Maßnahmen zur Auswertung und Kontrolle von Marketingmaßnahmen. 4. Vervollständigen Sie das Glossar in Ihrem Portfolio mit Definitionen zu neuen Grundbegriffen im Marketing.			
<p>Die Schülerinnen und Schüler planen Marketingmaßnahmen für den Betrieb (<i>Gästebindungsprogramme, Werbemaßnahmen, Maßnahmen der Verkaufssteuerung und Verkaufsförderung</i>). Sie berücksichtigen Zielgruppen, Anlässe, und Budgets entsprechend der Marke und des Standards. Sie wählen geeignete Marketinginstrumente aus und beachten rechtliche (<i>Wettbewerbsrecht, Markenrecht</i>) Vorgaben.</p>	<p>LS04 Maßnahmen zur Gästebindung und Werbemaßnahmen planen</p>	<p>Geschäftsführung erwartet in der Besprechung die Vorstellung konkreter Vorschläge für Marketingmaßnahmen → MA soll die Kreativität der Kolleginnen und Kollegen einbinden und in einem Team Marketingmaßnahmen erarbeiten und der Geschäftsführung vor der Besprechung vorlegen</p>	<p>individuelles Medium mit Zielformulierung Präsentationsfolien (Marketingmaßnahmen)</p>	<p>Betriebsprofil (Erweiterung) Portfolio (Liste Marketingziele) (LS03) Erweiterung des Betriebsprofils mit Daten zur aktuellen betrieblichen Situation (enthalten auch: Anlässe, Marke, Standards) Internet (Recherche zu Werbemaßnahmen) Informationstext zu Gästebindungsprogrammen Übersicht über vorhandene Werbemittel und Werbeträger Informationstext zu Werbung, Public Relations,</p>	<p>1. Formulieren Sie das Ziel der Marketingaktivitäten für Ihren Betrieb in einer medialen Form Ihrer Wahl (z. B. Wasserzeichen in der Präsentation, Kopf- oder Fußzeile, Bildschirmhintergrund). 2. Entwerfen Sie Präsentationsfolien mit Ihren Vorschlägen zu Marketingmaßnahmen im Bereich Gästebindung und Werbemaßnahmen.</p>	<p>Medien sachgerecht nutzen Informationen beschaffen Probleme erkennen und zur Lösung beitragen sich flexibel auf Situationen einstellen selbstständig planen und durchführen Entscheidungen treffen sprachlich angemessen kommunizieren Medien sachgerecht nutzen</p>	<p>Gesetzes-texte keine Berechnungen Präsentation in LS06</p>	<p>06</p>

kompetenzbasierte Ziele ²	Titel der Lernsituation	Situation	Handlungsergebnisse	Datenkranz ³	Aufträge ⁴	überfachliche Kompetenzen	Hinweise	Zeit
				Werbemitteln und Werbeträgern Speisekarte Auszüge aus: MarkenG, Designgesetz				
	LS05 Maßnahmen der Verkaufssteuerung und der Verkaufsförderung planen	nach Durchsicht der Vorschläge im Vorfeld der Besprechung fordert die Geschäftsführung weitere Vorschläge im Bereich Verkaufssteuerung und Verkaufsförderung → MA soll diese ausarbeiten	vervollständigte Präsentationsfolien	individuelles Medium mit Zielformulierung (LS04) Präsentationsfolien (Marketingmaßnahmen) (LS04) Erweiterung des Betriebsprofils mit Daten zur aktuellen betrieblichen Situation (LS04) Auszug aus dem System mit Budget Informationstext zur Verkaufssteuerung Informationstext zur Verkaufsförderung Internet (Recherche zu Verkaufssteuerung und -förderung) Speisekarte mit Inklusivpreis Auszug aus der Kasse mit Umsatzzahlen der einzelnen Produkte im Tagesverlauf	Vervollständigen Sie Ihre Präsentationsfolien aus Lernsituation 04 mit Vorschlägen zu Maßnahmen der Verkaufssteuerung und Verkaufsförderung.	sich flexibel auf Situationen einstellen Informationen beschaffen methodengeleitet vorgehen Entscheidungen treffen Realisierbarkeit erkennbarer Lösungen abschätzen begründet vorgehen sprachlich angemessen kommunizieren Medien sachgerecht nutzen	vgl. HFS-LF14-LS07 (Deckungsbeitragsrechnung) keine vollständige Kalkulation Präsentation in LS06 ggf. Tabellenkalkulationsprogramm oder Gastronomie-Software	04

kompetenzbasierte Ziele ²	Titel der Lernsituation	Situation	Handlungsergebnisse	Datenkranz ³	Aufträge ⁴	überfachliche Kompetenzen	Hinweise	Zeit
				Informationstext zu den kurzfristigen und langfristigen Preisuntergrenzen (allgemein) Auszug aus dem Warenwirtschaftssystem (Wareneinsatz, fixe und variable Kosten)				
	LS06 Marketingmaßnahmen auswählen	MA soll in der Besprechung auf Basis einer Bewertung 2 bis 3 konkrete Marketingmaßnahmen vorschlagen → MA muss sich darauf vorbereiten	Pro- und Kontra-Liste vervollständigte Präsentationsfolien (Maßnahmenvorschläge) Präsentation (in Besprechung)	individuelles Medium mit Zielformulierung (LS04) vervollständigte Präsentationsfolien (LS05) Auszüge aus: Gebührenordnung der jeweiligen Stadt, DSGVO, Patentgesetz, UWG	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bewerten Sie in einer Pro- und Kontra-Liste die vorgeschlagenen Ziele und Maßnahmen aus den Lernsituationen 04 und 05. 2. Vervollständigen Sie Ihre Präsentationsfolien aus Lernsituation 05 mit einer Folie mit Vorschlägen für zwei konkrete Marketingmaßnahmen. 3. Führen Sie die Präsentation und Diskussion in der Besprechung durch. 	Alternativen finden und bewerten Informationen strukturieren Schlussfolgerungen ziehen sprachlich angemessen kommunizieren fachlich argumentieren eigene Meinungen artikulieren	Gesetzestexte Rollenspiel	03
Die Schülerinnen und Schüler setzen selbstgeplante und erarbeitete Maßnahmen sowie markenweite analoge und digitale Marketingmaßnahmen am Standort um .	LS07 Marketingmaßnahmen umsetzen	Vorschläge wurden von der Geschäftsführung in der Besprechung akzeptiert → MA darf sie umsetzen	markenweite Marketingmaßnahmen Marketingmaßnahmen für den Standort (jeweils auch in digitaler Form,	E-Mail der Zentrale mit Informationen zu neuen markenweiten Marketingmaßnahmen vervollständigte Präsentation	<ol style="list-style-type: none"> 1. Führen Sie markenweite Marketingmaßnahmen durch. 2. Führen Sie die ausgewählten Maßnahmen aus Lernsituationen durch. 	selbstständig planen und durchführen systematisch vorgehen Gelerntes auf neue Probleme übertragen	mögliche Umsetzungen: Konzeptvorstellungen, inkl. USP; Produktvorstellungen;	06

kompetenzbasierte Ziele ²	Titel der Lernsituation	Situation	Handlungsergebnisse	Datenkranz ³	Aufträge ⁴	überfachliche Kompetenzen	Hinweise	Zeit
			z. B. Audiodatei, Video, Bildbearbeitung, Textverarbeitung)	(Maßnahmenvorschläge) (LS06)	tion 06 für Ihren eigenen Standort durch.	zuverlässig handeln Medien sachgerecht nutzen	Preisgestaltungen; Werbemaßnahmen	
Die Schülerinnen und Schüler beurteilen die eingesetzten Maßnahmen und kontrollieren den Erfolg.	LS08 Marketingmaßnahmen beurteilen	Marketingmaßnahmen wurden umgesetzt; nach der im Marketingziel festgelegten Zeit wird ihr Erfolg kontrolliert → MA muss dies durchführen	Bericht	Portfolio (Übersicht Maßnahmen Auswertung und Kontrolle von Marketingmaßnahmen) (LS03) individuelles Medium mit Zielformulierung (LS04) markenweite Marketingmaßnahmen (LS07) Marketingmaßnahmen für den Standort (LS07) aktuelle relevante Betriebszahlen Reaktionen der Gäste auf der Webseite	Verfassen Sie einen Bericht an die Geschäftsführung. Berücksichtigen Sie dabei insbesondere - eine Analyse der aktuellen Betriebszahlen, - die Erreichung des Marketingziels und - sonstige Auswirkungen der Marketingmaßnahmen	eigenes Handeln reflektieren Zusammenhänge herstellen Schlussfolgerungen ziehen sprachlich angemessen kommunizieren fachlich argumentieren		03
gesamt⁵								32

⁵ Die restlichen 20 % des Zeitrichtwerts sind für Vertiefung und Lernerfolgskontrolle vorgesehen.