

Lehrprogramm und Fortschrittstabelle

Mediengestalter/-in (P06/2021)

1. Berufsprofil

1.1 Berufsbild Mediengestalter¹

Mediengestalter gestalten Medienprodukte und planen Produktionsabläufe. Sie kombinieren Medienelemente, bereiten Daten für den digitalen Einsatz auf und stellen sie für den jeweiligen Verwendungszweck zusammen.

Der Schwerpunkt der Ausbildung liegt auf dem Bereich Grafik und Konzeption.

Mediengestalter erstellen das Layout für Printmedien und kombinieren Text-, Bild- und Videodateien zu multimedialen Beiträgen, etwa für Netzwerke und Social-Media-Kanäle.

Zudem gestalten sie Stempel und Schilder. Sie bearbeiten Fotografien, pflegen Onlineanwendungen und erstellen 3-D-Inszenierungen. Elemente, die in verschiedenen Medien genutzt werden (Cross Media Publishing) bereiten sie unterschiedlich auf. Sie prüfen Farbwerte und testen, ob digitale Erzeugnisse fehlerfrei funktionieren. Die fertigen Produkte übergeben sie den Kunden.

Mediengestalter finden Beschäftigung in Unternehmen der Druck- und Medienwirtschaft, in Werbeagenturen bzw. Werbeabteilungen größerer Unternehmen.

1.2 Aufbau der Lehre

Die Lehrzeit umfasst in der Regel drei Ausbildungsjahre. Es besteht jedoch die Möglichkeit, aufgrund von besonderen fachlichen Kompetenzen, die Lehrdauer zu verkürzen.

1.3 Evaluation

Am Ende eines jeden Ausbildungsjahres werden (theoretische) Prüfungen sowohl in den Allgemeinkenntnisfächern (Kurse A) als auch für die fachtheoretischen Kenntnissen (Kurse B) abgelegt. Zum Abschluss der Ausbildung wird zusätzlich zu den üblichen/allgemeinen Prüfungen eine praktische Abschlussprüfung (C-Prüfung) durchgeführt.

Die Prüfungskommission der praktischen Gesellenprüfung setzt sich aus drei Personen zusammen: einem oder zwei Fachlehrern des Zentrums und einem oder zwei externen Fachmännern zusammen.

1.4 Überbetriebliche Ausbildung und Verbundausbildung

Zur Vermittlung praktischer Fertigkeiten, die Bestandteil der betrieblichen Ausbildung sind, kann das Institut für Aus- und Weiterbildung im Mittelstand und in kleinen und mittleren Unternehmen (IAWM) bei einem geeigneten Organisator eine überbetriebliche Ausbildung anbieten.

In der überbetrieblichen Ausbildung können bestimmte zusätzliche Fertigkeiten vermittelt und geübt werden, die einen Mehrwert für die Lehre und die spätere Ausübung des Berufs bieten.

Sollte der Ausbildungsbetrieb nicht alle wesentlichen Bereiche des Ausbildungsprogramms abdecken können, können die Auszubildenden und die Ausbildungsbetriebe dazu verpflichtet werden, eine Verbundausbildung zu absolvieren. Der Ausbildungsbegleiter legt in Absprache mit dem zuständigen Fachlehrer Dauer und Inhalte der Verbundausbildung fest.

Verpflichtende überbetriebliche Ausbildungen und/oder Verbundausbildungen werden als Anlage zum Lehrvertrag festgelegt.

¹ Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d) verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.

1.5 Entsendung zu einem anderen Organisator von Kursen

Wird kein geeigneter Kurs in der Deutschsprachigen Gemeinschaft angeboten, behält sich das IAWM das Recht vor, Lehrlinge zu einem anderen Organisator von Kursen zu entsenden. Ist dies der Fall, gelten die rechtlichen Bestimmungen sowie die Inhalte der Kursprogramme (inkl. Überbetriebliche Ausbildungen) des Organisators der Kurse.

2. Lehrprogramm

A. Allgemeinkenntnisse

Siehe hierzu das von der Regierung auf Vorschlag des IAWM genehmigte Programm.

B. Fachkompetenzen

B.1 Rechte und Pflichten in der Ausbildung

Bezug zu den Kompetenzerwartungen Die Auszubildenden...	Inhaltskontexte
Basiswissen	
<ul style="list-style-type: none"> wenden Arbeitssicherheits- und Hygienebestimmungen am Arbeitsplatz an und halten diese ein. erfassen die Rechte und Pflichten in der Ausbildung, sind in der Lage ihre Rechte ggf. einzufordern. gestalten ihre Ausbildung selbstständig. 	<ul style="list-style-type: none"> Arbeitsschutz, Gefahrenschutz und Sicherheitsbestimmungen Arbeitskleidung und Schutzausrüstungen Gerätesicherheit Gefahrstoffe Wartung Hygiene am Arbeitsplatz Ergonomische Grundregeln Umweltschutz Lehrvertrags- und Arbeitspflichten Lehrvertrags- und Arbeitsrechte Informationen zu Weiterbildungsangeboten Weg der beruflichen Weiterbildung Berufsspezifische Vorschriften und Regelungen
Der Ausbildungsbetrieb	
<ul style="list-style-type: none"> beschreiben Zielsetzung, Aufgaben und Stellung des Ausbildungsbetriebs im gesamtwirtschaftlichen Zusammenhang; informieren sich über Leitbilder und Ziele ihres Unternehmens; erfassen Produkte und das Leistungsspektrum des Ausbildungsbetriebs; erläutern Aufbau, Rechtsform und Struktur des Ausbildungsbetriebes. 	<ul style="list-style-type: none"> Der eigene Ausbildungsbetrieb und seine Position am Markt Rechtsformen Wirtschaftsorganisationen Behörden Verbände Rechts- und Geschäftsfähigkeit
Rechte und Pflichten in der Ausbildung	
<ul style="list-style-type: none"> halten Lehrvertrags- und Arbeitspflichten ein; fordern Lehrvertrags- und Arbeitsrechte ggf. ein; 	<ul style="list-style-type: none"> Lehrvertragsrecht Konzept des lebenslangen Lernens gesetzliche und betriebliche Vorschriften und Regelungen

<ul style="list-style-type: none"> wenden Prinzipien der Lohnzahlung an und sind mit den Tarifabkommen vertraut; 	
<ul style="list-style-type: none"> finden Informationen zu Weiterbildungsangeboten; entwerfen einen individuellen Weg der beruflichen Weiterbildung; 	<ul style="list-style-type: none"> Konzept des lebenslangen Lernens
<ul style="list-style-type: none"> wenden berufsspezifische Vorschriften und Regelungen an. 	<ul style="list-style-type: none"> Gesetzliche und betriebliche Vorschriften und Regelungen
<ul style="list-style-type: none"> stellen Rechte und Pflichten aus dem Ausbildungsvertrag fest und beschreiben die Aufgaben der Beteiligten im dualen Berufsbildungssystem; erstellen einen betrieblichen Ausbildungsplan auf Grundlage des Lehrprogramms und tragen zu seiner Umsetzung bei; erkennen den Nutzen von betrieblichen und außerbetrieblichen Fort- und Weiterbildungsmöglichkeiten für die berufliche und persönliche Entwicklung; erklären die wesentlichen Inhalte eines Arbeitsvertrages; beachten arbeits-, sozialrechtliche Vorschriften sowie die für den Ausbildungsbetrieb geltenden tariflichen Regelungen; erklären die Positionen des eigenen Lohn- oder Gehaltszettels. 	<ul style="list-style-type: none"> Rechte und Pflichten in der Ausbildung Jugendarbeitsschutz Mutterschutz Schwerbehindertenschutz Kündigungsschutz Fort- und Weiterbildungsmöglichkeiten Das Prinzip des lebenslangen Lernens Arbeitsverträge Grundlagen des Arbeitsrechts Grundlagen des Sozialrechts Lohn- bzw. Gehaltszettel
<ul style="list-style-type: none"> wenden ergonomische Grundregeln an und ergreifen Maßnahmen zur Erhaltung der Gesundheit und Leistungsfähigkeit. 	<ul style="list-style-type: none"> Grundlagen ergonomischen Arbeitens
Umweltschutz	
<ul style="list-style-type: none"> tragen zur Vermeidung betriebsbedingter Umweltbelastungen im beruflichen Einwirkungsbereich bei; erklären mögliche Umweltbelastungen durch den Ausbildungsbetrieb und seinen Beitrag zum Umweltschutz an Beispielen; wenden für den Ausbildungsbetrieb geltende Regelungen des Umweltschutzes an; nutzen Möglichkeiten der wirtschaftlichen und umweltschonenden Materialverwendung; vermeiden Abfälle; führen Stoffe und Materialien einer umweltschonenden Entsorgung zu. 	<ul style="list-style-type: none"> Betriebliche Maßnahmen zum Umweltschutz Betriebliche Beispiele für Maßnahmen zum Umweltschutz Betriebliche Regelungen zum Umweltschutz Ressourcenschonender Materialeinsatz Maßnahmen zur Müllvermeidung

B.2 Grafikdesign

B.2.1 Typographie

Bezug zu den Kompetenzerwartungen Die Auszubildenden...	Inhaltskontexte
Basiswissen	
<ul style="list-style-type: none"> • befassen sich mit geschichtlichen Ursprüngen der Typographie • betrachten die verschiedenen Schriftfamilien • beachten die Regeln der Lesbarkeit. 	<ul style="list-style-type: none"> • Historischer Überblick: Ursprung der unterschiedlichen Buchstaben • Die verschiedenen Schriftfamilien • Sinnhaftigkeit der verschiedenen Schriften • Wie findet man die richtige Schrift? • Satzformen • Regeln der Lesbarkeit
Die verschiedenen Schriftfamilien	
<ul style="list-style-type: none"> • verwenden verschiedene Schriftklassifikationen; • benutzen Fachwortschatz in Bezug auf Schriften; • wählen eine geeignete Schrift aus; • erläutern ihre Wahl; • unterscheiden Schriftschnitte; • unterscheiden Schriftgrößen mit ihren Vor- und Nachteilen; • spielen mit verschiedenen Schriftarten; • verwenden verschiedene Satzformen. 	<ul style="list-style-type: none"> • Schriftklassifikation und Wortschatz • Schriftschnitte • Schriftgrößen • Modifikation von Schriften
<ul style="list-style-type: none"> • gestalten Mengentext lesefreundlich 	<ul style="list-style-type: none"> • Titel und Überschriften • Beispiele • Dos und Don'ts

B.2.2 Logos und Corporate Design

Bezug zu den Kompetenzerwartungen Die Auszubildenden...	Inhaltskontexte
Basiswissen	
<ul style="list-style-type: none"> • gestalten ein Logo und setzen die Grundelemente eines Corporate Designs um. 	<ul style="list-style-type: none"> • Corporate Design
Gestaltung	
<ul style="list-style-type: none"> • analysieren Logos und leiten daraus die gestalterischen und technischen Grundlagen für einen Entwurf ab; • wenden Theorien von Wahrnehmungs- und Wirkungszusammenhängen an; • werten Kundenvorgaben aus; • entwickeln Gestaltungskriterien für ein Corporate Design; • erstellen ein Logo; 	<ul style="list-style-type: none"> • Piktogramm, Signet, Wort- und Bildmarken • Kriterien für grafische Zeichen • Geschäftsausstattung • Werbemittel • Urheberrecht, Markenschutz • Fachwortschatz • Corporate Design Manual

<ul style="list-style-type: none"> • überprüfen die Übertragbarkeit auf andere Länder und Kulturkreise; • beurteilen respektvoll die Kreativleistung anderer und nutzen unterschiedliche Feedbacktechniken 	
--	--

B.2.3 Gestaltungsgrundlagen

Bezug zu den Kompetenzerwartungen Die Auszubildenden...	Inhaltskontexte
Basiswissen	
<ul style="list-style-type: none"> • sammeln Gestaltungsideen; • arbeiten mit unterschiedlichen Kreativitätstechniken. 	<ul style="list-style-type: none"> • Regeln • Kriterien guten Grafikdesigns • Gestaltgesetze der Wahrnehmung
Gestaltung	
<ul style="list-style-type: none"> • erstellen Scribbles; • berücksichtigen gestalterische Grundregeln; • gliedern Formate und Flächen; • entwickeln und berechnen produktbezogene Gestaltungsraster; • setzen Farbe als Gestaltungsmittel ein; • wählen Bilder und Bildausschnitte themenbezogen aus und setzen sie gestaltungsorientiert im Layout ein; • unterscheiden Schriften und wählen die produktbezogen aus; • gestalten und optimieren Texte hinsichtlich ihrer Funktionalität und Lesbarkeit; • nutzen gestalterische Möglichkeiten der Fontformate. 	<ul style="list-style-type: none"> • Grundfläche • Proportion, Kontrast und Rhythmus • Seitenverhältnis • Anordnung • Gewichtung • Mikro- und Makrotypographie • Schriftwirkung • Farbwirkung • Blickführung • Normvorschriften • Farbphysiologie • Farbpsychologie • Grafiken • Bilder • produktionstypische Maße • medienrechtliche Vorschriften • Musterseiten • Stilvorlagen • Illustrationssoftware • Layoutsoftware • Fotobearbeitungssoftware
Reinzeichnung	
<ul style="list-style-type: none"> • überprüfen Text-, Bild- und Grafikdateien auf Integrationsfähigkeit in Print- und Digitalmedien; • beachten gültige Normen und Standards; • nutzen branchenübliche Software; • passen Audio- und Bewegtbilddateien nach technischen und dramaturgischen Kriterien für den Einsatz in Digitalmedien an; • prüfen Ergebnisse der Ausgabedateien und führen bei Bedarf Korrekturen durch; 	<ul style="list-style-type: none"> • Dateiformate • Bildauflösung • Ausgabefarbraum • Preflight • Abtastrate, Datentiefe, Kanalzahl • Framerate, Datenrate

<ul style="list-style-type: none"> • gestalten Medienprodukte nach Vorgaben; • kontrollieren die Einhaltung der Vorgaben; • stimmen die Gestaltung auf die technischen Möglichkeiten ab; • erstellen Reinzeichnungsdateien für Druckproduktion; • erstellen Handmuster für die Kundenpräsentation. 	
---	--

B.2.4 Farbenlehre

Bezug zu den Kompetenzerwartungen Die Auszubildenden...	Inhaltskontexte
Basiswissen	
<ul style="list-style-type: none"> • setzen sich mit der Theorie zur Farbe und zur Farbwahrnehmung auseinander. 	<ul style="list-style-type: none"> • Farbenlehre und Theorie der Farbe
Theorie der Farbe	
<ul style="list-style-type: none"> • definieren den physikalischen Prozess der Farbwahrnehmung, • betrachten den Einfluss von Licht auf die Wahrnehmung von Farben; • definieren das Modell der Körperfarben; • unterscheiden zwischen Primär- und Sekundärfarben; • unterscheiden zwischen gegensätzlichen Farben und deren Anordnung im Farbkreis; • erläutern die Bedeutung von Farbsystemen zu Wiederholung von Farben mit geringen Abweichungen. 	<ul style="list-style-type: none"> • Farbenphysik • Farbe und Licht • Wahrnehmung • Körperfarben • Primär- und Sekundärfarben • Farbkreis • Gegensätzliche Farben • Farbsysteme
Physiologische Farben	
<ul style="list-style-type: none"> • beobachten besondere Kontraste und Phänomene bei der Mischung verschiedener Farben. 	<ul style="list-style-type: none"> • Kontraste • Phänomene • Moodboards
Farbharmonien	
<ul style="list-style-type: none"> • betrachten besondere Farbzusammenstellungen, die zusammen harmonisch wirken. 	<ul style="list-style-type: none"> • Regenbogen • Farbfamilien • Modulationen • Charakteristiken • Geschmacksache • Trendfarben
Farben und ihre Assoziationen	
<ul style="list-style-type: none"> • analysieren, welche Farbe für welche Assoziation steht oder diese hervorruft. 	<ul style="list-style-type: none"> • Zusammenhänge von Farben und Vorstellungen

B.3 Konzeption

B.3.1 Werbekunde

Bezug zu den Kompetenzerwartungen Die Auszubildenden...	Inhaltskontexte
Basiswissen	
<ul style="list-style-type: none"> • beschäftigen sich mit verschiedenen Aspekten der Werbung; • setzen sich mit der Geschichte der Werbung auseinander, • beachten die verschiedenen Werbegrundsätze. • analysieren die Eigenschaften der Werbung; • definieren Zielgruppen; • identifizieren Kaufmotivationen. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aspekte der Werbung • historischer Überblick
Verschiedene Aufgaben der Werbung	
<ul style="list-style-type: none"> • beleuchten Werbung als Wirtschaftsfaktor; • betrachten Werbung als Kommunikationsinstrument 	<ul style="list-style-type: none"> • Werbung als Wirtschaftsfaktor: Angebot und Nachfrage, Konkurrenz und Wettbewerb • Werbung als Kommunikationsinstrument: Information und Kommunikation

B.3.2 Werbepsychologie

Bezug zu den Kompetenzerwartungen Die Auszubildenden...	Inhaltskontexte
Basiswissen	
<ul style="list-style-type: none"> • analysieren die Eigenschaften der Werbung; • definieren Zielgruppen; • identifizieren Kaufmotivationen. 	<ul style="list-style-type: none"> • Werbegrundsätze • Die Aufgaben der Werbung: AIDA • Zielgruppe • Die Kaufmotivation: Die Bedürfnispyramide nach Maslow • Kaufentscheidungsprozesse
Die Zielgruppe	
<ul style="list-style-type: none"> • definieren die Zielgruppe; • analysieren den Markt; • analysieren das Kaufverhalten; • berücksichtigen sozioökonomische Faktoren; • berücksichtigen psychographische Kriterien. 	<ul style="list-style-type: none"> • Definition • Marktsegmentierungskriterien • Kaufverhalten • Sozioökonomische Kriterien • Psychographische Kriterien
Käuferpersönlichkeiten	
<ul style="list-style-type: none"> • unterscheiden die verschiedenen Käuferpersönlichkeiten; • stellen die Merkmale der verschiedenen Käuferpersönlichkeiten heraus, um ihre Bedürfnisse zu identifizieren und zu bedienen. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gewohnheitsmenschen • Vernunftmenschen • Preisabhängige Kaufentscheidung • Spontane Kaufentscheidung • Gefühlsmenschen • neue Verbraucher

Das Produkt	
<ul style="list-style-type: none"> unterscheiden verschiedene Produktkategorien nach Bedürfnissen der potenziellen Käufer. 	<ul style="list-style-type: none"> Prestigeprodukte Überlegenheitsprodukte Statusprodukte Erwartungsprodukte Produkte nach dem Lustprinzip Funktionelle Produkte
Aufbau der Werbemittel	
<ul style="list-style-type: none"> unterscheiden konstante und variable Elemente und bewerten das Zusammenspiel zwischen beiden. 	<ul style="list-style-type: none"> Konstante Elemente variable Elemente
Bildhafte Gestaltung	
<ul style="list-style-type: none"> analysieren Bilder und gestalterische Aspekte und stellen Bezüge zwischen Inhalt, Gestaltung und Bildwirkung her; erfassen Bilder und bereiten Bilddaten für Medienprodukte auf. 	<ul style="list-style-type: none"> Bildeffekte Emotionen Bildgestaltung Bildkomposition Anschnitt Face-Index
Ansprechmechanismen	
<ul style="list-style-type: none"> erstellen eine Werbekonzeption rücken den Kundennutzen in den Fokus setzen nach Botschaft rationale oder emotionale Stilmittel ein; erzeugen eine Atmosphäre. 	<ul style="list-style-type: none"> Consumer Benefit Stilelemente der rationalen Ansprache Stilelemente der emotionalen Ansprache Reason Why Werbeatmosphäre (Grundton der Werbung)

B.3.3 Marketing

Bezug zu den Kompetenzerwartungen Die Auszubildenden...	Inhaltskontexte
Basiswissen	
<ul style="list-style-type: none"> beschäftigen sich mit den Grundlagen des Marketings 	<ul style="list-style-type: none"> Grundlagen des Marketings
Strategie	
<ul style="list-style-type: none"> analysieren den Auftrag und erarbeiten eine Konzeption; recherchieren und analysieren produktbezogene Marktforschungsstudien; strukturieren und dokumentieren Kundenvorstellungen und Briefingergebnisse; 	<ul style="list-style-type: none"> Der Marketing Mix Product / Price / Place / Promotion Produktpositionierung Die Festlegung des Preises
Aufmerksamkeit und Wahrnehmung	
<ul style="list-style-type: none"> analysieren die Steuerung der Aufmerksamkeit durch Reize an die Wahrnehmung. 	<ul style="list-style-type: none"> Das Bewusstsein - zwischen Wahrnehmung und Realität Wie wird das Produkt zur Realität Das 3-Speicher-Modell der Wahrnehmung Reizarmut vs. Reizüberangebot
Das Involvement	

<ul style="list-style-type: none"> • nutzen Strategien zur Einbindung des Kunden in die Bedeutung des Neukaufs. 	<ul style="list-style-type: none"> • Die Arten des Involvements • Die richtige Information zur rechten Zeit • Vom Low- zum High-Involvement • Kommunikation in bestimmten Involvement-Situationen • Vorprägen oder Verkaufen
Das Kommunikationsmodell	
<ul style="list-style-type: none"> • gestalten interne und externe Kommunikations- und Kooperationsprozesse; • nutzen Information, Kommunikation und Kooperation als Mittel zur Verbesserung von Betriebsklima, Arbeitsleistung und Geschäftserfolg; • analysieren Konfliktursachen in Kommunikations- und Kooperationsprozessen und lösen Konflikte im Sinne eines fachbezogenen Ergebnisses. 	<ul style="list-style-type: none"> • Kommunikationstechniken • Sender – Empfänger • die Botschaft • Verbale und non verbale Kommunikation • Regeln einer erfolgreichen Kommunikation • Konfliktbewältigung • Kanäle und Störungen
Situationsanalyse	
<ul style="list-style-type: none"> • beleuchten die Situation des Kundenunternehmens; • analysieren die gestalterischen und technischen Vorgaben eines Kundenbriefings; • ermitteln Kundenbedürfnisse; • erstellen eine SWOT-Analyse; • definieren Ziele (USP). 	<ul style="list-style-type: none"> • Briefing • Die Unternehmenssituation • Die Sicht der Kunden • Kernkompetenz • Markt • Position • Relevanz • Marktsegmentierung • Kundenbedürfnisse • Makro-Umwelt • SWOT-Analyse

B.4 Werbeträger

Bezug zu den Kompetenzerwartungen Die Auszubildenden...	Inhaltskontexte
Basiswissen	
<ul style="list-style-type: none"> • setzen sich mit der Theorie zur Mediaplanung auseinander; • identifizieren Zielgruppen. 	<ul style="list-style-type: none"> • Theorien der Mediaplanung • Zielgruppenorientierter Einsatz der Medien
Traditionell/Print	
<ul style="list-style-type: none"> • beleuchten die Aspekte der traditionellen Werbeträger; • konzipieren traditionelle Werbeträger gemäß Zielgruppenvorgabe. 	<ul style="list-style-type: none"> • Plakate und Flyer • Broschüren und Kataloge • Anzeigen • Zeitung • Zeitschrift • Fahrzeuge • Kleidung • Postwurf • POS (Point of sale) • Give Away/Gadget

	<ul style="list-style-type: none"> • Guerilla Marketing
Digital	
<ul style="list-style-type: none"> • betrachten die Vor- und Nachteile der digitalen Werbeträger; • konzipieren digitale Werbebeiträge. 	<ul style="list-style-type: none"> • Webseite • Social Media (FB, LI, IG, WA, YT, etc.) • Newsletter • Anzeigen, Banner und Ads • Fernsehen • Radio

B.5 Printmedien

Bezug zu den Kompetenzerwartungen Die Auszubildenden...	Inhaltskontexte
Basiswissen	
<ul style="list-style-type: none"> • beschäftigen sich mit der Geschichte des Drucks; • analysieren die Grundlagen des Druckens; • unterscheiden zwischen konventionellem und digitale Druck. 	<ul style="list-style-type: none"> • Historischer Überblick • Grundlagen • Konventionell • Digital
Bedruckstoff/Papier	
<ul style="list-style-type: none"> • beschäftigen sich mit der Geschichte von bedruckbaren Stoffen; • beleuchten den Prozess der Papierherstellung; • reflektieren den Prozess der Papierveredelung; • unterscheiden verschiedene Papierformate; • berücksichtigen die Laufrichtung des Papiers beim Druck. 	<ul style="list-style-type: none"> • Historischer Überblick • Papierherstellung • Papierveredelung • Formate • Laufrichtung • Alternative Herstellung von Papier
Druckverfahren	
<ul style="list-style-type: none"> • betrachten die verschiedenen Druckverfahren und Technologien sowie Techniken. • analysieren die Vor- und Nachteile der verschiedenen Druckverfahren und bewerten diese. 	<ul style="list-style-type: none"> • Flachdruck • Hochdruck • Tiefdruck • Offsetdruck • Siebdruck • Flexodruck • Tampondruck • Digitaldruck • LED, UV, ECO, Toner, Farben, etc.
Andere bedruckbare Oberflächen	
<ul style="list-style-type: none"> • beachten die spezifischen Besonderheiten beim Druck auf andere Oberflächen; • wiegen Vor- und Nachteile bei der Auswahl von Bedruckstoffen aus 	<ul style="list-style-type: none"> • Folien • Platten • textile Stoffe • Stempel • Spezialmaterial • Sonderverfahren • Verpackungen • Veredelung • usw.

Prepress	
<ul style="list-style-type: none"> • setzen Entwürfe in druckreife Daten, die in der Druckerei ohne weitere Eingriffe verwendet werden können um. 	<ul style="list-style-type: none"> • Farbseparation • Auflösung • Raster • Dateiformat • Punktzuwachs • Proofsysteme • CMYK und HiFi-Color • Farbmanagement / Profile • Überfüllung • Formstanzen

B.6 Digitalmedien

Bezug zu den Kompetenzerwartungen Die Auszubildenden...	Inhaltskontexte
Basiswissen	
<ul style="list-style-type: none"> • betrachten die historische Entwicklung der Digitalmedien; • analysieren und bestimmen Herstellungsmöglichkeiten bestimmter digitaler Medien, • legen den Fokus auf die Webseitengestaltung. 	<ul style="list-style-type: none"> • Historischer Überblick • Grundlagen Webseiten
Digitale Werbeträger	
<ul style="list-style-type: none"> • betrachten die Vor- und Nachteile der digitalen Werbeträger; • konzipieren digitale Werbebeiträge. 	<ul style="list-style-type: none"> • Webseite • Social Media (FB, LI, IG, WA, YT, etc.) • Newsletter • Anzeigen, Banner und Ads • Fernsehen • Radio
Planung einer Webseite	
<ul style="list-style-type: none"> • planen gemäß Auftrag die Produktion; • ermitteln mögliche Produktionswege; • legen Eigen- und Fremdleistungen fest. 	<ul style="list-style-type: none"> • Formate • Planung • Publikationen • Web-Banner • Hosting
Konzeption einer Webseite	
<ul style="list-style-type: none"> • legen die Typographie und die Nutzerführung einer Webseite fest; • prüfen die technische Umsetzung. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bildschirmtypographie • Benutzerführung • Interaktivität • Interface Design
Medienelemente und Integration	
<ul style="list-style-type: none"> • visualisieren Zahlen und Zusammenhänge anhand von Infografiken; • entwickeln Gestaltungsvarianten; • gestalten grafische und farbliche Orientierungshilfen. 	<ul style="list-style-type: none"> • animierte, interaktive und statische Infografik • Navigation • CSS • Stilvorlagen, Musterseiten, Templates
Dynamische Websites	
<ul style="list-style-type: none"> • legen geeignete Technologien für die 	<ul style="list-style-type: none"> • Datenbankserver

Umsetzung fest; <ul style="list-style-type: none"> • erprobten Technologien in verschiedenen Browsern und Betriebssystemen; • überprüfen den lokalen Webserver auf dessen Funktionalität; • planen und installieren ein Content Management System; • integrieren Scripte für wiederkehrende Aufgaben; • beachten Rechte und halten Barrierefreiheit ein. 	<ul style="list-style-type: none"> • Kennwortverschlüsselung • Cookies, Sessions • Rechteverwaltung • Barrierefreiheit
--	--

B.6.1 Digital Media Marketing

Bezug zu den Kompetenzerwartungen Die Auszubildenden...	Inhaltskontexte
Basiswissen	
<ul style="list-style-type: none"> • machen sich mit dem Begriff des digital Media Marketing vertraut; • beleuchten die Entwicklung in den letzten 20 Jahren. 	<ul style="list-style-type: none"> • Begriffserklärung • Die letzten 20 Jahre • Entwicklung
Sichtbarkeit/Auffindbarkeit	
<ul style="list-style-type: none"> • analysieren die verschiedenen Möglichkeiten der Auffindbarkeit; • wenden Techniken zur Suchmaschinenoptimierung an. 	<ul style="list-style-type: none"> • Suchmaschinenmarketing (SEM) • Keyword-Advertising (SEA) • Suchmaschinenoptimierung (SEO)
Social Media	
<ul style="list-style-type: none"> • analysieren die Vor- und Nachteile der verschiedenen Social-Media-Kanäle; • betrachten die Rolle der Influencer und deren Bedeutsamkeit für die Werbelandschaft; • betrachten die Eigenschaften eines Affiliate-Marketings; • befassen sich mit den Vor- und Nachteilen eines E-Mail-Marketings; • beleuchten die Werbemöglichkeiten eines Blogs; • untersuchen die Werbewirksamkeit eines Monitorings. 	<ul style="list-style-type: none"> • Facebook, YouTube, Instagram, Pinterest usw. • Influencer • Affiliate-Marketing • E-Mail Marketing • Blogs • Monitoring

B.7 Kontakt mit Kunden

B.7.1 Kommunikation

Bezug zu den Kompetenzerwartungen Die Auszubildenden...	Inhaltskontexte
Basiswissen	
<ul style="list-style-type: none">• nutzen Teamarbeit effizient.• planen Aufgaben im Team und bearbeiten sie;• wirken an der Teamentwicklung mit.	<ul style="list-style-type: none">• Arbeit im Team

B.7.2 Projektmanagement

Bezug zu den Kompetenzerwartungen Die Auszubildenden...	Inhaltskontexte
Basiswissen	
<ul style="list-style-type: none">• legen die verschiedenen Arbeitsschritte fest;• beachten das vorgegebene Zeitfenster;• legen Meilensteine fest;• beachten Regeln des Projektmanagements.	<ul style="list-style-type: none">• Planung• Vorbereitung• Meilensteine• Regeln•
Kostenmanagement	
<ul style="list-style-type: none">• erfassen Auftragsdaten;• legen den Produktionsablauf fest;• bestimmen Material-, Zeit-, und Personalbedarf;• ermitteln und kalkulieren alternative technische Produktionswege;• ermitteln Produktionskosten;• berücksichtigen die Budgetplanung;• erstellen Angebote.	<ul style="list-style-type: none">• Produktionsplanung• Platzkostenrechnung• Vollkosten- und Teilkostenrechnung• Kostenverläufe• Grenzmenge, Grenzaufgabe• Produktgruppenanalyse• Nachkalkulation• Kalkulationssoftware

B.7.3 Kundenbetreuung

Bezug zu den Kompetenzerwartungen Die Auszubildenden...	Inhaltskontexte
Basiswissen	
<ul style="list-style-type: none">• beraten Kunden;• entwickeln Marketingmaßnahmen;• planen Auftragsprojekte.	<ul style="list-style-type: none">• Kundenwunschermittlung• Beratungsleistung• Konzeption
Präsentation von Entwürfen	
<ul style="list-style-type: none">• reflektieren ihr Ergebnis im Hinblick auf Vorgaben und Ästhetik;• präsentieren ihr Gestaltungskonzept;• vertreten ihre Gestaltungsideen argumentativ• üben konstruktive Kritik;• begründen ihr Gestaltungskonzept.	<ul style="list-style-type: none">• Bewertungskriterien für Gestaltung und Präsentation• Argumentation• Kritikfähigkeit

Reklamation	
<ul style="list-style-type: none"> • gehen auf Kundeneinwände ein • wenden Feedbacktechniken an; • argumentieren respektvoll mit dem Kunden. 	<ul style="list-style-type: none"> • Kundeneinwände • Kritikfähigkeit

B.8 Umgang mit Daten

Bezug zu den Kompetenzerwartungen Die Auszubildenden...	Inhaltskontexte
Basiswissen	
<ul style="list-style-type: none"> • berücksichtigen die rechtlichen Vorgaben zur Nutzung und Sicherung von Daten. 	<ul style="list-style-type: none"> • DSGVO
Datenmanagement	
<ul style="list-style-type: none"> • respektieren rechtliche und kundenspezifische Regelungen zum Umgang mit Daten; • berücksichtigen Urheberrechte. 	<ul style="list-style-type: none"> • Rechtsgrundlagen und betriebliche Vorgaben zum Umgang und Sicherung von Daten
Datensicherung	
<ul style="list-style-type: none"> • wenden rechtliche, betriebliche und kundenspezifische Regelungen zum Datenschutz an; • führen Datenpflege und Datensicherung durch und kontrollieren sie; 	<ul style="list-style-type: none"> • Regelungen zum Datenschutz • Systeme zur Datensicherheit • Datenpflege • Verwaltungssysteme • Dokumentationsmöglichkeiten
Eigentum	
<ul style="list-style-type: none"> • berücksichtigen Urheberrechte • sichern ihr, bzw. das betriebliche geistige Eigentum ab. 	<ul style="list-style-type: none"> • geistiges Eigentum • Bildrechte • Geschmacksmuster • Gebrauchsmuster • Patent

C. Bewertungs- und Stundenraster

P06 Mediengestalter: Stunden- und Punkteverteilung in der Lehre														
KURSE	1. JAHR				2. JAHR				3. JAHR				TOTAL	
	Std.	Punkte			Std.	Punkte			Std.	Punkte			Std.	Punkte
		Jahr	Prüf.	Total		Jahr	Prüf.	Total		Jahr	Prüf.	Total		
Rechte und Pflichten in der Ausbildung	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	0
Grafikdesign ^{LF}	110	70	80	150	80	70	80	150	50	40	50	90	240	390
Konzeption ^{LF}	55	40	50	90	40	30	40	70	90	65	85	150	185	310
Werbeträger	10	10	20	30	0	0	0	0	0	0	0	0	10	30
Printmedien	0	0	0	0	20	10	15	25	0	0	0	0	20	25
Digitalmedien	0	0	0	0	20	10	15	25	0	0	0	0	20	25
Kontakt mit Kunden	0	0	0	0	0	0	0	0	10	5	5	20	10	10
Umgang mit Daten	0	0	0	0	0	0	0	0	10	10	10	10	10	20
Arbeitsberichte	0	30	0	30	0	30	0	30	0	30	0	30	0	90
TOTAL	<u>180</u>	150	150	300	<u>160</u>	150	150	300	<u>160</u>	150	150	300	<u>500</u>	900

Grafikdesign und Konzeption sind die Leistungsfächer in allen drei Ausbildungsjahren.
Die praktische Gesellenprüfung C wird insgesamt auf 400 Punkte bewertet.

D. Fortschrittstabelle

P06 MEDIENGESTALTER

<u>FERTIGKEITEN</u>	im Betrieb		
	Lehrjahr		
Die Auszubildenden:	1	2	3
B.1 RECHTE UND PFLICHTEN IN DER AUSBILDUNG			
• wenden Arbeitssicherheits- und Hygienebestimmungen am Arbeitsplatz an und halten diese ein;			
• erfassen die Rechte und Pflichten in der Ausbildung, sind in der Lage ihre Rechte ggf. einzufordern;			
• gestalten ihre Ausbildung selbstständig.			
DER AUSBILDUNGSBETRIEB			
• beschreiben Zielsetzung, Aufgaben und Stellung des Ausbildungsbetriebs im gesamtwirtschaftlichen Zusammenhang;			
• informieren sich über Leitbilder und Ziele ihres Unternehmens;			
• erfassen Produkte und das Leistungsspektrum des Ausbildungsbetriebs;			
• erläutern Aufbau, Rechtsform und Struktur des Ausbildungsbetriebes.			
RECHT UND PFLICHTEN IN DER AUSBILDUNG			
• halten Lehrvertrags- und Arbeitspflichten ein;			
• fordern Lehrvertrags- und Arbeitsrechte ggf. ein;			
• wenden Prinzipien der Lohnzahlung an und sind mit den Tarifabkommen vertraut;			
• finden Informationen zu Weiterbildungsangeboten;			
• entwerfen einen individuellen Weg der beruflichen Weiterbildung;			
• wenden berufsspezifische Vorschriften und Regelungen an;			
• stellen Rechte und Pflichten aus dem Ausbildungsvertrag fest und beschreiben die Aufgaben der Beteiligten im dualen Berufsbildungssystem;			

<ul style="list-style-type: none"> • erstellen einen betrieblichen Ausbildungsplan auf Grundlage des Lehrprogramms und tragen zu seiner Umsetzung bei; 			
<ul style="list-style-type: none"> • erkennen den Nutzen von betrieblichen und außerbetrieblichen Fort- und Weiterbildungsmöglichkeiten für die berufliche und persönliche Entwicklung; 			
<ul style="list-style-type: none"> • erklären die wesentlichen Inhalte eines Arbeitsvertrages; 			
<ul style="list-style-type: none"> • beachten arbeits-, sozialrechtliche Vorschriften sowie die für den Ausbildungsbetrieb geltenden tariflichen Regelungen; 			
<ul style="list-style-type: none"> • erklären die Positionen des eigenen Lohn- oder Gehaltszettels; 			
<ul style="list-style-type: none"> • wenden ergonomische Grundregeln an und ergreifen Maßnahmen zur Erhaltung der Gesundheit und Leistungsfähigkeit. 			
UMWELTSCHUTZ			
<ul style="list-style-type: none"> • tragen zur Vermeidung betriebsbedingter Umweltbelastungen im beruflichen Einwirkungsbereich bei; 			
<ul style="list-style-type: none"> • erklären mögliche Umweltbelastungen durch den Ausbildungsbetrieb und seinen Beitrag zum Umweltschutz an Beispielen; 			
<ul style="list-style-type: none"> • wenden für den Ausbildungsbetrieb geltende Regelungen des Umweltschutzes an; 			
<ul style="list-style-type: none"> • nutzen Möglichkeiten der wirtschaftlichen und umweltschonenden Materialverwendung; 			
<ul style="list-style-type: none"> • vermeiden Abfälle; führen Stoffe und Materialien einer umweltschonenden Entsorgung zu. 			
B.2 GRAFIKDESIGN			
B.2.1 TYPOGRAPHIE			
<ul style="list-style-type: none"> • befassen sich mit geschichtlichen Ursprüngen der Typographie; 			
<ul style="list-style-type: none"> • betrachten die verschiedenen Schriftfamilien; 			
<ul style="list-style-type: none"> • beachten die Regeln der Lesbarkeit. 			
DIE VERSCHIEDENEN SCHRIFTENFAMILIEN			
<ul style="list-style-type: none"> • verwenden verschiedene Schriftenklassifikationen; 			
<ul style="list-style-type: none"> • benutzen Fachwortschatz in Bezug auf Schriften; 			
<ul style="list-style-type: none"> • wählen eine geeignete Schrift aus; 			

• erläutern ihre Wahl;			
• unterscheiden Schriftschnitte;			
• unterscheiden Schriftgrößen mit ihren Vor- und Nachteilen;			
• spielen mit verschiedenen Schriftarten;			
• verwenden verschiedene Satzformen;			
• gestalten Mengentext lesefreundlich.			
B.2.2 LOGOS UND CORPORATE DESIGN			
• gestalten ein Logo und setzen die Grundelemente eines Corporate Designs um.			
GESTALTUNG			
• analysieren Logos und leiten daraus die gestalterischen und technischen Grundlagen für einen Entwurf ab;			
• wenden Theorien von Wahrnehmungs- und Wirkungszusammenhängen an;			
• werten Kundenvorgaben aus;			
• entwickeln Gestaltungskriterien für ein Corporate Design;			
• erstellen ein Logo;			
• überprüfen die Übertragbarkeit auf andere Länder und Kulturkreise;			
• beurteilen respektvoll die Kreativleistung anderer und nutzen unterschiedliche Feedbacktechniken.			
B.2.3 GESTALTUNGSGRUNDLAGEN			
• sammeln Gestaltungsideen;			
• arbeiten mit unterschiedlichen Kreativitätstechniken.			
GESTALTUNG			
• erstellen Scribbles;			
• berücksichtigen gestalterische Grundregeln;			
• gliedern Formate und Flächen;			
• entwickeln und berechnen produktbezogene Gestaltungsraster;			

<ul style="list-style-type: none"> • setzen Farbe als Gestaltungsmittel ein; 			
<ul style="list-style-type: none"> • wählen Bilder und Bildausschnitte themenbezogen aus und setzen sie gestaltungsorientiert im Layout ein; 			
<ul style="list-style-type: none"> • nutzen gestalterische Möglichkeiten der Fontformate. 			
REINZEICHNUNG			
<ul style="list-style-type: none"> • überprüfen Text-, Bild- und Grafikdateien auf Integrationsfähigkeit in Print- und Digitalmedien; 			
<ul style="list-style-type: none"> • beachten gültige Normen und Standards; 			
<ul style="list-style-type: none"> • nutzen branchenübliche Software; 			
<ul style="list-style-type: none"> • passen Audio- und Bewegbilddateien nach technischen und dramaturgischen Kriterien für den Einsatz in Digitalmedien an; 			
<ul style="list-style-type: none"> • prüfen Ergebnisse der Ausgabedateien und führen bei Bedarf Korrekturen durch; 			
<ul style="list-style-type: none"> • gestalten Medienprodukte nach Vorgaben; 			
<ul style="list-style-type: none"> • kontrollieren die Einhaltung der Vorgaben; 			
<ul style="list-style-type: none"> • stimmen die Gestaltung auf die technischen Möglichkeiten ab; 			
<ul style="list-style-type: none"> • erstellen Reinzeichnungsdateien für Druckproduktion; 			
<ul style="list-style-type: none"> • erstellen Handmuster für die Kundenpräsentation. 			
B.2.4 FARBENLEHRE			
<ul style="list-style-type: none"> • setzen sich mit der Theorie zur Farbe und zur Farbwahrnehmung auseinander. 			
THEORIE DER FARBE			
<ul style="list-style-type: none"> • definieren den physikalischen Prozess der Farbwahrnehmung, 			
<ul style="list-style-type: none"> • betrachten den Einfluss von Licht auf die Wahrnehmung von Farben; 			
<ul style="list-style-type: none"> • definieren das Modell der Körperfarben; 			
<ul style="list-style-type: none"> • unterscheiden zwischen Primär- und Sekundärfarben; 			
<ul style="list-style-type: none"> • unterscheiden zwischen gegensätzlichen Farben und deren Anordnung im Farbkreis; 			

<ul style="list-style-type: none"> erläutern die Bedeutung von Farbsystemen zu Wiederholung von Farben mit geringen Abweichungen. 			
PHYSIOLOGISCHE FARBEN			
<ul style="list-style-type: none"> beobachten besondere Kontraste und Phänomene bei der Mischung verschiedener Farben. 			
FARBHARMONIEN			
<ul style="list-style-type: none"> betrachten besondere Farbzusammenstellungen, die zusammen harmonisch wirken. 			
FARBEN UND IHRE ASSOZIATIONEN			
<ul style="list-style-type: none"> analysieren, welche Farbe für welche Assoziation steht oder diese hervorruft. 			
B.3 KONZEPTION			
B.3.1 WERBEKUNDE			
<ul style="list-style-type: none"> beschäftigen sich mit verschiedenen Aspekten der Werbung; 			
<ul style="list-style-type: none"> setzen sich mit der Geschichte der Werbung auseinander, 			
<ul style="list-style-type: none"> beachten die verschiedenen Werbegrundsätze. 			
<ul style="list-style-type: none"> analysieren die Eigenschaften der Werbung; 			
<ul style="list-style-type: none"> definieren Zielgruppen; 			
<ul style="list-style-type: none"> identifizieren Kaufmotivationen. 			
VERSCHIEDENE AUFGABEN DER WERBUNG			
<ul style="list-style-type: none"> beleuchten Werbung als Wirtschaftsfaktor; 			
<ul style="list-style-type: none"> betrachten Werbung als Kommunikationsinstrument. 			
B 3.2 WERBEPSYCHOLOGIE			
<ul style="list-style-type: none"> analysieren die Eigenschaften der Werbung; 			
<ul style="list-style-type: none"> definieren Zielgruppen; 			
<ul style="list-style-type: none"> identifizieren Kaufmotivationen. 			
DIE ZIELGRUPPE			
<ul style="list-style-type: none"> definieren die Zielgruppe; 			

• analysieren den Markt;			
• analysieren das Kaufverhalten;			
• berücksichtigen sozioökonomische Faktoren;			
• berücksichtigen psychographische Kriterien.			
KÄUFERPERSÖNLICHKEITEN			
• unterscheiden die verschiedenen Käuferpersönlichkeiten;			
• stellen die Merkmale der verschiedenen Kaufpersönlichkeiten heraus, um ihre Bedürfnisse zu identifizieren und zu bedienen.			
DAS PRODUKT			
• unterscheiden verschiedene Produktkategorien nach Bedürfnissen der potenziellen Käufer.			
AUFBAU DER WERBEMITTEL			
• unterscheiden konstante und variable Elemente und bewerten das Zusammenspiel zwischen beiden.			
BILDHAFTE GESTALTUNG			
• analysieren Bilder und gestalterische Aspekte und stellen Bezüge zwischen Inhalt, Gestaltung und Bildwirkung her;			
• erfassen Bilder und bereiten Bilddaten für Medienprodukte auf.			
ANSPRECHMECHANISMEN			
• erstellen eine Werbekonzeption;			
• rücken den Kundennutzen in den Fokus;			
• setzen nach Botschaft rationale oder emotionale Stilmittel ein;			
• erzeugen eine Atmosphäre.			
B. 3.3 MARKETING			
STRATEGIE			
• analysieren den Auftrag und erarbeiten eine Konzeption;			
• recherchieren und analysieren produktbezogene Marktforschungsstudien;			

<ul style="list-style-type: none"> • strukturieren und dokumentieren Kundenvorstellungen und Briefingergebnisse. 			
AUFMERKSAMKEIT UND WAHRNEHMUNG			
<ul style="list-style-type: none"> • analysieren die Steuerung der Aufmerksamkeit durch Reize an die Wahrnehmung. 			
DAS INVOLVEMENT			
<ul style="list-style-type: none"> • nutzen Strategien zur Einbindung des Kunden in die Bedeutung des Neukaufs. 			
DAS KOMMUNIKATIONSMODELL			
<ul style="list-style-type: none"> • gestalten interne und externe Kommunikations- und Kooperationsprozesse; 	•	•	•
<ul style="list-style-type: none"> • nutzen Information, Kommunikation und Kooperation als Mittel zur Verbesserung von Betriebsklima, Arbeitsleistung und Geschäftserfolg; 	•	•	•
<ul style="list-style-type: none"> • analysieren Konfliktursachen in Kommunikations- und Kooperationsprozessen und lösen Konflikte im Sinne eines fachbezogenen Ergebnisses. 	•	•	•
SITUATIONSANALYSE			
<ul style="list-style-type: none"> • beleuchten die Situation des Kundenunternehmens; 			
<ul style="list-style-type: none"> • analysieren die gestalterischen und technischen Vorgaben eines Kundenbriefings; 			
<ul style="list-style-type: none"> • ermitteln Kundenbedürfnisse; 			
<ul style="list-style-type: none"> • erstellen eine SWOT-Analyse; 			
<ul style="list-style-type: none"> • definieren Ziele (USP). 			
B.4 WERBETRÄGER			
<ul style="list-style-type: none"> • setzen sich mit der Theorie zur Mediaplanung auseinander; 			
<ul style="list-style-type: none"> • identifizieren Zielgruppen. 			
TRADITIONELL/PRINT			
<ul style="list-style-type: none"> • beleuchten die Aspekte der traditionellen Werbeträger; 			
<ul style="list-style-type: none"> • konzipieren traditionelle Werbeträger gemäß Zielgruppenvorgabe. 			

DIGITAL			
• betrachten die Vor- und Nachteile der digitalen Werbeträger;			
• konzipieren digitale Werbebeiträge;			
B.5 PRINTMEDIEN			
• beschäftigen sich mit der Geschichte des Drucks;			
• analysieren die Grundlagen des Druckens;			
• unterscheiden zwischen konventionellem und digitalem Druck.			
BEDRUCKSTSTOFF/PAPIER			
• beschäftigen sich mit der Geschichte von bedruckbaren Stoffen;			
• beleuchten den Prozess der Papierherstellung;			
• reflektieren den Prozess der Papierveredelung;			
• unterscheiden verschiedene Papierformate;			
• berücksichtigen die Laufrichtung des Papiers beim Druck.			
DRUCKVERFAHREN			
• betrachten die verschiedenen Druckverfahren und Technologien sowie Techniken;			
• analysieren die Vor- und Nachteile der verschiedenen Druckverfahren und bewerten diese.			
ANDERE BEDRUCKBARE OBERFLÄCHEN			
• beachten die spezifischen Besonderheiten beim Druck auf andere Oberflächen;			
• wiegen Vor- und Nachteile bei der Auswahl von Bedruckstoffen aus.			
PREPRESS			
• setzen Entwürfe in druckreife Daten, die in der Druckerei ohne weitere Eingriffe verwendet werden können um.			
B.6 DIGITALMEDIEN			
• betrachten die historische Entwicklung der Digitalmedien;			

• analysieren und bestimmen Herstellungsmöglichkeiten bestimmter digitaler Medien;			
• legen den Fokus auf die Webseitengestaltung.			
DIGITALE WERBETRÄGER			
• betrachten die Vor- und Nachteile der digitalen Werbeträger;			
• konzipieren digitale Werbebeiträge.	•	•	•
PLANUNG EINER WEBSEITE			
• planen gemäß Auftrag die Produktion;			
• ermitteln mögliche Produktionswege;			
• legen Eigen- und Fremdleistungen fest.			
KONZEPTION EINER WEBSEITE			
• legen die Typographie und die Nutzerführung einer Webseite fest;			
• prüfen die technische Umsetzung.			
MEDIENELEMENTE UND INTEGRATION			
• visualisieren Zahlen und Zusammenhänge anhand von Infografiken;			
• entwickeln Gestaltungsvarianten;			
• gestalten grafische und farbliche Orientierungshilfen.			
DYNAMISCHE WEBSITES			
• legen geeignete Technologien für die Umsetzung fest;			
• erproben Technologien in verschiedenen Browsern und Betriebssystemen;			
• überprüfen den lokalen Webserver auf dessen Funktionalität;			
• planen und installieren ein Content Management System;			
• integrieren Scripte für wiederkehrende Aufgaben;			
• beachten Rechte und halten Barrierefreiheit ein.			
B.6.1 DIGITAL MEDIA MARKETING			
• machen sich mit dem Begriff des digital Media Marketing vertraut;			

• beleuchten die Entwicklung in den letzten 20 Jahren.			
SICHTBARKEIT/AUFFINDBARKEIT			
• analysieren die verschiedenen Möglichkeiten der Auffindbarkeit;			
• wenden Techniken zur Suchmaschinenoptimierung an.			
SOCIAL MEDIA			
• analysieren die Vor- und Nachteile der verschiedenen Social-Media-Kanäle;			
• betrachten die Rolle der Influencer und deren Bedeutsamkeit für die Werbelandschaft;			
• betrachten die Eigenschaften eines Affiliate-Marketings;			
• befassen sich mit den Vor- und Nachteilen eines E-Mail-Marketings;			
• beleuchten die Werbemöglichkeiten eines Blogs;			
• untersuchen die Werbewirksamkeit eines Monitorings.			
B.7 KONTAKT MIT KUNDEN			
B.7.1 KOMMUNIKATION			
• nutzen Teamarbeit effizient;			
• planen Aufgaben im Team und bearbeiten sie;			
• wirken an der Teamentwicklung mit			
B.7.2 PROJEKTMANAGEMENT			
• legen die verschiedenen Arbeitsschritte fest;			
• beachten das vorgegebene Zeitfenster;			
• legen Meilensteine fest;			
• beachten Regeln des Projektmanagements.			
KOSTENMANAGEMENT			
• erfassen Auftragsdaten;			
• legen den Produktionsablauf fest;			
• bestimmen Material-, Zeit-, und Personalbedarf;			

• ermitteln und kalkulieren alternative technische Produktionswege;			
• ermitteln Produktionskosten;			
• berücksichtigen die Budgetplanung;			
• erstellen Angebote.			
B.7.3 KUNDENBETREUUNG			
• beraten Kunden;			
• entwickeln Marketingmaßnahmen;			
• planen Auftragsprojekte.			
PRÄSENTATION VON ENTWÜRFEN			
• reflektieren ihr Ergebnis im Hinblick auf Vorgaben und Ästhetik;			
• präsentieren ihr Gestaltungskonzept;			
• vertreten ihre Gestaltungsideen argumentativ;			
• üben konstruktive Kritik;			
• begründen ihr Gestaltungskonzept.			
REKLAMATION			
• gehen auf Kundeneinwände ein;			
• wenden Feedbacktechniken an;			
• argumentieren respektvoll mit dem Kunden.			
B.8 UMGANG MIT DATEN			
• berücksichtigen die rechtlichen Vorgaben zur Nutzung und Sicherung von Daten.			
DATENMANAGEMENT			
• respektieren rechtliche und kundenspezifische Regelungen zum Umgang mit Daten;			
• berücksichtigen Urheberrechte.			

DATENSICHERUNG			
• wenden rechtliche, betriebliche und kundenspezifische Regelungen zum Datenschutz an;			
• führen Datenpflege und Datensicherung durch und kontrollieren sie.			
EIGENTUM			
• berücksichtigen Urheberrechte;			
• sichern ihr, bzw. das betriebliche geistiges Eigentum ab.			

UNTERSCHRIFTEN:

Der gesetzliche Vertreter
oder Vormund

Der Lehrling

Der Lehrmeister

Der Ausbilder

Fortschrittstabelle ausfüllen	Datum der letzten Überprüfung	Unterschrift des Lehrmeisters/Ausbilders
1. Lehrjahr		
2. Lehrjahr		
3. Lehrjahr		