



Bundesgesetzblatt

Teil I

2023

Ausgegeben zu Bonn am 27. September 2023

Nr. 254

**Verordnung
über die Prüfung zum anerkannten Fortbildungsabschluss
mit der Bezeichnung Geprüfter Fachwirt für Marketing oder Geprüfte Fachwirtin
für Marketing – Bachelor Professional in Marketing
(Marketingfachwirt-Bachelor-Professional-Fortbildungsverordnung –
MarketFachwBAProFV)**

Vom 21. September 2023

Das Bundesministerium für Bildung und Forschung verordnet jeweils nach Anhörung des Hauptausschusses des Bundesinstituts für Berufsbildung auf Grund

- des § 53 Absatz 1 in Verbindung mit Absatz 2, mit § 53a Absatz 1 Nummer 2 und mit § 53c des Berufsbildungsgesetzes in der Fassung der Bekanntmachung vom 4. Mai 2020 (BGBl. I S. 920) sowie in Verbindung mit § 1 Absatz 2 des Zuständigkeitsanpassungsgesetzes vom 16. August 2002 (BGBl. I S. 3165) und dem Organisationserlass vom 8. Dezember 2021 (BGBl. I S. 5176) im Einvernehmen mit dem Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz und
- des § 30 Absatz 5 des Berufsbildungsgesetzes in der Fassung der Bekanntmachung vom 4. Mai 2020 (BGBl. I S. 920):

§ 1

Ziel der Prüfung und Bezeichnung des Fortbildungsabschlusses

(1) Mit der erfolgreich abgelegten Prüfung nach dieser Verordnung wird die auf einen beruflichen Aufstieg abzielende Erweiterung der beruflichen Handlungsfähigkeit auf der zweiten beruflichen Fortbildungsstufe der höherqualifizierenden Berufsbildung nachgewiesen.

(2) Die Prüfung wird von der nach dem Berufsbildungsgesetz zuständigen Stelle durchgeführt.

(3) Durch die Prüfung ist festzustellen, ob die zu prüfende Person in der Lage ist, nach § 53c Absatz 2 Satz 1 des Berufsbildungsgesetzes Fach- und Führungsfunktionen zu übernehmen, in denen zu verantwortende Leitungsprozesse von Organisationen eigenständig gesteuert werden, eigenständig ausgeführt werden und dafür Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen geführt werden. Insbesondere ist festzustellen, ob die zu prüfende Person in der Lage ist, eigenständig und verantwortlich vollständige und bereichsübergreifende Geschäftsprozesse im Bereich Marketing zu gestalten und zu verbessern, deren Wirtschaftlichkeit und Qualität zu bewerten, Kunden zu beraten, Lösungen zu entwickeln und deren Umsetzung zu koordinieren und hierbei Führungsaufgaben wahrzunehmen. Dabei sind die rechtlichen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen und das internationale Umfeld zu berücksichtigen. Im Einzelnen umfasst dies insbesondere folgende Tätigkeiten:

1. zielgerichtetes Beschaffen, Analysieren, Bewerten, Präsentieren und Erläutern von Marktinformationen,
2. Prognostizieren von Marktentwicklungen und Entwickeln von Marketingstrategien,
3. zielgruppenorientiertes und situationsgerechtes Gestalten und Umsetzen von produkt- oder dienstleistungsbezogenen Marketingkonzepten,

4. Planen, Organisieren, Koordinieren, Kontrollieren und Optimieren von Projekten im nationalen und internationalen Umfeld,
5. Controlling und Qualitätssicherung im strategischen und operativen Marketing durchführen,
6. Führen von Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen und Fördern ihrer beruflichen Entwicklung,
7. Organisieren der Berufsausbildung.

(4) Für den Erwerb der in Absatz 3 bezeichneten Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten bedarf es in der Regel eines Lernumfangs von insgesamt mindestens 1 200 Stunden. Der Lerninhalt bestimmt sich nach den Anforderungen der in § 3 in Verbindung mit den §§ 4 bis 7 genannten Prüfungsbereiche.

(5) Die erfolgreich abgelegte Prüfung führt zum anerkannten Fortbildungsabschluss mit der Bezeichnung „Bachelor Professional in Marketing“. Der Abschlussbezeichnung wird die weitere Abschlussbezeichnung „Geprüfter Fachwirt für Marketing“ oder „Geprüfte Fachwirtin für Marketing“ vorangestellt.

§ 2

Zulassungsvoraussetzungen

(1) Zur Prüfung ist zuzulassen, wer die Anforderungen des § 53c des Berufsbildungsgesetzes erfüllt und Folgendes nachweist:

1. eine erfolgreich abgelegte Abschlussprüfung in dem anerkannten Ausbildungsberuf Kaufmann für Marketingkommunikation oder Kauffrau für Marketingkommunikation,
2. eine erfolgreich abgelegte Abschlussprüfung in einem anderen anerkannten kaufmännischen oder verwaltenden Ausbildungsberuf mit einer Berufsausbildungsdauer von drei Jahren und eine auf die Berufsausbildung folgende, mindestens einjährige Berufspraxis,
3. eine erfolgreich abgelegte Abschlussprüfung in einem anderen anerkannten Ausbildungsberuf und eine auf die Berufsausbildung folgende, mindestens zweijährige Berufspraxis,
4. den Erwerb von mindestens 90 Leistungspunkten nach dem Europäischen System zur Übertragung und Akkumulierung von Studienleistungen in einem betriebswirtschaftlichen Studium und eine mindestens zweijährige Berufspraxis oder
5. eine mindestens fünfjährige Berufspraxis.

(2) Die Berufspraxis nach Absatz 1 Nummer 2 bis 5 muss wesentliche inhaltliche Bezüge zu den in § 1 Absatz 3 genannten Tätigkeiten aufweisen. Die Dauer und der Inhalt der Berufspraxis sind in geeigneter Weise nachzuweisen.

(3) Abweichend von Absatz 1 ist zur Prüfung auch zuzulassen, wer durch Vorlage von Zeugnissen oder auf andere Weise glaubhaft macht, eine berufliche Handlungsfähigkeit erworben zu haben, die mit den Zulassungsvoraussetzungen nach Absatz 1 vergleichbar ist.

§ 3

Inhalt und Gliederung der Prüfung

Die Prüfung umfasst folgende Prüfungsbereiche:

1. „Marketingstrategien entwickeln“ nach § 4,
2. „Marketingkonzepte und -projekte planen und umsetzen“ nach § 5,
3. „Marketingprozesse analysieren, bewerten und weiterentwickeln“ nach § 6,
4. „Kommunikation, Führung und Zusammenarbeit sicherstellen“ nach § 7.

§ 4

Prüfungsbereich „Marketingstrategien entwickeln“

Im Prüfungsbereich „Marketingstrategien entwickeln“ hat die zu prüfende Person die Fähigkeiten nachzuweisen, Marktinformationen anforderungsorientiert zu beschaffen, zu bewerten, zu präsentieren und zu erläutern sowie auf dieser Grundlage Marktentwicklungen zu prognostizieren und Marketingstrategien abzuleiten. Dies umfasst die Fähigkeit, auch soziale, rechtliche, technische, ethische, kulturelle und ökologische Aspekte zielorientiert und situationsbezogen zu berücksichtigen. In diesem Rahmen wird aus folgenden Qualifikationsinhalten geprüft:

1. Analysieren der Marktentwicklung, situationsgerecht Instrumente und Formen der Marktforschung anwenden und daraus Schlussfolgerungen ziehen,

2. Ableiten von Marketingstrategien, Entscheidungsalternativen entwickeln und präsentieren,
3. Kommunizieren und Implementieren von Marketingstrategien unter Berücksichtigung interner und externer Rahmenbedingungen.

§ 5

Prüfungsbereich „Marketingkonzepte und -projekte planen und umsetzen“

Im Prüfungsbereich „Marketingkonzepte und -projekte planen und umsetzen“ hat die zu prüfende Person die Fähigkeiten nachzuweisen, produkt- oder dienstleistungsbezogene Marketingkonzepte zielgruppenorientiert sowie situationsgerecht zu entwickeln, zu gestalten und umzusetzen. In diesem Zusammenhang soll auch die Fähigkeit nachgewiesen werden, Projekte im nationalen und internationalen Umfeld zu planen, zu organisieren und zu optimieren. Dabei sollen auch soziale, rechtliche, technische, ethische, kulturelle, ökologische und ökonomische Aspekte zielorientiert und situationsbezogen berücksichtigt werden. In diesem Rahmen wird aus folgenden Qualifikationsinhalten geprüft:

1. Marketingmix strategiegerecht auswählen und zur Ausgestaltung von Marketingkonzepten einsetzen,
2. zielgruppenorientiertes und situationsgerechtes Koordinieren und Umsetzen von Marketingprojekten im Rahmen von Marketingkonzepten,
3. zielgerichtetes Auswerten und Optimieren von Marketingkonzepten und -projekten.

§ 6

Prüfungsbereich „Marketingprozesse analysieren, bewerten und weiterentwickeln“

Im Prüfungsbereich „Marketingprozesse analysieren, bewerten und weiterentwickeln“ hat die zu prüfende Person die Fähigkeiten nachzuweisen, die Wirtschaftlichkeit und Qualität strategischer und operativer Marketingprozesse zu analysieren und zu optimieren sowie dabei die Instrumente des Marketingcontrollings und der Qualitätssicherung anzuwenden. In diesem Rahmen wird aus folgenden Qualifikationsinhalten geprüft:

1. Instrumente des Marketingcontrollings auswählen und zur Analyse strategischer und operativer Marketingprozesse einsetzen,
2. Ergebnisse des Marketingcontrollings auswerten und zur Optimierung der Marketingprozesse nutzen,
3. Auswirkung auf die Qualitätssicherung der Prozesse analysieren und Verbesserungen ableiten.

§ 7

Prüfungsbereich „Kommunikation, Führung und Zusammenarbeit sicherstellen“

Im Prüfungsbereich „Kommunikation, Führung und Zusammenarbeit sicherstellen“ hat die zu prüfende Person die Fähigkeiten nachzuweisen, zielorientiert mit Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen, Auszubildenden und Geschäftspartnern zu kommunizieren und zu kooperieren, Methoden der Kommunikation und des Konfliktmanagements situationsgerecht einzusetzen und ethische Grundsätze zu berücksichtigen. Des Weiteren sollen die Fähigkeiten nachgewiesen werden, Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen, Auszubildende und Projektgruppen unter Beachtung der rechtlichen und betrieblichen Rahmenbedingungen und der Unternehmensziele zu führen und zu motivieren. In diesem Rahmen wird aus folgenden Qualifikationsinhalten geprüft:

1. situationsgerechtes Kommunizieren mit internen und externen Partnern sowie zielgerichtetes Einsetzen von Präsentationstechniken,
2. Festlegen und Begründen von Kriterien für die Personalauswahl sowie Mitwirken bei der Personalrekrutierung,
3. Planen und Steuern des Personaleinsatzes,
4. situationsgerechtes Anwenden von Führungsmethoden,
5. Planen und Durchführen der Berufsausbildung,
6. Fördern der beruflichen Entwicklung und Weiterbildung von Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen,
7. Gestalten des Arbeits- und Gesundheitsschutzes.

§ 8

Form und Ablauf der Prüfung

(1) Die Prüfung gliedert sich in

1. eine schriftliche Prüfung nach § 9 und
2. eine mündliche Prüfung nach § 10.

(2) Die mündliche Prüfung kann erst abgelegt werden, nachdem die schriftliche Prüfung abgelegt worden ist. Das Prüfungsverfahren ist innerhalb von zwei Jahren, beginnend mit dem Tag der ersten Prüfungsleistung, abzuschließen. Bei Überschreiten der Frist gelten die erbrachten Prüfungsleistungen als mit null Punkten bewertet.

(3) Absatz 2 Satz 3 ist nicht anzuwenden, wenn die Nichteinhaltung der Frist durch die nach dem Berufsbildungsgesetz zuständige Stelle zu vertreten ist.

§ 9

Schriftliche Prüfung

(1) Die schriftliche Prüfung wird auf der Grundlage der Beschreibung einer betrieblichen Situation, aus der die Aufgabenstellungen abzuleiten sind, durchgeführt. Die Aufgabenstellungen sind aufeinander abzustimmen und so zu gestalten, dass jeder Prüfungsbereich nach § 3 insgesamt mindestens einmal thematisiert wird. Die Aufgabenstellungen müssen der zu prüfenden Person eigenständig entwickelte Lösungen ermöglichen.

(2) Die schriftliche Prüfung besteht aus zwei Prüfungsleistungen in Form von zwei schriftlich unter Aufsicht zu bearbeitenden Aufgabenstellungen.

(3) Die Bearbeitungszeit beträgt für jede Aufgabenstellung 300 Minuten.

§ 10

Mündliche Prüfung

(1) Die mündliche Prüfung besteht aus zwei Prüfungsleistungen in Form einer Präsentation und eines sich unmittelbar anschließenden Fachgesprächs.

(2) In der Präsentation hat die zu prüfende Person nachzuweisen, dass sie in der Lage ist, ein komplexes Problem der betrieblichen Praxis zu erfassen, darzustellen, zu beurteilen und zu lösen. Die zu prüfende Person wählt selbständig ein Thema für die Präsentation aus und reicht dieses zum Termin der zweiten schriftlichen Prüfungsleistung mit einer Kurzbeschreibung des Problems und einer inhaltlichen Gliederung der Präsentation bei der nach dem Berufsbildungsgesetz zuständigen Stelle ein. Die Themenstellung muss mindestens einen Prüfungsbereich nach § 3 Nummer 1 bis 3 mit dem Prüfungsbereich nach § 3 Nummer 4 verknüpfen. Die Präsentation soll höchstens zehn Minuten dauern.

(3) Im Fachgespräch hat die zu prüfende Person, ausgehend von der Präsentation, nachzuweisen, dass sie in der Lage ist, betriebspraktische Probleme zu analysieren und Lösungsmöglichkeiten unter Beachtung der maßgebenden Einflussfaktoren zu bewerten. Das Fachgespräch soll höchstens 20 Minuten dauern.

§ 11

Bewertung der Prüfungsleistungen

(1) Jede Prüfungsleistung ist nach Maßgabe der Anlage 1 mit Punkten zu bewerten.

(2) In der schriftlichen Prüfung sind die beiden Prüfungsleistungen nach § 9 Absatz 2 jeweils einzeln zu bewerten. Aus den Bewertungen der beiden Prüfungsleistungen wird als Bewertung der schriftlichen Prüfung das arithmetische Mittel berechnet.

(3) In der mündlichen Prüfung sind als Prüfungsleistungen jeweils einzeln zu bewerten:

1. die Präsentation nach § 10 Absatz 2,
2. das Fachgespräch nach § 10 Absatz 3.

Aus den Bewertungen der Präsentation und des Fachgesprächs wird als Bewertung der mündlichen Prüfung das gewichtete arithmetische Mittel berechnet. Dabei sind die Bewertungen wie folgt zu gewichten:

1. die Bewertung der Präsentation mit einem Drittel und
2. die Bewertung des Fachgesprächs mit zwei Dritteln.

§ 12

Bestehen der Prüfung, Gesamtnote

(1) Die Prüfung ist bestanden, wenn ohne Rundung jeweils mindestens 50 Punkte erreicht worden sind in

1. der schriftlichen Prüfung nach § 9 und
2. der mündlichen Prüfung nach § 10.

(2) Ist die Prüfung bestanden, sind die folgenden Punktebewertungen jeweils kaufmännisch auf eine ganze Zahl zu runden:

1. die Bewertung der schriftlichen Prüfung nach § 11 Absatz 2,
2. die Bewertung der mündlichen Prüfung nach § 11 Absatz 3.

(3) Für die Bildung einer Gesamtnote ist als Gesamtpunktzahl das arithmetische Mittel der Bewertungen nach Absatz 2 zu berechnen. Die Gesamtpunktzahl ist kaufmännisch auf eine ganze Zahl zu runden. Der gerundeten Gesamtpunktzahl ist nach Anlage 1 die Note als Dezimalzahl und die Note in Worten zuzuordnen. Die zugeordnete Note ist die Gesamtnote.

§ 13

Befreiung von einzelnen Prüfungsbestandteilen

Wird die zu prüfende Person nach § 56 Absatz 2 des Berufsbildungsgesetzes von der Ablegung einzelner Prüfungsbestandteile befreit, bleiben diese Prüfungsbestandteile für die Anwendung der §§ 11 und 12 außer Betracht. Für die übrigen Prüfungsbestandteile erhöhen sich die Anteile nach § 11 Absatz 2 oder Absatz 3 oder § 12 Absatz 3 entsprechend ihrem Verhältnis zueinander. Allein diese Prüfungsbestandteile sind den Entscheidungen des Prüfungsausschusses zugrunde zu legen.

§ 14

Zeugnisse

(1) Wer die Prüfung nach § 12 Absatz 1 bestanden hat, erhält von der nach dem Berufsbildungsgesetz zuständigen Stelle zwei Zeugnisse nach Maßgabe der Anlage 2 Teil A und B.

(2) Auf dem Zeugnis mit den Inhalten nach Anlage 2 Teil B sind die Noten als Dezimalzahlen mit einer Nachkommastelle und ist die Gesamtnote als Dezimalzahl mit einer Nachkommastelle und in Worten anzugeben. Jede Befreiung nach § 13 ist mit Ort, Datum und der Bezeichnung des Prüfungsgremiums der vergleichbaren Prüfung anzugeben.

(3) Die Zeugnisse können zusätzliche nichtamtliche Bemerkungen zur Information (Bemerkungen) enthalten, insbesondere

1. über den erworbenen Abschluss oder
2. auf Antrag der geprüften Person über während oder anlässlich der Fortbildung erworbene besondere oder zusätzliche Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten.

§ 15

Wiederholung der Prüfung

(1) Sind in der schriftlichen oder in der mündlichen Prüfung nicht jeweils mindestens 50 Punkte erreicht worden, können sie jeweils zweimal wiederholt werden. Bei Nichtbestehen der zweiten Wiederholungsprüfung gilt die gesamte Prüfung als nicht bestanden.

(2) Wer sich innerhalb von zwei Jahren, gerechnet vom Tag des Zugangs des Bescheids über die nicht bestandene Prüfung, zur Wiederholung der Prüfung anmeldet, ist von der schriftlichen Prüfung oder der mündlichen Prüfung zu befreien, wenn diese in einer vorangegangenen Prüfung mit mindestens 50 Punkten bewertet worden ist.

§ 16

Befreiung vom schriftlichen Teil der Ausbildeignungsprüfung

Wer die Prüfung nach dieser Verordnung bestanden hat, ist vom schriftlichen Teil der Prüfung nach der Ausbildeignungsverordnung befreit.

§ 17

Übergangsvorschriften

(1) Prüfungsverfahren, die nach der Verordnung über die Prüfung zum anerkannten Fortbildungsabschluss Geprüfter Fachwirt für Marketing und Geprüfte Fachwirtin für Marketing vom 21. August 2014 (BGBl. I S. 1461), die durch Artikel 74 der Verordnung vom 9. Dezember 2019 (BGBl. I S. 2153) geändert worden ist, begonnen worden sind, sind nach den Vorschriften der vorstehend bezeichneten Verordnung bis zum 28. September 2026 zu Ende zu führen.

(2) Bei einer Anmeldung zur Prüfung zwischen dem 1. Januar 2020 und dem 28. September 2023 hat die nach dem Berufsbildungsgesetz zuständige Stelle auf Antrag der zu prüfenden Person die Prüfung nach dieser Verordnung durchzuführen. Prüfungsleistungen, die nach der in Absatz 1 bezeichneten Verordnung erfolgreich abgelegt wurden, sind auf die nach dieser Verordnung erforderlichen Prüfungsleistungen anzurechnen.

(3) Auf Antrag der zu prüfenden Person ist die Wiederholungsprüfung nach dieser Verordnung durchzuführen.

§ 18

Inkrafttreten, Außerkrafttreten

Diese Verordnung tritt am Tag nach der Verkündung in Kraft. Gleichzeitig tritt die Verordnung über die Prüfung zum anerkannten Fortbildungsabschluss Geprüfter Fachwirt für Marketing und Geprüfte Fachwirtin für Marketing vom 21. August 2014 (BGBl. I S. 1461), die durch Artikel 74 der Verordnung vom 9. Dezember 2019 (BGBl. I S. 2153) geändert worden ist, außer Kraft.

Bonn, den 21. September 2023

Die Bundesministerin
für Bildung und Forschung
Bettina Stark-Watzinger

Anlage 1
(zu den §§ 11 und 12)

Bewertungsmaßstab und -schlüssel

Punkte	Note als Dezimalzahl	Note in Worten	Definition
100	1,0	sehr gut	eine Leistung, die den Anforderungen in besonderem Maß entspricht
98 und 99	1,1		
96 und 97	1,2		
94 und 95	1,3		
92 und 93	1,4		
91	1,5	gut	eine Leistung, die den Anforderungen voll entspricht
90	1,6		
89	1,7		
88	1,8		
87	1,9		
85 und 86	2,0		
84	2,1		
83	2,2		
82	2,3		
81	2,4		
79 und 80	2,5	befriedigend	eine Leistung, die den Anforderungen im Allgemeinen entspricht
78	2,6		
77	2,7		
75 und 76	2,8		
74	2,9		
72 und 73	3,0		
71	3,1		
70	3,2		
68 und 69	3,3		
67	3,4	ausreichend	eine Leistung, die zwar Mängel aufweist, aber im Ganzen den Anforderungen noch entspricht
65 und 66	3,5		
63 und 64	3,6		
62	3,7		
60 und 61	3,8		
58 und 59	3,9		
56 und 57	4,0		
55	4,1		
53 und 54	4,2		
51 und 52	4,3		
50	4,4		

Punkte	Note als Dezimalzahl	Note in Worten	Definition
48 und 49	4,5	mangelhaft	eine Leistung, die den Anforderungen nicht entspricht, jedoch erkennen lässt, dass gewisse Grundkenntnisse noch vorhanden sind
46 und 47	4,6		
44 und 45	4,7		
42 und 43	4,8		
40 und 41	4,9		
38 und 39	5,0		
36 und 37	5,1		
34 und 35	5,2		
32 und 33	5,3		
30 und 31	5,4		
25 bis 29	5,5	ungenügend	eine Leistung, die den Anforderungen nicht entspricht und bei der selbst Grundkenntnisse fehlen
20 bis 24	5,6		
15 bis 19	5,7		
10 bis 14	5,8		
5 bis 9	5,9		
0 bis 4	6,0		

Anlage 2
(zu § 14)

Zeugnisinhalte

Teil A – Zeugnis ohne Prüfungsergebnisse

1. Bezeichnung der ausstellenden Behörde,
2. Name und Geburtsdatum der geprüften Person,
3. Datum des Bestehens der Prüfung,
4. Bezeichnung des erworbenen Fortbildungsabschlusses nach § 1 Absatz 5,
5. Bezeichnung und Fundstelle dieser Fortbildungsordnung nach den Angaben im Bundesgesetzblatt unter Berücksichtigung erfolgter Änderungen dieser Verordnung,
6. Datum der Ausstellung des Zeugnisses samt Faksimile oder Unterschrift einer zeichnungsberechtigten Person der nach dem Berufsbildungsgesetz zuständigen Stelle.

Teil B – Zeugnis mit Prüfungsergebnissen

Alle Angaben des Teils A sowie zusätzlich

7. Benennung der Prüfungsbereiche der Prüfung,
8. Bewertung der schriftlichen und der mündlichen Prüfung,
9. die errechnete Gesamtpunktzahl für die gesamte Prüfung,
10. die Gesamtnote als Dezimalzahl,
11. die Gesamtnote in Worten,
12. Befreiungen nach § 13,
13. Bescheinigung der Befreiung vom schriftlichen Teil der Prüfung nach der Ausbilder-Eignungsverordnung nach § 16.