Didaktische Jahresplanung „Hörakustik“: Ausgestaltung der Lernsituationen der Lernfelder 1, 5, 6 (Friedrich-Albert-Lange-Berufskolleg, Duisburg)

##### Ausgangssituation:

Hörakustikermeister Peter Hörmal ist alleiniger Inhaber des Unternehmens „Hörakustik Hörmal GmbH“ in Duisburg. Er beschäftigt insgesamt acht Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die jeweils ihren eigenen Kundinnen und Kunden mit Hörbeeinträchtigungen helfen, den für sie optimalen Weg zu besserem Hören zu finden.

Wie jedes Jahr stellt Herr Hörmal eine Auszubildende bzw. einen Auszubildenden für den Ausbildungsberuf Hörakustikerin/Hörakustiker ein. Herr Hörmal legt sehr viel Wert darauf, dass die Auszubildenden jede anfallende Tätigkeit im Hörgerätefachgeschäft kennen lernen und die Arbeit seiner Mitarbeiter möglichst eigenständig unterstützen sollen.

Zu Beginn der Ausbildung bekommen alle Auszubildenden ihren Ausbildungsplan. Obwohl Herr Hörmal versucht, den einzelnen Ausbildungsabschnitten feste Ausbilder zuzuweisen, muss während der Ausbildung regelmäßig damit gerechnet werden, dass einige Ausbilder aufgrund von Krankheit, Mutterschutz oder Elternzeit ausfallen. In diesen Phasen müssen die Auszubildenden eigenständig versuchen, die Kundenprobleme zu erörtern und zu lösen.

|  |
| --- |
| **1. Ausbildungsjahr****Bündelungsfach:** Spezifische Geschäftsvorgänge**Lernfeld 6:** (40 UStd.): Hörsysteme, Zubehör und Dienstleistungen anbieten und verkaufen**Lernsituation 6.1:** (15 UStd.): Planung der Durchführung des Verkaufs von Hörsystemen und Zubehör |
| Einstiegsszenario Der ältere Kunde „Hermann Schulte“ mit einer erheblichen Hörbeeinträchtigung möchte sich über Licht- und Vibrationsanlagen informieren. Die oder der Auszubildende wird beauftragt eine Bedarfsermittlung durchzuführen und den Kunden hinsichtlich einer Licht- und Vibrationsanlage zu beraten. | Handlungsprodukt/Lernergebnis* Tabellarische Übersicht zu den Fragentypen und Nutzenargumenten
* Mindmap zu den Regeln im Gespräch mit hörgeschädigten Kundinnen und Kunden
 |
| Wesentliche KompetenzenDie Schülerinnen und Schüler* benennen verschiedene Maßnahmen des Visual Merchandising und deren Wirkungen auf die Kundinnen und Kunden.
* führen eine Bedarfsermittlung sowie eine bedürfnisgerechte Nutzenargumentation durch.
* berücksichtigen im Rahmen eines simulierten Beratungsgespräches die kommunikativen Besonderheiten im Umgang mit Menschen mit Hörbeeinträchtigungen.
 | Konkretisierung der Inhalte* Visual Merchandising: Dekoration, Licht, Farben, Kundenführung und Warenträgerplatzierung
* Bedarfsermittlung mithilfe verschiedener Fragentypen: offene Fragen, geschlossene Fragen, Suggestiv-Fragen, Alternativ-Fragen und rhetorische Fragen (Fragentrichter)
* Nutzenargumente: strategische, kaufmännische, produkttechnische Nutzenargumente; Qualität, Kundenbetreuung, Kundenservice etc.
* Regeln im Gespräch mit dem hörgeschädigten Kundinnen und Kunden (gut ausgeleuchtetes Gesicht der Beraterin oder des Beraters, niedrige Störschallpegel, deutliche Aussprache etc.)
* Funktionseinheiten des Hörens
* Hörtaktik; Bezugsrahmen
 |
| Lern- und Arbeitstechniken* Gruppenpuzzle Placemat-Methode, Rollenspiele zur Umsetzung von Visual Merchandising
* Einzel- und Partnerarbeitsphasen zur Erstellung von Fragetypen und Nutzenargumenten
 |
| Organisatorische HinweiseBeratungsraum |