

Trägerverein für den eidgenössischen Fachausweis Texterin und Texter

WEGLEITUNG

zur Prüfungsordnung über die

Berufsprüfung für Texterin und Texter

vom 10. Juni 2010

**Provisorische Version vorbehältlich der Genehmigung des
Bundesamtes für Berufsbildung und Technologie, BBT.**

1. ALLGEMEINES

Diese Wegleitung präzisiert die Prüfungsordnung. Die zwingenden Vorschriften der Prüfungsordnung bleiben in jedem Fall vorbehalten. Die aktuelle Fassung der Wegleitung ist jeweils im Internet publiziert.

Allfällige Änderungen der Wegleitung werden spätestens 12 Monate vor der Prüfung auf der Website des Dachverbandes der Schweizer Werbung SW publiziert, wobei den Kandidatinnen und Kandidaten aus der Änderung kein Nachteil erwachsen darf.

Das Absolvieren eines Lehrganges zur Vorbereitung auf diese eidgenössische Prüfung ist nicht Voraussetzung für die Zulassung. Die gestellten Anforderungen sind aber anspruchsvoll, sodass sich die Vorbereitung auf die Prüfung über ein entsprechendes Ausbildungsinstitut empfiehlt.

2. BERUFSBILD

Kompetenzen und Fähigkeiten

Ausgeprägte sprachliche Fähigkeiten und die Freude am Formulieren sind ebenso wichtig wie visuelles Vorstellungsvermögen, Media- und Marketingkenntnisse. Texterinnen und Texter kennen die Struktur von Konzepten und Kommunikationsstrategien insbesondere in folgenden Bereichen:

- Marketingkommunikation
- Klassische Werbung in sämtlichen Medien
- Verkaufsförderung, Events
- Direct Marketing
- Kommerzielle Kommunikation im Internet, in audiovisuellen und elektronischen Medien sowie allen neuen Medien

Texterinnen und Texter arbeiten in Werbeagenturen, selbständig auf Freelance-Basis oder in grösseren Werbeabteilungen auf Kundenseite bzw. als Textverantwortliche in Unternehmen. Sie wirken bei der Erarbeitung der visuellen Ansätze mit, überprüfen die Gestaltung auf ihre Stimmigkeit und übernehmen die Koordination für den Fremdsprachenteil. Sie erstellen die Texte und sind fähig, deren Realisierung in den Kampagnen zu überwachen.

Als Fachleute für sprachliche Umsetzungen können Texterinnen und Texter sich verständlich, präzise und knapp ausdrücken sowie die geforderten Inhalte zielgruppengerecht transportieren. Sie verfügen über eine sehr gute Allgemeinbildung.

3. AUSSCHREIBUNG, ANMELDUNG, ZULASSUNG, GEBÜHREN

Massgebend ist Ziff. 3 der Prüfungsordnung. Es sind hier nur noch ergänzende Angaben aufgeführt.

3.1 Anmeldung

Die Anmeldung hat innert der unter Ziff. 3.11 aufgeführten Frist mit dem offiziellen Anmeldeformular an das Sekretariat der Prüfungskommission mit Sitz in Zürich zu erfolgen. Der Anmeldung sind beizufügen:

- Lückenloser Lebenslauf mit aktuellem Passfoto und den wichtigsten Angaben zur Person, zur Ausbildung und vor allem zur beruflichen Tätigkeit
- Ausweise BBT-anerkannter Schulen und Weiterbildungsinstitute, soweit diese für die Zulassung von Bedeutung sind
- Zeugnisse und Zwischenzeugnisse der beruflichen Tätigkeit zum Nachweis der für die Zulassung erforderlichen Praxis

In der Anmeldung ist die gewünschte Amtssprache gemäss Ziff. 4.11 der Prüfungsordnung anzugeben. Die Ausweise, Zeugnisse und Bestätigungen sind in Form von Fotokopien beizulegen.

Die Anmeldung ist unter Einhaltung der Vorgaben des Prüfungssekretariates innert der bekanntgegebenen Frist wahrheitsgetreu und vollständig einzureichen. Mit der Anmeldung anerkennen die Kandidatinnen und Kandidaten die vorliegende Prüfungsordnung.

3.2 Zulassung

Die für die Zulassung gemäss Ziff. 3.31 der Prüfungsordnung erforderliche Praxisdauer wird bis zum Beginn der Prüfung angerechnet. Aus der Anmeldung soll klar hervorgehen, dass die Zulassungsbedingungen erfüllt sind. Bei Rückfragen sind die verlangten Auskünfte wahrheitsgetreu und vollständig anzugeben.

Zur Prüfung wird zugelassen, wer

a) die MarKom-Zulassungsprüfung oder eine gleichwertige Prüfung innerhalb der letzten 5 Jahre bestanden hat;

und

b) über mindestens 2 Jahre Berufspraxis in den Bereichen Werbung, Public Relations, Journalismus, Marketing, Verkauf oder Direktmarketing verfügt und einen der nachstehenden Ausweise besitzt:

- eidg. Fähigkeitszeugnis als Kauffrau/Kaufmann
- eidg. Fähigkeitszeugnis einer mindestens 3jährigen Grundbildung in einem grafischen Beruf
- eidg. Fähigkeitszeugnis einer mindestens 3jährigen Grundbildung in einem Verkaufsbereich
- Diplom einer vom BBT anerkannten Handelsmittelschule
- Diplom einer kantonally anerkannten, mindestens 3jährigen Diplommittelschule oder
- Maturität (alle Typen)
- Diplom einer höheren Fachprüfung für kaufmännische Berufe
- Abschluss einer höheren Fachschule, einer Hochschule oder Fachhochschule im kaufmännischen Bereich
- Fachausweis für PR-, Marketing- oder Verkaufsfachleute

oder

c) über mindestens 3 Jahre Berufspraxis in den Bereichen Werbung, Public Relations, Journalismus, Marketing, Verkauf, Direktmarketing verfügt oder wenn der Nachweis einer der obigen Ausbildungen fehlt, resp. nicht erbracht wird.

Vorbehalten bleibt die fristgerechte Überweisung der Prüfungsgebühr nach Erhalt der bestätigten Zulassung.

3.3.2 Über die Gleichwertigkeit von ausländischen Ausweisen und Diplomen entscheidet das BBT.

3.3.3 Der Entscheid über die Zulassung zur Prüfung wird der Bewerberin oder dem Bewerber vor Beginn der Prüfung schriftlich mitgeteilt. Ein ablehnender Entscheid enthält eine Begründung und eine Rechtsmittelbelehrung

3.3 Gebühren Fachausweis

Für die Ausfertigung des Fachausweises und die Eintragung in das Register der Fachausweisinhaberinnen und -inhaber erhebt das BBT eine Gebühr, welche die Kandidatinnen und Kandidaten separat zu begleichen haben.

3.4 Rücktritt

Im Falle eines unentschuldbaren Rücktrittes müssen die bis dahin angefallenen Kosten für Vorbereitung und Durchführung der Prüfung durch den Kandidaten oder die Kandidatin gedeckt werden:

- a) Mehr als 4 Wochen vor Prüfungsbeginn sind 10% der Prüfungsgebühr für den administrativen Aufwand der Vorbereitung gemäss Ziff. 3.42 geschuldet.
- b) Weniger als 4 Wochen vor Prüfungsbeginn sind 50% der Prüfungsgebühr geschuldet.
- c) Am Tag der ersten Prüfung oder später ist die volle Prüfungsgebühr geschuldet.

4. DER PRÜFUNGSSTOFF IN DER ÜBERSICHT

4.1 Prüfungsteile

Die Kandidatinnen und Kandidaten erhalten 30 Tage vor der schriftlichen Prüfung das Recherche-Thema für den Hauptteil «Idee, Konzept, Text». Für diesen Prüfungsteil ist das Mitbringen der im Aufgebot definierten Unterlagen erlaubt. Die Prüfung umfasst folgende Teile:

	Prüfungsteil	Art der Prüfung		Zeit total	Gewichtung
		mündlich	schriftlich		
1	Idee, Konzept, Text (mit vorgängiger Recherche)		300 Min.	300 Min.	Hauptteil
2	Rechtschreibung, Grammatik, Interpunktion		30 Min.	30 Min.	Hauptteil
3	Redigieren		60 Min.	60 Min.	Hauptteil
4	Audiovisuelle und elektronische Medien		60 Min.	60 Min.	Hauptteil
5	Analyse und Wirkung von Texten	25 Min.		25 Min.	Nebenteil
6	Marketing- und Kommunikations- instrumente	25 Min.		25 Min.	Nebenteil
7	Recherche und Recht	25 Min.		25 Min.	Nebenteil
	Total mündlich	75 Min.			
	Total schriftlich		450 Min.		
	Zeit in Min. total			525 Min.	

4.2 Strukturvorgabe

Grundsätzlich richten sich die Experten bei der Aufgabenstellung nach den Anforderungen der Praxis. Die Prüfungsaufgaben und -fragen prüfen in erster Linie die Fähigkeit zur Anwendung der Fachkenntnisse in konkreten, praxisbezogenen Situationen. Die nachfolgend aufgeführten Prüfungsinhalte beschreiben das an der Prüfung geforderte Wissen und die Eckpunkte der Fachbereiche. In der Art der Aufgabenstellung sind die Experten grundsätzlich frei. Es müssen nicht zwingend in jeder Prüfungsaufgabe alle einzelnen Punkte der Fachbeschreibungen behandelt werden.

5. DER PRÜFUNGSSTOFF IM DETAIL

5.1 Idee, Konzept, Text – mit vorgängiger Recherche

Beschrieb des Prüfungsstoffs	Taxonomie
Recherche zu einem Werbethema sowie Situationsanalyse nach relevanten Themen durchführen und Ergebnisse zusammenstellen.	K4
Ein Briefing / eine Copyplattform und die dahinter stehende Werbestrategie verstehen und interpretieren.	K4
Aufgrund des Briefings / der Copyplattform eine tragende (eigenständige) Werbeidee für eine Anzeigenkampagne entwickeln.	K5
Kreativitätstechniken kennen und anwenden.	K3
Zu einer Kampagne den passenden Wortschatz auswählen.	K3
Passende Bildsprache definieren und Headline-Ansätze entwickeln.	K4
Komponenten/Aufbau von unterschiedlichen Werbemitteln und Kommunikationsinstrumenten kennen und in einem praktischen Beispiel umsetzen.	K5
Zielgruppen- und mediengerechte Copies erstellen.	K5
Sinn und Zweck eines Wettbewerbes kennen und mediengerecht integrieren.	K3
Eine kreative Idee auf andere Medien bzw. unterschiedliche Werbemittel und Kommunikationsinstrumente adaptieren.	K5

Ideenpräsentation mit kompakter, schlüssiger Konzeptbeschreibung erstellen von Auftrag über Tonalität bis zu Massnahmen.	K3
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

5.2 Rechtschreibung, Grammatik, Interpunktion

Allgemeiner Hinweis: Geprüft wird nach Duden, Band 1, «Die deutsche Rechtschreibung», und Walter Heuer, «Richtiges Deutsch», Verlag NZZ, aktuelle Ausgaben.

Beschrieb des Prüfungsstoffs	Taxonomie
Orthografische und stilistische Fragen unterscheiden und erklären.	K2
Bedeutung von Rechtschreibung und Stil auf die Wirkung von Texten einschätzen.	K2
Die Terminologie in den Bereichen Rechtschreibung, Interpunktion, Syntax und Grammatik kennen und anwenden.	K3
Schweizer Besonderheiten und Helvetismen kennen.	K1
Internationale Korrekturzeichen kennen, verstehen und anwenden.	K3
Einen Überblick haben über weitere Nachschlagewerke.	K1

5.3 Redigieren

Beschrieb des Prüfungsstoffs	Taxonomie
Stärken und Schwächen eines Textes erkennen und Schwächen mit sparsamen und effizienten Eingriffen beheben.	K4
Tonalität, Stil und Textsorten kennen und interpretieren.	K2
Sprache und Textsorten der Unternehmenskommunikation kennen und interpretieren.	K2
Häufigste Probleme bei der Textredaktion erläutern und Lösungen vorschlagen.	K3
Textsorten und zielgruppenspezifisches Redigieren von Texten beherrschen.	K4
Aktuelle Erkenntnisse der Leseforschung kennen.	K1
Möglichkeiten der geschlechtergerechten Sprache kennen.	K1
Sprachverstösse in den drei Ebenen Wort, Satz und Text erkennen und korrigieren.	K3
Einfache rhetorische Figuren kennen.	K1

5.4 Audiovisuelle und elektronische Medien

Beschrieb des Prüfungsstoffs	Taxonomie
Idee, Konzept und Navigation für eine einfache Website entwickeln.	K4
Unterstützende Elemente zu einer Website konzipieren wie Banner, Microsite oder Animationen.	K5
Treatment für einen TV-Spot bzw. Kino-Spot erarbeiten.	K5
Radiospot konzipieren und texten.	K5
Texte für verschiedene Medien mediengerecht ausarbeiten wie Print, Hörtexte, Web, Blog, Twitter, SMS usw.	K3
Webbasierte Social Networks kennen und für Werbekampagnen nutzen.	K3
Textsensible Elemente der Suchmaschinenoptimierung (SEO) kennen.	K2

5.5 Analyse und Wirkung von Texten

Beschrieb des Prüfungsstoffs	Taxonomie
Begriffe der Textanalyse sowie der Textrezeption und -wirkung kennen und erklären.	K2
Die Wirkung von Textlänge, Aufbau und Struktur sowie Stilmitteln verstehen.	K2
Die Textarten kennen und anwenden wie zum Beispiel Literatur, Poesie, Journalismus usw.	K3
Aufbau, Merkmale und Wirkung journalistischer und werblicher Texte kennen und unterscheiden.	K2
Texte nach inhaltlichen und formalen Punkten analysieren.	K4
Wortwahl, Wortarten und Fremdwörter verstehen und darstellen.	K2
Satzbau, Satzarten und Satzstellungen verstehen und erklären.	K2
Absicht und Wirkung eines Textes erläutern.	K3

5.6 Marketing- und Kommunikationsinstrumente

Beschrieb des Prüfungsstoffs	Taxonomie
Über grundlegende Kenntnisse des Marketings und seiner Instrumente verfügen.	K2
Kenntnisse der wichtigsten Marktforschungsansätze und -möglichkeiten sowie der Einsatzmöglichkeiten vorweisen.	K2
Die Besonderheiten der Kommunikation in der Konsumgüter-, Investitionsgüter- und Dienstleistungsbranche sowie von Non-Profit-Organisationen aus konzeptioneller Sicht inkl. ihrer Umsetzung beschreiben.	K3
Die wesentlichen Grundbegriffe der integrierten Kommunikation beschreiben, inklusive Sinn und Zweck.	K3
Die Bestandteile einer Kommunikationsstrategie kennen und ihre Inhalte beschreiben.	K3
Die Bestandteile einer Corporate Identity kennen und ihr Zusammenwirken beschreiben.	K3
Einsatzmöglichkeiten der Kommunikationsinstrumente wie klassische Werbung, Verkaufsförderung, Direktmarketing, Public Relations, Internet sowie Sponsoring, Events und Messen und deren Zusammenwirken aus strategischer Sicht kennen.	K2
Einsatzmöglichkeiten der Kommunikationsinstrumente aus kommunikativ-textlicher Sicht kennen und beurteilen.	K4
Fehlende oder unvollständige Inhalte einer Kommunikationsstrategie erkennen und allenfalls sinnvoll ergänzen.	K4
Ein Briefing (vom Berater oder Auftraggeber) inklusive Zielgruppendefinition(en) und Positionierung verstehen und umsetzen.	K4
Bestehende Kommunikationsmassnahmen beurteilen, bewerten und Verbesserungen vorschlagen.	K4
Die Medien in der klassischen Werbung/Mediawerbung nach ihren Einsatzmöglichkeiten aus strategischer und aus Sicht der Umsetzung beurteilen.	K4
Kampagnen anhand eines Werbemittels nach ihren vermuteten strategischen Ansätzen und Inhalten beurteilen.	K4

5.7 Recherche und Recht

Beschrieb des Prüfungsstoffs	Taxonomie
Gezielte Vorgehensweise/Suchstrategie bei Themenrecherchen mittels traditioneller Quellen und Internet beschreiben.	K2
Informationen beurteilen, Wahrheitsgehalt abschätzen sowie unsichere Quellen erkennen.	K2
Die einfachen Regelungen des Bundesgesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) kennen.	K1
Die Aufgaben des Eidgenössischen Institutes für Geistiges Eigentum beschreiben.	K2
Die Aufgaben der Stiftung der Schweizer Werbung für die Lauterkeit in der kommerziellen Kommunikation erklären.	K2
Urheberrechte, Verwendungs- und Nutzungsrechte in Bezug auf Texte und Zitate kennen und berücksichtigen.	K3

6. BEWERTUNG

6.1 Punkteschlüssel und Notengebung

Die Beurteilung der Notenwerte ist aus Ziff. 6 der Prüfungsordnung ersichtlich. Ergänzend dazu dient der Punkteschlüssel, welcher bei der Leistungsbeurteilung zur Notengebung angewendet wird.

92	bis	100	Punkte	Note	6,0	<i>qualitativ und quantitativ sehr gut</i>
83	bis	91	Punkte	Note	5,5	
74	bis	82	Punkte	Note	5,0	<i>gut, zweckentsprechend</i>
65	bis	73	Punkte	Note	4,5	
55	bis	64	Punkte	Note	4,0	<i>den Mindestanforderungen entsprechend</i>
45	bis	54	Punkte	Note	3,5	
36	bis	44	Punkte	Note	3,0	<i>schwach, unvollständig</i>
27	bis	35	Punkte	Note	2,5	
18	bis	26	Punkte	Note	2,0	<i>sehr schwach</i>
9	bis	17	Punkte	Note	1,5	
0	bis	8	Punkte	Note	1,0	<i>unbrauchbar oder nicht ausgeführt</i>

Pro Prüfungsteilnote werden maximal 100 Punkte vergeben, wobei die Unterteilung in Teilaufgaben einer Gewichtung gleichkommt. Unterteilung und Gewichtung werden durch die Experten in Abstimmung mit dem Prüfungsleiter vorgenommen und in den schriftlichen Aufgaben bekannt gegeben. Das Total der erreichten Punktzahl ergibt die Prüfungsteilnote. In den Abstufungen sind nur ganze und halbe Notenwerte zulässig.

6.2 Taxonomiestufen

Es gelten die Taxonomiestufen in Anlehnung nach Bloom:

Taxonomiestufe	Inhalt	Beschreibung
K1 Wissen <ul style="list-style-type: none"> Faktenwissen Kennen 	Aufzeichnen von Teilantworten, abfragen und wiedererkennen	Der/die Kandidat/in gibt wieder, was sie/er vorher gelernt hat: z.B. Bezeichnungen, Zusammenhänge, Daten, Lösungsschritte, Abfolgen. Probleme werden durch Assoziation oder automatisch, routinemässig gelöst. Der Prüfungsstoff muss auswendig gelernt oder geübt werden.
K2 Verständnis <ul style="list-style-type: none"> Verstehen, mit eigenen Worten begründen 	Übersetzen, interpretieren und fortschreiben	Der/die Kandidat/in erklärt z.B. einen Begriff, eine Formel oder einen Sachverhalt. Das Verständnis zeigt sich darin, dass sie/er das Gelernte auch in einem Kontext präsent hat, der sich von jenem unterscheidet, in welchem gelernt worden ist. So kann sie/er z.B. einen Sachverhalt auch umgangssprachlich erläutern oder den Zusammenhang grafisch darstellen.
K3 Anwendung <ul style="list-style-type: none"> Umsetzung eindimensionaler Lerninhalte Beispiele aus eigener Praxis 	Anwendung in Situationen, die neu sind, unüblich oder einen neuen Blickwinkel für Kandidaten/innen haben	Der/die Kandidat/in wendet etwas Gelerntes in einer neuen Situation an. Diese Anwendungssituation ist vorher im Unterricht so nicht vorgekommen.
K4 Analyse <ul style="list-style-type: none"> Zerlegen in Einzelteile Fallstudien-Torsos 	In Teile und Formen herunterbrechen	Der/die Kandidat/in zerlegt Probleme, Situationen, Ausgangslagen, Verfahren, Lösungen oder anderes in die Bestandteile. Dabei muss sie/er in komplexen Sachverhalten die Aufbauprinzipien oder inneren Strukturen entdecken. Sie/er erkennt Zusammenhänge. Die Aufgabe ist dabei neu.
K5 Synthese <ul style="list-style-type: none"> Vernetzen; fachübergreifend darstellen Optimieren; Projektaufgaben 	Elemente zu einem Muster kombinieren, das vorher nicht klar war	Der/die Kandidat/in zeigt eine konstruktive Leistung. Sie/er muss verschiedene Teile zusammenfügen, die sie/er noch nicht zusammen erlebt oder gesehen hat. Aus ihrer/seiner Sicht muss eine schöpferische Leistung erbracht werden. Das Neue kann in der bisherigen Zivilisation, Kultur oder Wissenschaft schon vorhanden sein. Es ist aber noch nicht in der bisherigen Erfahrung im Unterricht oder in der sonstigen Kenntnis der Kandidaten präsent.
K6 Beurteilung <ul style="list-style-type: none"> Entspricht der K4-Stufe mit zusätzlicher Bewertung durch den/die Kandidat/in 	Bezogen auf einen Kriterienkatalog und angeben warum	Der/die Kandidat/in beurteilt Probleme, Situationen, Ausgangslagen, Lösungen, Ansätze, ein Verfahren oder etwas Ähnliches insgesamt in Hinsicht auf Zweckmässigkeit oder innere Struktur. Das Objekt der Beurteilung ist komplex, es beinhaltet mehrere Elemente. Sie/er kennt zum Beispiel das Modell, dessen Bestandteile und darüber hinaus noch die Qualitätsangemessenheit, die innere Stimmigkeit oder Funktionstüchtigkeit. Darüber hinaus muss er/sie sich ein Urteil bilden, um die Aufgabe richtig lösen zu können. Das Urteil gilt dem ganzen Objekt. Zur Beurteilung gehört auch das Begründen. Man muss sagen können, warum etwas besser ist.

7. HILFSMITTEL

Folgende Hilfsmittel sind für die Prüfung zugelassen:

- Schreibutensilien
- Uhren, sofern sie nicht programmierbar sind und keine zusätzlichen Funktionen enthalten
- Die unter Punkt 4.1 erwähnten Unterlagen
- Wörterbücher in Papierform wie zum Beispiel Duden, Band 1, «Die deutsche Rechtschreibung», oder Duden, Band 8, «Das Synonymwörterbuch»

Diese Liste ist abschliessend. Die Prüfungskommission kann für einzelne Fächer zusätzliche Hilfsmittel zulassen. Die entsprechenden Hinweise finden sich im Aufgebot zur Prüfung.

8. VORBESCHIED ZUR ZULASSUNG

Bestehen Zweifel, ob zum Beispiel die schulische Grundlage oder die Praxiserfahrung ausreichen, kann gegen Entrichtung einer Gebühr ein verbindlicher Vorbescheid zur Zulassung eingeholt werden. Diese Abklärung ist rechtzeitig vor Beginn der Ausbildung vorzunehmen, damit unmittelbar nach Abschluss der Ausbildung die Prüfung absolviert werden kann. Für die Einholung der Vorbescheide sind konkrete Termine festgelegt, die über das Prüfungssekretariat zu erfahren sind.

9. BESCHWERDEN

Ergänzende Angaben zum Beschwerderecht gemäss Ziff. 8.3 der Prüfungsordnung: Kandidatinnen und Kandidaten, die den Entscheid der Prüfungskommission betreffend die Zulassung zur Prüfung oder die Verweigerung des Fachausweises mittels Beschwerde anfechten wollen, haben Vorschriften bzw. Anforderungen zu beachten. Auf Beschwerden, welche die nachfolgenden Regeln nicht erfüllen, wird nicht eingetreten.

9.1 Beschwerdefrist und Beschwerdeinstanz

Beschwerden sind innert 30 Tagen nach Erhalt des Entscheides der Prüfungskommission im Doppel beim BBT Bundesamt für Berufsbildung und Technologie, Ressort Recht, Effingerstrasse 27, 3003 Bern, einzureichen.

9.2 Inhalt und Form der Beschwerde

Die Beschwerde muss inhaltlich und formal den Anforderungen des BBT genügen. Ein aktuelles Merkblatt (PDF) ist unter www.bbt.admin.ch//themen/hoehere/00160/index.html zu finden. Die Beschwerdeschrift hat klare Rechtsbegehren (Anträge) zu enthalten und muss die Unterschrift der Beschwerdeführerin oder des Beschwerdeführers tragen. Der angefochtene Prüfungsentscheid ist der Beschwerde beizulegen. Die Anträge sind im Einzelnen konkret zu begründen. Subjektive Eindrücke genügen nicht als Beschwerdegründe. Verfahrensfehler oder Willkür betreffend Prüfungsablauf oder Notengebung müssen glaubhaft gemacht werden. Fehlbeurteilungen der Leistung sind zu belegen.

Als Unterlagen dienen den Kandidatinnen und Kandidaten die erhaltenen Aufgaben sowie eine Kopie ihrer Lösung der schriftlichen Prüfung. Die durch die Kandidatinnen und Kandidaten abgegebenen Lösungen sowie die persönlichen Notizen der Expertinnen und Experten bleiben Eigentum der Prüfungskommission. Kopien der Lösungen aus der schriftlichen Prüfung werden nur an Kandidatinnen und Kandidaten abgegeben, welche die Prüfung nicht bestanden haben und Beschwerde einreichen wollen.

Beschwerden gegen einzelne Noten sind ausgeschlossen, sofern die Prüfung in ihrer Gesamtheit als bestanden bewertet wurde.

Auf Beschwerden, die den Anforderungen gemäss Merkblatt des BBT nicht entsprechen, wird nicht eingetreten.

9.3 Verfahrenskosten und weiteres Verfahren

Das BBT bestätigt den Eingang der Beschwerde und verlangt einen Kostenvorschuss zur Deckung der mutmasslichen Verfahrenskosten. Wird die Beschwerde gutgeheissen, wird dieser Kostenvorschuss rückerstattet. Wird die Beschwerde im Verlauf des Verfahrens zurückgezogen, wird der Kostenvorschuss abzüglich einer Bearbeitungsgebühr rückerstattet. Endet das Verfahren mit einem abweisenden Bescheid des BBT, werden die Kosten des Verfahrens (Spruchgebühren) der Beschwerdeführerin bzw. dem Beschwerdeführer auferlegt.

10. INFORMATION UND ANMELDUNG

Allgemeine Auskünfte

Prüfungskommission
der Schweizer Werbung SW/FRP
Kappelergasse 14
Postfach 3021
8022 Zürich
Telefon 044 211 40 11
Telefax 044 211 80 18
E-Mail info@sw-ps.ch
www.sw-ps.ch

Prüfungsrelevante Auskünfte

Prüfungssekretariat
Schweizer Werbung SW/FRP
Kappelergasse 14
Postfach 3021
8022 Zürich
Telefon 044 211 23 24
Telefax 044 211 80 18
E-Mail info@werbeproofungen.ch
www.sw-ps.ch