

Entwicklung von Lernsituationen

Vorbereitung der Gruppenphase

exemplarisch dargestellt am Bildungsplan

Kauffrau/Kaufmann für Versicherungen und Finanzanlagen

Arbeitsschritte

- Analyse des Lernfeldes
- Festlegung und Benennung von Lernsituationen
- Bestimmung des zeitlichen Umfangs
- Gestaltung und Dokumentation
- Weitere Hinweise

Analyse des Lernfeldes

Analyse des Lernfeldes Teil 1

 fortlaufende
 Nummer

 Kernkompetenz der übergeordneten
 beruflichen Handlung

 Ausbildungsjahr
 und Stundenumfang

 Generalisierende
 Beschreibung der
 Kernkompetenz
 am Ende des
 Lernprozesses

Lernfeld 3:

 Kundengewinnung über verschiedene
 Kommunikations- und Vertriebskanäle

 1. Ausbildungsjahr
 Zeitrichtwert: 40 Stunden

Die Schülerinnen und Schüler verfügen über die Kompetenz, Kommunikationskanäle kundenorientiert unter Berücksichtigung berufssprachlicher Handlungssituationen zu gestalten, Kundenberatungsgespräche in der digitalen Arbeitswelt durchzuführen und diese zu reflektieren.

Die Schülerinnen und Schüler **werten** kundenspezifische Vorgaben **aus** und identifizieren Anlässe zur Kundenkommunikation über verschiedene Vertriebskanäle unter Berücksichtigung der Vertriebsorganisation (*Angestellter im Außendienst, Ausschließlichkeitsvertreter, Mehrfirmenvertreter, Versicherungsmakler, Versicherungsberater, Annexvermittler, Direktversicherer, Strukturvertrieb*).

Sie **informieren** sich über eine adressatengerechte Kommunikation (...).

Sie **wählen** entsprechende, aufeinander abgestimmte Kommunikationskanäle aus. Sie entwickeln ein Konzept zur Umsetzung des Kundenberatungsgesprächs unter Festlegung eines Gesprächsziels und **planen** das Kundengespräch (...).

Sie **führen** Kundenberatungsgespräche **durch**.

Sie **wenden** Strategien zur Lösung von Konflikten **an** und begegnen Kundeneinwänden überzeugend.

Sie **prüfen** den vertrieblichen Erfolg der ausgewählten Kommunikationsaktivitäten (...).

Die Schülerinnen und Schüler **reflektieren** das Kundengespräch mit Hilfe ihres entwickelten Evaluationsbogens, **optimieren** das Kommunikationsverhalten (...).

 „Output“-
 orientiert

 Ziele, die die
 berufliche
 Handlungs-
 kompetenz im
 Ausbildungsberuf
 abbilden

 Befähigung nach
 erfolgreichem
 Absolvieren
 der Ausbildung

Analyse des Lernfeldes Teil 2

Lernfeld 3:	Kundengewinnung über verschiedene Kommunikations- und Vertriebskanäle	1. Ausbildungsjahr Zeitrichtwert: 40 Stunden	Kompetenzorientierte Ziele mit Inhalts- und Verhaltenskomponenten und ggf. situativer Einbettung
Die Schülerinnen und Schüler verfügen über die Kompetenz, Kommunikationskanäle kundenorientiert unter Berücksichtigung berufssprachlicher Handlungssituationen zu gestalten, Kundenberatungsgespräche in der digitalen Arbeitswelt durchzuführen und diese zu reflektieren.			Offene Formulierungen ermöglichen Einbezug methodischer Vorgehensweisen, organisatorischer und techn. Veränderungen
Die Schülerinnen und Schüler werten kundenspezifische Vorgaben aus und identifizieren Anlässe zur Kundenkommunikation über verschiedene Vertriebskanäle unter Berücksichtigung der Vertriebsorganisation (Angestellter im Außendienst, Ausschließlichkeitsvertreter, Mehrfirmenvertreter, Versicherungsmakler, Versicherungsberater, Annexvermittler, Direktversicherer, Strukturvertrieb).			Informationstechnische Kompetenzen sind berücksichtigt
Sie informieren sich über eine adressatengerechte Kommunikation (...). Sie wählen entsprechende, aufeinander abgestimmte Kommunikationskanäle aus. Sie entwickeln ein Konzept zur Umsetzung des Kundenberatungsgesprächs unter Festlegung eines Gesprächsziels und planen das Kundengespräch (...).			Anforderungsniveau wird durch Begriffe (Verben, Adjektive) und situative Komplexität deutlich
Sie führen Kundenberatungsgespräche durch. Sie wenden Strategien zur Lösung von Konflikten an und begegnen Kundeneinwänden überzeugend. Sie prüfen den vertrieblichen Erfolg der ausgewählten Kommunikationsaktivitäten (...).			Anknüpfungen zu anderen Fächern
Die Schülerinnen und Schüler reflektieren das Kundengespräch mit Hilfe ihres entwickelten Evaluationsbogens, optimieren das Kommunikationsverhalten (...).			Verschiedene Kompetenzbereiche berücksichtigt

Festlegung und Benennung von Lernsituationen

Festlegung und Benennung von Lernsituationen

Lernfeld 3:	Kundengewinnung über verschiedene Kommunikations- und Vertriebskanäle	1. Ausbildungsjahr Zeitrichtwert: 40 Stunden
--------------------	--	---

Die Schülerinnen und Schüler verfügen über die Kompetenz, Kommunikationskanäle kundenorientiert unter Berücksichtigung berufssprachlicher Handlungssituationen zu gestalten, Kundenberatungsgespräche in der digitalen Arbeitswelt durchzuführen und diese zu reflektieren.

Die Schülerinnen und Schüler **werten** kundenspezifische Vorgaben **aus** und identifizieren Anlässe zur Kundenkommunikation über verschiedene Vertriebskanäle unter Berücksichtigung der Vertriebsorganisation (*Angestellter im Außendienst, Ausschließlichkeitsvertreter, Mehrfirmenvertreter, Versicherungsmakler, Versicherungsberater, Annexvermittler, Direktversicherer, Strukturvertrieb*). Sie **informieren** sich über eine adressatengerechte Kommunikation (...) und machen sich mit Fragetechniken, Kommunikationsregeln und Einwandbehandlung vertraut.

Lernsituation 3.1

Sie **unterscheiden** (...) Chancen, Risiken (...) analogen und digitalen Kommunikationskanälen (...) Sie **informieren** sich (...) über rechtliche Regelungen (...) von Kommunikationskanälen und Durchführung von Kundenberatungsgesprächen.

Lernsituation 3.2

Sie **wählen** entsprechende, aufeinander abgestimmte Kommunikationskanäle **aus** (...) und **erstellen** (...) Kommunikationsangebote unter Berücksichtigung des Kundenprofils (...) Kosten-Nutzen (...).

Lernsituation 3.3

Sie **entwickeln** ein Konzept zur Umsetzung des Kundenberatungsgesprächs (...) **planen** ein Kundengespräch (...).

Sie **führen** Kundenberatungsgespräche **durch**.

Sie **wenden** Strategien zur Lösung von Konflikten **an** und begegnen Kundeneinwänden überzeugend.

Lernsituation 3.X

Sie **prüfen** den vertrieblichen Erfolg der ausgewählten Kommunikationsaktivitäten (...).

Sie **reflektieren** das Kundengespräch mit Hilfe ihres entwickelten Evaluationsbogens (...).

Bestimmung des zeitlichen Umfangs

Bestimmung des zeitlichen Umfangs

Einzelne Teile des Lernfeldes
 können in mehreren
 Lernsituationen abgebildet
 werden.

Zeitlicher Umfang aller Lernsituationen
 =
 Gesamtumfang des Lernfeldes

Ansprechpartner redaktionelle Rückfragen:

Lernfeld Nr. X (... Std.)

X. Ausbildungsjahr

Nr.	Titel der Lernsituationen	Zeitrict- wert	Kompetenzen aus dem MK-Rahmenlehrplan, Beiträge	Kompetenzerwerb in Lehrplan
X.1				
X.2				
X.3				

**Teil 1 für Ihre Arbeit in den Gruppen
 - aufgeteilt nach Lernfeldern -**

Bestimmung des zeitlichen Umfangs

Lernfeld Nr. 3 (40 Std.) 1. Ausbildungsjahr			
Nr.	Titel der Lernsituationen	Zeitrichtwert	Kompetenzen aus dem KMK-Rahmenlehrplan, Beiträge der Fächer zum Kompetenzerwerb in Abstimmung mit dem Fachlehrplan
3.1	Adressatengerechte Kommunikation für ausgewählte Kundengruppen der Versicherungswirtschaft über ausgewählte Vertriebskanäle auch unter Berücksichtigung der Vertriebsorganisation sicherstellen.	12 Std.	Die Schülerinnen und Schüler werten kundenspezifische Vorgaben aus und identifizieren Anlässe zur Kundenkommunikation über verschiedene Vertriebskanäle (...) [1]. Sie informieren sich über adressatengerechte Kommunikation (...) [3]. Dabei berücksichtigen sie sowohl klassische wie digitale Kommunikationskanäle und behalten innovative Entwicklungen im Blick [4]. Sie machen sich mit Fragetechniken, (...) vertraut [5]. Deutsch/Kommunikation, Fremdsprache (Englisch)
3.2	Planung hybrider Vertriebsprozesse zur Neukundengewinnung junger Familien im Bedarfsfeld Wohnen.	16 Std.	Die Schülerinnen und Schüler erfassen die Bedeutung der Gewinnung von Neukundinnen und Neukunden für die Versicherungswirtschaft [2]. Sie unterscheiden die ökonomischen, sozialen und ökologischen Chancen und Risiken von analogen und digitalen Kommunikationskanälen (...) [5]. Sie informieren sich über die geltenden rechtlichen Regelungen zur Nutzung von Kommunikationskanälen (...) [7]. Sie wählen entsprechenden, aufeinander abgestimmte Kommunikationskanäle aus [8]. Sie erstellen für Ihre Kundinnen und Kunden Kommunikationsangebote (...) [9]. Sie prüfen den vertrieblichen Erfolg der ausgewählten Kommunikationsaktivitäten [18]. Deutsch/Kommunikation, Politik/Gesellschaftslehre
3.3	Kundenberatungsgespräche planen, durchführen, evaluieren und optimieren, um Kundenzufriedenheit zu steigern.	12 Std.	Die Schülerinnen und Schüler informieren sich über die geltenden rechtlichen Regelungen (...) zur Durchführung von Kundenberatungsgesprächen [7]. Sie entwickeln ein Konzept zur Umsetzung des Kundenberatungsgesprächs (...) [10]. Sie führen Kundenberatungsgespräche durch [12]. Sie kommunizieren - auch in der Fremdsprache – mit den Kundinnen und Kunden (...) [13]. Sie nutzen die Kommunikation mit den Kundinnen und Kunden auch zur Erfassung veränderter Kundenbedürfnisse [17]. Sie reflektieren das Kundengespräch (...) [18].

Gestaltung und Dokumentation

Gestaltung von Lernsituationen

Ausbildungsjahr Nr.	
Bündelungsfach: Titel	
Lernfeld Nr. : Titel (... UStd.)	
Lernsituation Nr. : Titel (... UStd.)	
Einstiegsszenario	Handlungs- und Lernergebnisse
	Maßnahmen zur Lernfortschrittsüberprüfung und -bewertung
Wesentliche Kompetenzen	Konkretisierung der Inhalte
– Kompetenz 1 (E5.1)	– ...
– Kompetenz 2 (E5.2)	– ...
Lern- und Arbeitsmaterialien	
Unterrichtsmaterialien/Fundstelle	
Organisatorische Hinweise	
z. B. Verantwortlichkeiten, Fachraumbedarf, Einbindung von Experten/Exkursionen, Lernortkooperation	

Medienkompetenz, Anwendungs-Know-how, Informatische Grundkenntnisse (Bitte markieren Sie alle Aussagen zu diesen drei Kompetenzbereichen in den entsprechenden Farben.)

Festlegung der Lernsituation 3.2

LF 3	Kundengewinnung über verschiedene Kommunikations- und Vertriebskanäle	1. Ausbildungsjahr Zeitrichtwert: 40 Stunden
Die Schülerinnen und Schüler verfügen über die Kompetenz, Kommunikationskanäle kundenorientiert unter Berücksichtigung berufssprachlicher Handlungssituationen zu gestalten, Kundenberatungsgespräche in der digitalen Arbeitswelt durchzuführen und diese zu reflektieren. Die Schülerinnen und Schüler erfassen die Bedeutung der Gewinnung der Gewinnung von Neukundinnen und Kunden für die Versicherungswirtschaft [2]. Sie informieren sich über eine adressatengerechte Kommunikation (...) und machen sich mit Fragetechniken und (...) vertraut [3]. Sie unterscheiden ökonomische, soziale und ökologische Chancen und Risiken für analoge und digitale Kommunikationskanäle und wägen deren Einsatz und Umsetzung für die Kundenkommunikation situationsgerecht, bedarfsgerecht und vertriebsunterstützend ab [5]. Sie informieren sich über geltende rechtliche Regelung zur Nutzung von Kommunikationskanälen (...) [7]. Sie wählen entsprechende, aufeinander abgestimmte Kommunikationskanäle aus.[8] Sie erstellen für ihre Kundinnen und Kunden Kommunikationsangebote unter Berücksichtigung des Kundenprofils, der Kosten-Nutzen-Überlegungen, der notwendigen technischen Voraussetzungen sowie der Einhaltung des Datenschutzes und der Datensicherheit [9]. Sie entwickeln ein Konzept zur Umsetzung des Kundenberatungsgesprächs (...) [10]. Sie entwickeln (...) einen Evaluationsbogen. [11] Die Schülerinnen und Schüler prüfen den vertrieblichen Erfolg der ausgewählten Kommunikationsaktivitäten [18].		

Lernsituation 3.2

Dokumentation von Lernsituationen

Bildungsgang: Kauffrau/Kaufmann für Versicherungen und Finanzanlagen

Ausbildungsjahr 1

Bündelungsfach: Kundenprozesse

Lernfeld Nr. 3: (40 UStd.): Kundengewinnung über verschiedene Kommunikations- und Vertriebskanäle

Lernsituation Nr. 3.2: (16 UStd.): Planung eines hybriden Vertriebsprozesses zur Neukundengewinnung junger Familien im Bedarfsfeld Wohnen

Einstiegsszenario

Der herkömmliche Prozess der Vertriebssteuerung bereitet der Versicherungsagentur schon seit längerem Schwierigkeiten. Die Neukundenquote sinkt kontinuierlich. Die Kundinnen und Kunden wehren zunehmend Anrufe am Telefon ab und reagieren nicht auf zugesendete Anschreiben und Informationsmaterial. Seit Kurzem setzt die Agentur eine Software ein, um über das Internet automatisiert allgemeingültige Werbebotschaften ausgewählten Zielgruppen zukommen zu lassen. Jetzt beauftragt die Agentur ausgewählte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, zur Neukundengewinnung junger Familien im Bedarfsfeld Wohnen einen neuen innovativen Vertriebsprozess über neue Vertriebskanäle zu planen und diesen der Geschäftsleitung vorzustellen. Konkret ist die Entwicklung eines kundenorientiert, lebendigen und hybriden Kundeninteraktionskonzepts mit Informationen, Service- und Kommunikationsangeboten erforderlich. Ziel ist es, dass die jungen Kundinnen und Kunden eigeninitiativ einen Online-Kontakt zur Agentur herstellen, dort Bedarfe zur Absicherung des Risikos erkennen und daraufhin einen Beratungstermin terminieren.

Handlungsprodukt/Lernergebnis

- Visualisierung der Customer Journey zur Neukundengewinnung mit einem ausgewählten digitalen Tool, welches abgestimmte hybride Vertriebsangebote an geeigneten Touch Points, für die Phasen Information bereitstellen, Interesse wecken, Bedarf erzeugen, Erstkontakt herstellen und Beratungstermin festlegen, vorsieht.
- Präsentation von drei aufeinander abgestimmten Contents (in Form von digitalen Prototypen (Mockups)) unter Abwägung der Auswirkungen auf die Kundenzufriedenheit und den betrieblichen Erfolg.

Hinweise zur Lernerfolgsüberprüfung und Leistungsbewertung

- Kriterienorientierte Bewertung des Arbeitsprozesses und der visualisierten Customer Journey
- Kriterienorientierte Bewertung des Arbeitsprozesses und der entwickelten Contentangebote

Wesentliche Kompetenzen

Die Schülerinnen und Schüler

- beschreiben die Funktionsweise digitaler Kommunikationskanäle und hybrider Contentangebote im Versicherungsvertrieb und bewerten die Chancen und Risiken für die Neukundengewinnung der Agentur
- [...]

Konkretisierung der Inhalte

- Kundenbedürfnisse
- [...]

Dokumentation von Lernsituationen

Wesentliche Kompetenzen

Die Schülerinnen und Schüler,

- beschreiben die Funktionsweise digitaler Kommunikationskanäle und hybrider Contentangebote im Versicherungsvertrieb und bewerten die Chancen und Risiken für die Neukundengewinnung der Agentur.
- zeigen Bedürfnisse der Zielgruppe „Junge Familien“ im Bedarfsfeld Wohnen auf
- decken Präferenzen der Zielgruppe „Junge Familie“ bezüglich der Kundeninteraktion für die Bereiche Kundenkommunikation, Kundeninteraktion und Kundenintegration auf.
- weisen auf Möglichkeiten zur Steigerung der Kundenzufriedenheit durch hybride Vertriebsprozesse hin.
- initiieren einen Expertenaustausch mit Mitarbeitern aus der betrieblichen Praxis über geeignete Gestaltungsoptionen hybrider Vertriebsprozesse
- eruieren mögliche digitale Kommunikationskanäle und wählen unter Beachtung des Kundenprofils, von Kosten und Nutzen, technischen Voraussetzungen und Datenschutz und Datensicherheit einen geeigneten Kommunikationskanal aus.
- wählen konkrete hybride Vertriebsangebote unter Berücksichtigung der situativen Vorgaben aus.
- entwickeln vom Erstkontakt bis zur Terminierung der Kundin/des Kunden eine nahtlose Customer Journey, die hybrid gestaltet ist.
- erstellen individuelle und lebendige Kundenkommunikation,- interaktion und -integrationslösungen für die Zielgruppe bzw. die Buyer Persona und binden diese an den entsprechenden Touch Points ein.
- nutzen geeignete Tools zur Visualisierung der Customer Journey und zur Erstellung der Contents.
- steuern zunehmend selbstständig die individuellen Lernprozesse unter Nutzung digitaler Lern- und Arbeitstechniken.
- nutzen kollaborative und kommunikative Möglichkeiten zur Optimierung der Lern- und Arbeitsergebnisse.
- reflektieren und bewerten Ihre Arbeitsergebnisse und geben Feedback an Teammitglieder und andere Arbeitsgruppen.

Konkretisierung der Inhalte

- Kundenbedürfnisse
- Zielgruppen/Buyer Persona
- Neukundengewinnung
- Digitale Kommunikationskanäle
- Kommunikationsprozesse
- Kundeninteraktionsprozesse
- Kundeninteraktionskonzept
- Kundenzufriedenheit/-nutzen
- Mehrwert für die Kundinnen und Kunden
- Customer Journey, Touchpoint, Content
- Deckungsumfang im Bedarfsfeld Wohnen

Dokumentation von Lernsituationen

Lern- und Arbeitstechniken

- Erstellung eines Handlungsplans für die vollständige Handlung und eines Zeitplans
- individuelle Unterstützungsangebote (Leitfragen, Sprechstunden, Fachvorträge und Ausgabe von ausgewähltem Informationsmaterial, Beschreibung der Zielgruppen bzw. der Buyer Persona, etc.)
- Advanced Organizer (Lernlandkarte)
- Sharepoint für gemeinsame Dateien
- Kommunikation über Chat, Videokonferenzen
- kollaboratives Arbeiten mit geeigneter Software oder Tools
- geeignete Tools zum kollaborativen Lernen (z. B. Miro Board, Conceptboard)
- Lerntagebuch mit Blick auf den Lernerfolg mittels geeigneter Tools

Unterrichtsmaterialien/Fundstelle

Wyman Oliver, (2020). *Versicherungsvertrieb 2020. Die Vertriebsmodelle der Zukunft digital gestalten*
M. Beenken, D. Körner, J. Moormann, D. Schmidt (Hrsg), (2018), *Digital Insurance, Strategien, Geschäftsmodelle, Daten.*
Proximus Versicherungsbedingungen (BWV)
Einleger „Förderungen digitaler Schlüsselkompetenzen 09/2021

Dokumentation von Lernsituationen

Organisatorische Hinweise

digitale Endgeräte

WLAN (auch in der Schule)

synchrone und asynchrone Team-, Einzel- oder Partnerarbeit

Gruppenarbeit in verschiedenen Arbeitsräumen des Schulgebäudes

fachliche Begleitung und Unterstützung des Lernprozesses in den Gruppen

Terminierung der Feedbackgespräche mit den einzelnen Gruppen während des Lern- und Arbeitsprozesses

Kooperation und Absprachen mit den Fachkolleginnen und Kollegen, die im Bildungsgang unterrichten

Bezug zu

LF 2 (versicherungsfachliche und datenschutzrechtliche Inhalte zur Anbahnung von Versicherungsverträgen),

LF 4 (versicherungsfachliche Inhalte zum Bedarfswelt Wohnen), LF 12 (Kundenbindung von Bestandskunden durch Multikanalmanagement)

Deutsch/Kommunikation, Anforderungssituation 1, ZF 6 bis ZF10, Anforderungssituation 6, ZF 3

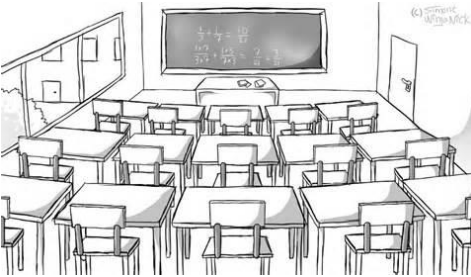
Fremdsprachliche Kommunikation/Englisch, Anforderungssituation 4, ZF 2, Anforderungssituation 5, ZF 2

Politik/Gesellschaftslehre, Anforderungssituation 1, ZF 1 und ZF 2

Medienkompetenz, **Anwendungs-Know-how**, **Informatische Grundkenntnisse** (Bitte markieren Sie alle Aussagen zu diesen drei Kompetenzbereichen in den entsprechenden Farben.)

Mögliche Lernortkooperationen

Schule



Betrieb



- Betriebserkundungen
- Berücksichtigung von Anregungen
- Gemeinsame Planung

Anforderungen an die Dokumentation Teil 1

- Angaben zum **Ausbildungsjahr, Bündelungsfach, Lernfeld, Bezeichnung der Lernsituation** und **zeitlichen Umfang**
- Beschreibung eines problemorientierten und realitätsnahen **Einstiegsszenarios aus der Sicht einer Lehrkraft**
- Beschreibung konkreter **Handlungsprodukte/Lernergebnisse**
- Gegebenenfalls Hinweise zur **Lernerfolgsüberprüfung**
- Angabe der **wesentlichen Kompetenzen** inklusive **digitaler Kompetenzen**

Anforderungen an die Dokumentation Teil 2

- **Anknüpfungsmöglichkeiten** zu weiteren Fächern (z. B. Deutsch, Politik etc.)
- **Konkretisierung** der Lerninhalte
- Einführende oder vertiefende **Lern- und Arbeitstechniken**
- Erforderliche **Unterrichtsmaterialien** oder Angabe der **Fundstelle**
- **Organisatorische Hinweise:** z. B. Lernortkooperationen, Ausstattung

Weitere Hinweise

Hinweise zur Erstellung und Veröffentlichung

Berücksichtigung des Copyrights

z. B. bei Grafiken, Bildern,
Textbausteinen,
Formularen . . .

**Ansprechpartnerin/
Ansprechpartner für
Rückfragen festlegen**

Erstellung und Veröffentlichung von Lernsituationen und Didaktischen Jahresplanungen

Beachtung des Gender-Mainstreaming

z. B. bei Formulierungen
und Rollenbildern

**Veröffentlichung als
Unterstützungsangebot
für den Bildungsgang**

Hinweise zur Didaktischen Jahresplanung



**Berufsbildung.
NRW.de**

Link zum Download der
Handreichung:



<https://www.berufsbildung.nrw.de/cms/bildungsgaenge-bildungsplaene/fachklassen-duales-system-anlage-a/didaktische-jahresplanung/didaktische-jahresplanung.html>
<https://www.berufsbildung.nrw.de/cms/upload/fachklassen/djp-einleger.pdf>

Hinweise zur Arbeit in den Gruppen

Sie werden nach der Pause und einigen kurzen Hinweisen automatisch einer Online-Arbeitsgruppe zu dem Lernfeld zugeordnet, für das Sie sich eingetragen haben.

Die **Dokumentationsvorlagen** finden Sie in der Mail zur Anmeldebestätigung und auf unserer Webseite, auf der auch die PPT und Videos eingestellt sind.

Ausgewählte Arbeitsergebnisse werden am 15.02.2022 **im Plenum vorgestellt**.

Bitte **schicken** Sie Ihre erstellten Lernsituationen mit der Angabe einer Ansprechperson per Mail bis zum Abend des 15.02.2022 an christina.gruss-verhoeven@qua-lis.nrw.de .

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!