

Lehrberuf Medienfachfrau/-mann

Due Lehre macht junge Menschen fürs digitale Zeitalter fit. Die Ausbildung baut auf vier Schwerpunkten auf: Webdevelopment, Grafik, Print, Publishing und audiovisuelle Medien, Online-Marketing und Agenturdienstleistungen. Wir stellen Ihnen hier die Inhalte vor.

Die derzeit noch aktuellen Ausbildungs- und Prüfungsvorschriften für die Lehrberufe Medienfachfrau/-mann – Mediendesign, Medienfachfrau/-mann – Medientechnik und Medienfachfrau/-mann – Marktkommunikation stammen aus dem Jahr 2006. Daher war es dringend notwendig, die Berufsbilder und Ausbildungsinhalte regelmäßig an technologische Entwicklungen und wirtschaftliche Erfordernisse anzupassen. In Österreich gibt es derzeit rund 30.000 Mitgliedsunternehmen im Bereich Werbung und Marktkommunikation mit einem jährlichen Umsatzerlös von etwa 4,5 Milliarden Euro. Die Anzahl der Beschäftigten in der Branche beläuft sich auf ca. 30.000 Personen. Derzeit werden 385 Lehrlinge in der Branche ausgebildet.

Mit einer zeitgemäßen Ausbildung, verbunden mit einer Imagekampagne, wird eine Steigerung der Ausbildungsplätze erwartet. Hinzu kommt, dass auch in anderen Branchen ein Bedarf an Lehrlingen in diesem Bereich besteht (Medienunternehmen, werbetreibende Wirtschaft, Druck).

Diese Schwerpunkte können junge Menschen künftig wählen. Sie sind an die aktuellen Anforderungen in der Branche angepasst.

Zukunftsfit mit einer Lehre in der Kreativbranche!

1. Webdevelopment und audiovisuelle Medien (Audio, Video und Animation)

Die Medienfachleute entwickeln selbstständig Websites nach den individuellen Anforderungen von Kunden und basierend auf einem Content-Management-System. Gestaltet wird dabei die Weboberfläche nach einem gewünschten Design. Zusätzlich werden technische Unterstützungssysteme eingerichtet, die für das Funktionieren der Website notwendig sind. Dazu kommen verschiedene Entwicklungstools und Programmiersprachen zur Anwendung. Dabei berücksichtigt sind aktuelle technische Standards der Webentwicklung und natürlich die relevanten rechtlichen Grundlagen. In diesem Zusammenhang wird auch die Produktion von Video- und Audiobeiträgen sowie von 2D- und 3D-Animationssequenzen geplant, organisiert und finalisiert.

2. Grafik, Print, Publishing und audiovisuelle Medien (Audio, Video und Animation)

Die Auszubildenden entwickeln selbstständig Layout und Design für Medienprodukte im Bereich Print und Digital unter Verwendung von Bildbearbeitungs- und Grafikprogrammen. Dabei können sie während des Entwicklungsprozesses verschiedene Gestaltungs- und

Designelemente festlegen, das Corporate Design (CD) berücksichtigen und verschiedene Prototypen und Anschauungsmaterial (Dummys) herstellen. Nach Auswahl eines Prototyps werden druckfähige beziehungsweise publikationsfähige Daten erstellt. In diesem Zusammenhang wird auch die Produktion von Video- und Audiobeiträgen sowie von 2D- und 3D-Animationssequenzen geplant, organisiert und finalisiert.

3. Online-Marketing

Die Profis konzipieren und betreuen selbstständig Online-Marketingprojekte. Die Aufgaben umfassen die Entwicklung einer Marketingstrategie, die Auswahl von Online-Kanälen (Websites, Social-Media-Kanäle etc.) sowie die Umsetzung des Online-Marketings in den einzelnen Kanälen. Die Medienfachleute nutzen dazu unter anderem Bildbearbeitungsprogramme. Als Projektpartner können neben dem Auftraggeber Kollegen oder externe Partner aus den Bereichen Webdevelopment, Textgestaltung etc. fungieren.

4. Agenturdienstleistungen

Die Medienexperten arbeiten bei der Entwicklung von Kommunikationsdienstleistungen in den Bereichen Werbung, Verkaufsförderung, PR, Sponsoring oder Event- und Direktmarketing mit. Medienfachleute wirken an der Erstellung von redaktionellen Inhalten mit, erstellen für Kampagnen Mediapläne und wirken an der Vergabe von Aufträgen an Medien und Produktionspartner mit. Dazu zählen Recherchen, das Erstellen von Texten, die Platzierung von Anzeigen, die Vereinbarung von Medienkooperationen usw. Zudem beobachten und werten Medienfachleute entsprechend dem jeweiligen Kundenauftrag Beiträge in Medien aus. Sie kooperieren zielgruppengerecht mit Kunden und Partnern aus der Medienbranche.

Die Kompetenzen

Kompetenzbereich: Intrapreneurship
Die Medienfachleute zeigen sich offen für Neuerungen im Berufsfeld. Durch laufende Beobachtungen informieren sie sich über aktuelle Entwicklungen in der Medienbranche und beim Mitbewerber. Sie besuchen Veranstaltungen mit dem Zweck, sich weiterzubilden und sich in der Community zu vernetzen, und sie beteiligen sich aktiv an der Entwicklung des Unternehmens.

Kompetenzbereich: Kundenberatung und -betreuung
Eine wichtige Aufgabe der Medienexperten ist Kundenberatung und -betreuung. Dabei setzen sie ein reiches Repertoire an Kommunikationsstrategien und Social Skills ein. Mögliche Konflikte, Reklamationen etc. bewältigen sie dabei eigenständig. Medienfachleute übernehmen selbstständig auch die mit dem jeweiligen Auftrag verbundenen betriebswirtschaftlichen Aufgaben, insbesondere die Kalkulation, die Angebotserstellung, die Abrechnung sowie die Erfolgskontrolle. Dazu nützen Medienfachleute die entsprechende Software (z. B. ein Kalkulationsprogramm).

Kompetenzbereich: Projektmanagement
Die Profis übernehmen Aufgaben im Bereich des Projektmanagements. Sie erstellen selbstständig einen Projektplan und überprüfen laufend dessen Einhaltung. Bei Auftreten von projektstörenden Ereignissen halten sie mit den Projektbeteiligten Rücksprache, um korrigierende Maßnahmen einleiten zu können. Nach Projektabschluss reflektieren Medienfachleute die Projektergebnisse und halten die Erfahrungen für die Zukunft fest. Dazu sind Kenntnisse im Bereich des Projektmanagements (Projektmanagementmodelle und -phasen, Normen etc.) notwendig. Die Medienfachfrau/der Medienfachmann ist konsequent und genau in der Nutzung von Projektmanagementinstrumenten. Verantwortungsbewusstsein, Organisationsfähigkeit, Teamfähigkeit und Strukturiertheit zählen zu ihren/seinen Stärken. Die Reflexion des Projekts im Betrieb erfordert analytische und kommunikative Fähigkeiten.

Kompetenzbereich: Konzeptentwicklung
Die Medienfachleute entwickeln zur Umsetzung der einzelnen Medienprojekte selbstständig ein Konzept. Sie analysieren dazu die Kundenanforderungen und definieren darauf aufbauend die konkreten Ziele und die erforderlichen Schritte zur Umsetzung des Projektes. In die Konzeptentwicklung binden sie Kollegen und gegebenenfalls bereits mögliche Subauftragnehmer ein.

Kompetenzbereich: Qualitätsorientiertes Arbeiten
Die Medienprofis führen ihre Arbeiten entsprechend den branchenspezifischen und betrieblichen Qualitätsgrundsätzen aus. Sie stimmen die Umsetzungsmöglichkeiten mit Kundenansprüchen ab, prüfen und beurteilen die Arbeitsergebnisse und -prozesse, vor allem bei der Einhaltung von Vorgaben (wie etwa Kundenwünsche, Projektbudgets, Zeitvorgaben, Datenschutzrichtlinien etc.), technische oder grafische Standards (Systemanforderungen Hard- und Software, Sicherheitsvorschriften etc.) und wirken bei Feedbackprozessen mit dem Ziel der Erhaltung oder Steigerung der Kundenzufriedenheit mit.

Foto: iStock.com/PeopleImages