



(Foto: istock)

Kunst, Design & Medien

Medienbranche braucht mehr IT-Experten

abi» sprach mit Juliane Petrich, Referentin für Bildungspolitik und Arbeitsmarkt beim Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (Bitkom), über Trends in der digitalen Medienwelt und ihre Auswirkungen auf die Medienberufe.

abi>> Frau Petrich, welche Trends sind gegenwärtig in den digitalen Medien zu beobachten?

Juliane Petrich: Digitale Technologien sind aus der heutigen Welt nicht mehr wegzu-denken, sie gehören für Millionen von Menschen ganz selbstverständlich zum Alltag. Printmedien werden mehr und mehr von digitalen Angeboten verdrängt. Die Nutzer kon-sumieren Inhalte zunehmend über Smartphones und Tablets (Mobile), verbreiten diese
10 zunehmend über Social Media und Messengerdienste (Social) und es zeichnet sich ein starker Trend zum Bewegtbild (Video) ab.

abi>> Wie werden sich diese Entwicklungen auf digitale Medienberufe auswirken?

Juliane Petrich: Ganz klar, die Digitalisierung der Gesellschaft schafft neue Berufsbilder und Jobs. Auch in der Medienbranche ist die Nachfrage nach digital und technologisch
15 versierten Fachkräften deutlich zu spüren. Im Bereich Mobile müssen Fachkräfte bei-spielsweise wissen, wie man Anwendungen programmiert und gestaltet, wie man mit Datensicherheit und Datenanalyse umgeht. Ein Social-Media-Manager beobachtet und analysiert die Social-Media-Kanäle seines Unternehmens und ist zentraler Ansprech-partner rund um das Thema. Auch Grundwissen zu Datenschutz und Copyright muss
20 vorhanden sein. Ein Content-Manager legt fest, wie und auf welchen Kanälen mit Kun-den kommuniziert werden soll. Er plant Inhalte, setzt diese um und misst den Erfolg seiner Aktivitäten. Wichtig sind Erfahrungen im Journalismus, Marketingerfahrung und IT-Affinität.

abi>> Was sollten Berufseinsteiger grundsätzlich mitbringen?

Juliane Petrich: Digitale Kompetenz und IT-Wissen werden in den Medienberufen im-mer wichtiger. Während im redaktionellen Bereich Stellen abgebaut werden, haben IT-Spezialisten, beispielsweise mit SEO- oder Mobile-Kenntnissen, gute Aussichten. Und jeder, der heutzutage im Medienbereich tätig sein will, braucht eine hohe Affinität für die Onlinewelt. Dazu gehören ein gewisses Grundverständnis, wie digitale Technologien
30 funktionieren, und ein Gespür für digitale Trends. Leidenschaft, Kreativität, Neugierde und eine ausgeprägte Kommunikationsfähigkeit sollten Berufseinsteiger ebenfalls mit-bringen.

abi>> Und wie kann ein erfolgreicher Berufseinstieg gelingen?

Juliane Petrich: Um in der Medienwelt Fuß zu fassen, eignen sich Medienstudien-gänge, betriebswirtschaftliche Studiengänge ebenso wie ein Studium der Informatik.
35 Auch zahlreiche Ausbildungsmöglichkeiten existieren in diesem Bereich – etwa der Me-dienkaufmann Digital und Print, Kaufmann für Marketingkommunikation oder Medienge-stalter Digital und Print. Besonders wichtig sind Praxiserfahrungen, zum Beispiel durch

Modul: Berufe in Branchen (M5)

Praktika. Aber mindestens genauso bedeutend sind eigene Erfahrungen, etwa, wenn
40 jemand einen eigenen Blog oder YouTube-Kanal betreibt.

Quelle: abi.de vom 14.11.2016

<http://abi.de/orientieren/berufsarbeitsfelder/branchen/berufe-in-den-digitalen-medien014273.htm?zg=schueler>, zuletzt überprüft am 20.09.2017

Kommunikationsdesigner

Partner für die visuelle Kommunikation

Bereits während des Studiums hat Lukas Kerecz (32) damit begonnen, Unternehmen beim Aufbau ihrer Corporate Identity zu unterstützen. Heute führt er mit einer Kollegin die Agentur FORMLOS in Berlin.

5 Vom Logo über die Website bis zum Messeauftritt: Das Portfolio der Berliner Agentur umfasst alle Elemente, die ein Unternehmen benötigt, um eine eigene Corporate Identity aufzubauen. Darunter versteht man die Gesamtheit aller Merkmale, mit denen ein Unternehmen sich ein eigenes Profil gibt und so von anderen abhebt.

10 Zu den Kunden gehören vor allem kleine und mittelständische Unternehmen, oft sind es Start-ups – wie sie selbst. Der Vorteil: Man kann die Kunden von Beginn an beraten, oft entstehen längere Geschäftsbeziehungen mit Folgeaufträgen. „Wir sehen uns als Partner für visuelle Kommunikationslösungen. Es geht nicht darum, auf die Schnelle etwas aufzuhübschen, sondern eine komplette Strategie zu entwickeln“, erläutert Lukas Kerecz sein Konzept. Dafür seien intensive Kundengespräche nötig, in die man mehr Zeit investiere als in die gestalterische Umsetzung. Menschenkenntnis sei dabei wichtig: „Man muss sich in den Kunden hineinversetzen, um zu verstehen, was er sich vorstellt.“ Außer-
15 ßerdem müsse man selbst konkret und präzise seine Vorschläge unterbreiten können. Essentiell sei zudem ein professioneller Blick: „Man darf es nicht persönlich nehmen, wenn dem Kunden ein Vorschlag nicht gefällt.“

„Als Designbüro braucht man nicht viel“

20 Lukas Kerecz führt seine Agentur zusammen mit seiner Geschäftspartnerin Miriam Horn. Kennengelernt haben sie sich während des Studiums an der Design Akademie Berlin. Der Bachelorstudiengang Kommunikationsdesign an der privaten Hochschule ist kostenpflichtig, der Abschluss staatlich anerkannt. Lukas Kerecz hat sich nach einem dreitägigen Probestudium, bei dem er Dozenten und Studierende kennenlernen konnte, für
25 das Angebot entschieden. Ihn überzeugten vor allem Konzept, Inhalt und die „offene und ehrliche Atmosphäre“ an der Akademie.

Bereits während des Studiums übernahm er mit seiner heutigen Geschäftspartnerin Aufträge. So konnten sie Erfahrungen sammeln und sich einen kleinen Kundenstamm aufbauen. Nach dem Bachelor machten sie sich selbstständig und mussten anfangs nicht
30 viel Geld in ihre Geschäftsgründung investieren. „Als Grafikdesignbüro ist man extrem schlank, man braucht nicht viel“, sagt der Designer. Eigentlich nur einen Computer und passende Software – beides hatten sie bereits fürs Studium angeschafft. „Es ist uns wichtig, alles aus eigener Kraft zu schaffen. Wir haben nie etwas auf Pump gekauft, sondern immer nur dann investiert, wenn Geld zur Verfügung stand“, betont der 32-Jährige.
35

Betriebswirtschaftliches Wissen ist wichtig

Was Lukas Kerecz bedauert: Das Studium hat ihm kein betriebswirtschaftliches Wissen vermittelt. Ein wenig half ihm, dass er zuvor ein Volkswirtschaftsstudium abgeschlossen

Modul: Berufe in Branchen (M5)

40 hat. Seine Kollegin kennt Unternehmensabläufe von ihrer Ausbildung zur Mediengestalterin. Eine ganz neue Herausforderung sei es etwa gewesen, Angebote detailliert zu kalkulieren. „Da haben wir uns Stück für Stück herangetastet und unsere Erfahrungen zudem in Workshops vertieft“, erinnert er sich.

45 Seine Arbeitszeit gestaltet Lukas Kerecz je nach Auftragslage flexibel. Er achtet aber darauf, dass die Kernarbeitszeit von 10 bis 18 Uhr nicht zu oft überschritten wird. „Man muss sich selbst organisieren und die Projekte entsprechend managen können“, sagt er.

Für die Zukunft planen die beiden Agenturgründer, ein wenig weiter zu wachsen – aber immer in Maßen. „Wir sind sehr zufrieden, wie es derzeit läuft und wollen vor allem, dass es so weitergeht“, wünscht sich der Designer.

Quelle: abi.de vom 06.01.2016

<http://abi.de/beruf-karriere/berufsreportagen/mpg/kommunikationsdesigner013323.htm?zg=schueler>, zuletzt überprüft am 20.09.2017

Berufe in den digitalen Medien

abi» gibt einen Überblick über Studien-, Ausbildungs- und Weiterbildungsberufe in der digitalen Medienwelt.

Studienberufe

5 E-Learning-Autor/in

- *Zugangsvoraussetzungen:* Studium in den Bereichen Medienproduktion, Pädagogik, Sprach- oder Geisteswissenschaften
- *Aufgaben:* Konzepte und Lerninhalte für interaktive Lernmedien oder E-Learning-Software erstellen; didaktische Beratung und Schulung zum Einsatz von digitalen Lernprogrammen; Kundensupport
- *Mögliche Arbeitgeber:* Software- und Datenbankanbieter sowie Verlage, die E-Learning-Medien anbieten

Ingenieur/in für Medientechnik und Multimedia

- *Zugangsvoraussetzungen:* Studium im Bereich Medien-, Multimediatechnik
- *Aufgaben:* die technische Entwicklung multimedialer Systeme leiten; Produktionsabläufe planen und überwachen; gestalten; Medienprodukte produzieren und installieren
- *Mögliche Arbeitgeber:* Film-, Fernseh- und Tonstudios; Korrespondenz- und Nachrichtenbüros; Verlage; Anbieter von Websearch-Portalen; Softwareberatung oder -entwicklung; Agenturen für Multimedia- oder Kommunikationsdesign; Hersteller von DV-Geräten oder Studioausstattungen; Ingenieurbüros für medientechnische Fachplanung

Medieninformatiker/in

- *Zugangsvoraussetzungen:* Studium im Bereich Medieninformatik
- *Aufgaben:* IT-Lösungen für die Erstellung gedruckter, elektronischer, digitaler und interaktiver Kommunikationsmittel planen und realisieren; IT-Support für Medieninformationssysteme
- *Mögliche Arbeitgeber:* EDV-Dienstleister; Software- und Datenbankanbieter; Verlage; Marketing-, Werbe- und PR-Agenturen; Filmproduktionsfirmen; Hörfunk- und Fernsehanstalten; Ingenieurbüros; in Forschung und Entwicklung

Social-Media-Manager/in

- *Zugangsvoraussetzungen:* Studium in den Bereichen Marketing, Neue Medien, Kommunikation oder Journalistik, eventuell Volontariat
- *Aufgaben:* Social-Media-Aktivitäten von Unternehmen und Organisationen konzipieren und umsetzen; Kommunikationsziele definieren; Blogs entwickeln und in die Internetpräsenz einbinden; Chats und Foren moderieren; Zugriffszahlen erfassen und auswerten

- *Mögliche Arbeitgeber:* Werbe- und Kommunikationsagenturen; Multimediadienstleister; PR- und Marketingabteilungen von Unternehmen vieler Branchen; Verlage

40 **Medienmanager/in**

- *Zugangsvoraussetzungen:* Studium in den Bereichen Medienwirtschaft, -management oder Medienwissenschaft
- *Aufgaben:* Einsatz von Medien für Werbung, Websites, Hörfunk- oder Fernsehbeiträge planen und organisieren; Medienprodukte konzipieren; Analysen in der Markt- und Meinungsforschung durchführen
- *Mögliche Arbeitgeber:* Werbeagenturen, Unternehmen der Medienforschung, Rundfunk- und Fernsehanstalten, Beratungen für Unternehmen, Behörden und Verbände

Ausbildungsberufe

50 **Kaufmann/-frau für audiovisuelle Medien**

- *Aufgaben:* Film-, Rundfunk-, Musik- oder Multimediaproduktionen kaufmännisch und organisatorisch betreuen; Personal- und Materialressourcen planen; Equipment beschaffen und den Einsatz organisieren; Kalkulationen durchführen; Rechte und Lizenzen kaufen, verkaufen oder zeitweise vermieten
- *Mögliche Arbeitgeber:* Rundfunkgesellschaften; Unternehmen der Filmwirtschaft; Multimedia- und Werbeagenturen; Verlage

Kaufmann/-frau für Marketingkommunikation

- *Aufgaben:* zielgruppengerechte Marketing- und Werbemaßnahmen entwickeln sowie deren Umsetzung koordinieren und überwachen; Ergebnisse kontrollieren
- *Mögliche Arbeitgeber:* Agenturen und Beratungsfirmen; Marketing- und Kommunikationsabteilungen von größeren Unternehmen

Medienassistent/in

- *Aufgaben:* audiovisuelle Medien und Internetprojekte in Absprache mit den Kunden gestalten; Finanzierungsmöglichkeiten prüfen; Vor- und Nachkalkulationen erstellen; Rechte und Lizenzen beschaffen; Informationen über Markt und Mitbewerber auswerten; bei Marketingkonzepten mitarbeiten
- *Mögliche Arbeitgeber:* Multimediaverlage; Werbeagenturen; Film- und Rundfunkunternehmen; Softwareverlage und Firmen, die Internetpräsentationen entwickeln

Mediengestalter/in Digital und Print

- *Aufgaben je nach Fachrichtung:* Kunden bei der Planung, Durchführung und Abwicklung einer Medienproduktion im digitalen oder Printbereich beraten; Aufträge analysieren und Konzeptionen erarbeiten; Medienprodukte gestalten und mit Kunden abstimmen
- *Mögliche Arbeitgeber:* Unternehmen der Druck- und Medienwirtschaft; Verlage; Werbeagenturen; Medienagenturen im Bereich Bilderdienste oder Multimedia; Werbeabteilungen größerer Unternehmen

Weiterbildungsberufe

Entwickler/in Digitale Medien

- 80 • *Zugangsvoraussetzungen:* in der Regel im Anschluss an eine Ausbildung aus dem Bereich Informations- und Telekommunikationstechnik
- *Aufgaben:* multimediale Anwendungen konzipieren und realisieren
- *Mögliche Arbeitgeber:* Softwareagenturen; Verlage; Filmproduktionsfirmen; Fernsehsender; Werbe- und Multimediaagenturen; EDV-Dienstleister

Fachwirt/in – Medien (Digital)

- 85 • *Zugangsvoraussetzungen:* in der Regel im Anschluss an eine Ausbildung aus dem Bereich Druck- und Medienwirtschaft
- *Aufgaben:* Medienproduktion; betriebswirtschaftliche Aufgaben ausführen; Marketingaktivitäten planen, steuern und kontrollieren. Mögliche Arbeitgeber: Verlage; Werbeagenturen; Softwarehersteller; Hörfunk- und Fernsehanstalten; Filmproduktionsfirmen; Medienverbände
- 90

Community-Manager/in

- *Zugangsvoraussetzungen:* kaufmännische Weiterbildung in den Bereichen Medien und Marketing bzw. Ausbildung oder Studium im Bereich Public Relations, Kommunikationsmanagement oder Journalistik
- 95 • *Aufgaben:* Online-Communitys im Social-Media-Bereich planen; Diskussionsforen einrichten und betreuen; Zugriffszahlen sowie Kunden- und Nutzerkontakte erfassen und auswerten
- *Mögliche Arbeitgeber:* Betreiber von Communitys, Foren und Netzwerken; Werbe- und Kommunikationsagenturen; Multimediadienstleister; Marketingabteilungen von Unternehmen
- 100

Quelle: abi.de vom 14.11.2016
<http://abi.de/orientieren/berufsarbeitsfelder/branchen/berufe-in-den-digitalen-medien014265.htm?zg=schueler>, zuletzt überprüft am 27.09.2017

Duale Ausbildung

Kaufmann/-frau - audiovisuelle Medien

Die Tätigkeit im Überblick

Kaufleute für audiovisuelle Medien betreuen die Herstellung von audiovisuellen Produkten kaufmännisch und organisatorisch. Sie arbeiten an der Schnittstelle von Produktionsorganisation, -kalkulation bzw. -abrechnung und Marketing-Strategie, Öffentlichkeitsarbeit, Verleih und Vertrieb.

Aufgaben und Tätigkeiten kompakt

Kaufleute für audiovisuelle Medien planen und organisieren den Einsatz von Material und technischer Ausstattung in der Medienproduktion, z.B. bei Film, Fernsehen oder im Multimediabereich, sowie die zeitliche und personelle Besetzung des Teams. Sie prüfen Finanzierungsmöglichkeiten, wirken bei der Vor- bzw. Nachkalkulation von Produktionen mit und kaufen bzw. sichern Rechte und Lizenzen, um z.B. Musikstücke über verschiedene Medienträger und Vertriebskanäle zu vermarkten. In Marketing und Vertrieb beschaffen sie Informationen über Märkte und Mitbewerber, werten diese aus und wirken an Marketingkonzeptionen mit. In Rechnungswesen und Controlling übernehmen sie z.B. die Buchführung. Sie überwachen Zahlungstermine, führen die Honorarabrechnung und vorbereitende Arbeiten der Liquiditäts- und Kreditsicherung durch, werten Daten aus und bereiten diese zu Controllingzwecken auf.

Die Ausbildung im Überblick

Kaufmann/-frau für audiovisuelle Medien ist ein 3-jähriger anerkannter Ausbildungsberuf in der Medienbranche (Ausbildungsbereich Industrie und Handel).

Im Ausbildungsbetrieb lernen die Auszubildenden beispielsweise:

- welche Rahmenbedingungen und rechtlichen Regelungen zu beachten sind, z.B. bei der Rechtebeschaffung und Verwertung von Material, bei Datenpflege und Datensicherung, bei Planung, Durchführung und Kontrolle von Werbemaßnahmen und Öffentlichkeitsarbeit
- wie man Informationen über den Markt, Herstellungsverfahren sowie Produkte und Dienstleistungen der Medienbranche beschafft und für Planungszwecke auswertet
- wie Team- und Projektarbeit sinnvoll zum Einsatz kommen
- was bei der Buchführung, bei Kosten- und Leistungsrechnungen oder Honorar- und Lizenzabrechnungen zu beachten ist
- wie man Material und technische Ausrüstungen beschafft
- welche Instrumente zur Beobachtung und Erforschung des Marktes zum Einsatz kommen
- was bei der Berechnung von Investitionen und Finanzierungen beachtet werden muss
- was bei Vermarktung und Vertrieb von Produkten und Dienstleistungen zu beachten ist

Modul: Berufe in Branchen (M5)

- wie man in einer Fremdsprache Auskünfte erteilt
- 40 • wie man Personaleinsatz, Sachmittelbedarf, Termine und Kosten plant

Darüber hinaus werden während der gesamten Ausbildung Kenntnisse über Themen wie Rechte und Pflichten während der Ausbildung, Organisation des Ausbildungsbetriebs und Umweltschutz vermittelt.

In der Berufsschule erwirbt man weitere Kenntnisse:

- 45 • in berufsspezifischen Lernfeldern (z.B. an Planungsmaßnahmen mitarbeiten, bei der Beschaffung von Equipment, Rechten und Dienstleistungen mitwirken)
- in allgemeinbildenden Fächern wie Deutsch und Wirtschafts- und Sozialkunde

Ausbildungsvergütung

- 50 Die Ausbildungsvergütung für eine duale Ausbildung wird vom Ausbildungsbetrieb gezahlt und richtet sich bei tarifgebundenen Betrieben nach tarifvertraglichen Vereinbarungen. Nicht tarifgebundene Betriebe können sich daran orientieren oder die Ausbildungsvergütung frei vereinbaren.

Beispiel Privatrundfunk (monatlich brutto):

- 1. Ausbildungsjahr: € 677
- 55 2. Ausbildungsjahr: € 739
- 3. Ausbildungsjahr: € 835

Zugang zur Ausbildung

Rechtlich ist keine bestimmte Vorbildung vorgeschrieben.

Die Betriebe stellen überwiegend Ausbildungsanfänger/innen mit Hochschulreife ein.

60 Schulische Vorbildung in der Praxis

Im Jahr 2015 gab es 225 Ausbildungsanfänger/innen. 88 Prozent der zukünftigen Kaufleute für audiovisuelle Medien verfügten über die Hochschulreife, neun Prozent besaßen einen mittleren Bildungsabschluss. Jeweils ein Prozent konnte keinen Hauptschulabschluss vorweisen bzw. verfügte über einen Hauptschulabschluss.

65 Wichtige Schulfächer

Vertiefte Kenntnisse in folgenden Schulfächern bilden gute Voraussetzungen für eine erfolgreiche Ausbildung:

- Mathematik:
- 70 Angehende Kaufleute für audiovisuelle Medien prüfen Finanzierungsmöglichkeiten, führen Konten oder werten statistische Daten aus. Um entsprechende Berechnungen und Kalkulationen durchzuführen, sind mathematische Kenntnisse unabdingbar.

- 75

 - Deutsch:
Die Fähigkeit, sich mündlich und schriftlich auszudrücken und situationsgerecht zu kommunizieren, ist gefragt, wenn angehende Kaufleute für audiovisuelle Medien Kunden beraten oder über den Kauf von Rechten und Lizenzen verhandeln. Gute Deutschkenntnisse sind für die Ausbildung deshalb sehr von Vorteil.
- 80

 - Wirtschaft:
Bereits in der Ausbildung übernehmen angehende Kaufleute für audiovisuelle Medien Aufgaben im Rechnungswesen. Auch mit rechtlichen Rahmenbedingungen müssen sie sich auskennen. Hierfür sind Kenntnisse im Fach Wirtschaftslehre hilfreich.
- 85

 - Englisch:
In der Medienbranche werden im täglichen Umgang viele englische Fachwörter (z.T. auch Texte) verwendet. Daher sind Kenntnisse der englischen Sprache im Ausbildungsalltag förderlich.

Typische Branchen

Kaufleute für audiovisuelle Medien finden Beschäftigung

- 90
 - bei Rundfunkveranstaltern
 - in Unternehmen der Filmwirtschaft
 - in Multimedia-Werbeagenturen
 - in Verlagen

Quelle: [berufenet.arbeitsagentur.de](https://berufenet.arbeitsagentur.de/berufenet/faces/index?path=null/suchergebnisse/kurzbeschreibung&dkz=7018&such=audiovisuelle+Medien) vom 26.09.2017
<https://berufenet.arbeitsagentur.de/berufenet/faces/index?path=null/suchergebnisse/kurzbeschreibung&dkz=7018&such=audiovisuelle+Medien>, zuletzt überprüft am 27.09.2017

Designer sind überall gefragt

Der Beruf des Designers liegt im Trend: Immer mehr Menschen entscheiden sich für ein entsprechendes Studium oder eine duale Ausbildung. Das dort erworbene Know-how ist in vielen Branchen gefragt.

- 5 Welches Foto könnte zu einem Artikel passen, in dem es um das Thema „Gesunde Haare im Winter“ geht? Mit solchen Fragen beschäftigt sich Franziska Cruccolini in ihrem Beruf. Die 33-Jährige hat an der Fachhochschule Dortmund Fotodesign studiert und ist Senior Photo Editor bei der Content Marketing Agentur C3 in München. Als Bildredakteurin ist es ihre Aufgabe, in Absprache mit Grafikabteilung, Art Direktion und Textredakteuren Fotos und Illustrationen für Kunden- und Mitarbeitermagazine zu recherchieren.
- 10 Dafür durchforstet sie Bilddatenbanken von Fotoagenturen und beauftragt und brieft Fotografen sowie Illustratoren.

Vielfältige Designwirtschaft

- 15 „Ideen, Modelle und Konzepte der Designwirtschaft werden in nahezu allen Wirtschaftsbranchen nachgefragt – von der Industrie über die Modebranche bis zur Werbung“, erklärt die Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung auf ihrer Website. Entsprechend vielfältig sind die Akteure der Branche. Zu ihnen zählen Büros für Industrie-, Produkt-, Mode-, Grafik- und Kommunikationsdesign, Interior Design und Raumgestaltung, Werbegestaltung, Schmuckherstellung und selbstständige Fotografen.

- 20 Ein Teilbereich ist das Industrie- und Produktdesign. Wobei der Verband Deutscher Industrie Designer (VDID) ausschließlich von Industriedesign spricht, „um eine Verwechslung von studierten Designern und dual ausgebildeten Technischen Produktdesignern zu vermeiden“, wie Präsident Stefan Eckstein erklärt.

Beschäftigung zuletzt gestiegen

- 25 Den Arbeitsmarkt schätzt der Verbandssprecher aufgrund der guten Wirtschaftslage als „sehr positiv“ ein: „Industriedesigner sind in vielen Bereichen gefragt.“ Allerdings sei es nicht einfach, als Designer zu arbeiten. „Die Ansprüche werden immer höher. Man muss kritikfähig, selbstsicher und stets innovativ sein“, betont Stefan Eckstein. Aufgabe des Industriedesigners sei es, den Dingen Sinn zu geben, sie effizient und verständlich zu machen und dabei ökonomische, soziale und ökologische Aspekte miteinzubeziehen.
- 30 Für 2013 wies der Mikrozensus des Statistischen Bundesamts 11.600 Erwerbstätige im Bereich Produkt- und Industriedesign aus. Darin enthalten waren die Selbstständigen. „Die Beschäftigung ist hier im Vergleich zum vorhergehenden Jahr gestiegen“, so Susanne Lindner, Arbeitsmarktexpertin der Bundesagentur für Arbeit. Gleiches gilt für die Berufe im Grafik-, Kommunikations- und Fotodesign. In diesem Bereich gab es laut
- 35 Mikrozensus 35.600 Erwerbstätige im Jahr 2013.

Claudia Siebenweiber, Präsidentin des Berufsverbands der Deutschen Kommunikationsdesigner (BDG), bezeichnet den Arbeitsmarkt für Kommunikationsdesigner als „sehr voll“ und verweist auf die hohen Absolventenzahlen. Laut Statistischem Bundesamt sind diese im Bereich Grafikdesign und Kommunikationsgestaltung von 2.417 im Jahr 2008

- 40 auf 3.349 im Jahr 2014 gestiegen. Dies sei laut der Verbandssprecherin sicher ein Grund dafür, dass die Einstiegsgehälter meist geringer ausfielen als bei anderen Akademikern.

Ein zukunftssträchtiger Beruf

- 45 Gleichzeitig macht Claudia Siebenweiber Mut: „Es werden immer mehr Designer gebraucht und es ist ein spannender und zukunftssträchtiger Beruf.“ Kommunikationsdesigner, die sie als „visuelle Unternehmensberater“ bezeichnet, finden beispielsweise in der Wirtschaft, in der Politik oder bei Non-Profit-Organisationen eine Beschäftigung. Wie Designer aus anderen Disziplinen können sie in Agenturen, bei Unternehmen oder mittlerweile auch in Designabteilungen von Unternehmensberatungen arbeiten.

- 50 Eine weitere Möglichkeit ist der Weg in die Selbstständigkeit (siehe auch das Porträt „Partner für die visuelle Kommunikation“). „Voraussetzung für diesen Schritt ist die Fähigkeit, unternehmerisch Denken und Handeln zu können“, sagt Stefan Eckstein vom VDID. Auch Claudia Siebenweiber betont die Wichtigkeit einer berufswirtschaftlichen Ausbildung, die leider nicht immer Teil des Studiums sei. Gleichzeitig sei es eine Frage der eigenen Persönlichkeit: „Ich muss mich fragen, wie viel Sicherheit ich brauche und
55 ob ich lieber in vorgegebenen Strukturen festangestellt arbeite oder mir meine eigene Struktur schaffen will.“

Quelle: abi.de vom 13.01.2016

<http://abi.de/beruf-karriere/arbeitsmarkt/arbeitsmarktberichte/kug/designer013324.htm?zg=schueler>, zuletzt überprüft am 20.09.2017

Tätigkeit nach dem Studium

Industrie-, Produktdesigner/in

Die Tätigkeit im Überblick

Industrie- und Produktdesigner/innen planen, entwerfen und gestalten industriell gefertigte Produkte sowie andere Konsum- und Investitionsgüter und -systeme.

Aufgaben und Tätigkeiten kompakt

- 5 Industrie- und Produktdesigner/innen planen, entwickeln und realisieren im Bereich Produkt- und Industriedesign, Innenarchitektur, Raumausstattung und visuelles Marketing Produkte, Produktsysteme oder Dienstleistungen.

- Im Planungs- und Entwurfsprozess stimmen sie mit den Auftraggebern Gestaltungskonzept und Rahmenbedingungen ab und holen Markt- und Trendinformationen ein. Sie
10 legen das Erscheinungsbild fest, stimmen Form und Inhalt aufeinander ab und wählen geeignete Materialien aus. Dann erstellen sie Entwürfe, z.B. Skizzen oder Modelle, und begleiten ggf. den Herstellungsprozess sowie noch notwendige Anpassungen.

Aufgaben und Tätigkeiten (Beschreibung)

Worum geht es?

- 15 Industrie- und Produktdesigner/innen planen, entwerfen und gestalten industriell gefertigte Produkte sowie andere Konsum- und Investitionsgüter und -systeme.

Vom Prototypen zum Serienbeginn

- Der komplexe Entwurf von Gegenständen oder Prozessen, der von der Planung bis hin zur Konzeption, Gestaltung, Präsentation und Realisierung geht, steht im Mittelpunkt der
20 Tätigkeit von Industrie- und Produktdesignern/-designerinnen. Je nach Art des Auftrags entstehen Einzelstücke oder eine Produktion in Klein-, Mittel- oder Großserien. In ihre Überlegungen beziehen sie neueste technische Entwicklungen und Materialien sowie soziokulturelle, ökonomische, ökologische und ästhetische Faktoren ebenso ein wie Erkenntnisse aus anderen wissenschaftlichen Disziplinen (z.B. Technik, Design-Theorie,
25 Ergonomie), Konsumgewohnheiten oder modische Trends. Sie erarbeiten ressourcenschonende, nachhaltige und technisch-funktionelle Lösungen und beraten - vom Prototyp bis zum Serienbeginn - die an der Herstellung beteiligten Ingenieure und Ingenieurinnen. In Zusammenarbeit mit Grafikdesignern und -designerinnen entwickeln sie eine passende Produktgrafik oder ein Logo.

30 Vielfältige Einsatzmöglichkeiten

- Industrie- und Produktdesigner/innen sind vor allem in Designateliers und -agenturen oder in Büros für Industrie- und Produktdesign beschäftigt, wo sie Designaufträge ausführen und Produkte und Projekte entwerfen. Ggf. sind sie auch im Designmanagement tätig - also an der Schnittstelle zwischen Design, Technologie, Management und Marketing. Dann sprechen sie z.B. mit Art-Direktoren und Art-Direktorinnen, mit Produktionsleitern und Produktionsleiterinnen über die Möglichkeiten der Vermarktung der Produkte,
35

Modul: Berufe in Branchen (M5)

erarbeiten die Budgets mit dem Controlling und sind an der Entwicklung von Vertriebs- und Kommunikationskonzepten beteiligt.

- 40 Sie arbeiten auch in den Bereichen Forschung und Entwicklung, wo sie sich reflektorisch und analytisch mit der allgemeinen Gestaltung von Gegenständen auseinandersetzen. Im Rahmen von Forschungsprojekten sind Industrie- und Produktdesigner/innen zudem qualifiziert, Szenarien zu entwickeln und zu visualisieren.

Für eigenständige wissenschaftliche Tätigkeiten sind i.d.R. ein Masterstudium und eine Promotion erforderlich.

45 **Zugang zur Tätigkeit**

Vorausgesetzt wird ein abgeschlossenes grundständiges Studium im Bereich Produkt-, Industriedesign. Führungspositionen, spezialisierte Aufgabenstellungen oder Tätigkeiten in Wissenschaft und Forschung erfordern meist ein Masterstudium, ggf. auch die Promotion oder Habilitation.

50 **Mögliche Studienfächer:**

- Produkt-, Industriedesign (grundständig)
- Produkt-, Industriedesign (weiterführend)
- Design (grundständig)
- Design (weiterführend)

55 **Typische Branchen**

Industrie- und Produktdesigner/innen finden Beschäftigung

- 60
- in Design-Ateliers und -büros
 - in Büros für Industrie- und Produktdesign
 - in Entwicklungs- bzw. Konstruktionsabteilungen von Unternehmen unterschiedlicher Wirtschaftsbereiche
 - an Hochschulen

Quelle: [berufenet.arbeitsagentur.de](https://berufenet.arbeitsagentur.de/berufenet/faces/index;BERUFENETJSESSIONID=7rBDT6HeVL-gibvTJ0IkBm_PJ0REvnFS3BuhXJ2zyJwkBJjYi_6s-!1627016707?path=null/kurzbeschreibung&dkz=59261&such=Industrie-%2C+Produktdesigner%2Fin) vom 26.09.2017
https://berufenet.arbeitsagentur.de/berufenet/faces/index;BERUFENETJSESSIONID=7rBDT6HeVL-gibvTJ0IkBm_PJ0REvnFS3BuhXJ2zyJwkBJjYi_6s-!1627016707?path=null/kurzbeschreibung&dkz=59261&such=Industrie-%2C+Produktdesigner%2Fin, zuletzt überprüft am 27.09.2017

Die Kunst, von der Kunst zu leben

Ob Maler oder Musiker – viele sind freiberuflich tätig, müssen flexibel reagieren und vor allem fit sein in puncto Selbstmarketing.

- 5 Festanstellungen etwa in Ensembles, Orchestern oder an Hochschulen gibt es nur in begrenzter Zahl. Rund 134.000 Menschen waren laut Statistik der Bundesagentur für Arbeit im März 2014 in künstlerischen Berufen sozialversicherungspflichtig beschäftigt. Darunter waren 24.000 Musiker, 15.000 Schauspieler, 9.000 Theater-, Film- und Fernseherschaffende sowie 34.000 Grafik- und Fotodesigner. Dem Mikrozensus zufolge waren im Jahr 2012 zudem schätzungsweise 145.000 künstlerische Spezialisten und Experten als Selbstständige tätig.
- 10 In puncto Arbeitslosigkeit hat sich laut Ralf Beckmann vom Team Arbeitsmarktberichterstattung der Bundesagentur für Arbeit die Situation in den letzten Jahren leicht verbessert: „Im Jahr 2014 waren durchschnittlich rund 11.600 Personen arbeitslos gemeldet, die etwa als studierte Musiker, Schauspieler oder Designer im künstlerischen Bereich arbeiten wollten. Das waren elf Prozent weniger Arbeitslose als fünf Jahre zuvor.“ Die
- 15 Zahl der gemeldeten offenen Stellen für abhängige Beschäftigungen ist etwas gestiegen, bewegt sich aber mit 1.200 Stellen weiterhin auf einem niedrigen Niveau.

Künstler und Arbeitgeber zusammenbringen

- 20 Einige Künstler verdienen sehr gut, jedoch können viele nicht allein von der Kunst leben und sind auf Nebenjobs angewiesen. So ist es unter Musikern beispielsweise verbreitet, sowohl zu unterrichten als auch in einem Orchester oder Ensemble als freie Mitarbeiter zu spielen. „Künstler müssen sich heute möglichst breit aufstellen, als Schauspieler zum Beispiel nicht nur Theater, sondern auch Fernsehen abdecken“, weiß Jörg Brückner, Leiter der ZAV-Künstlervermittlung Berlin, die unter dem Dach der Zentralen Auslands- und Fachvermittlung der Bundesagentur für Arbeit steht. Sie ist unter anderem für
- 25 Schauspieler, Filmschaffende, Sänger, Tänzer und Musiker eine wichtige Anlaufstelle. An sieben Standorten bundesweit stellt sie den Kontakt zwischen Künstlern und Arbeitgebern her, wobei es um sozialversicherungspflichtige Beschäftigungen geht. „Wir wissen sehr genau, was die Arbeitgeberseite – etwa Theater, Musicals oder Kreuzfahrtunternehmen – für ihre Ensembles sucht“, sagt Jörg Brückner. Der Service ist provisionsfrei.
- 30

- Die Vermittler bringen selbst einen fachlichen Hintergrund mit, sind Choreografen oder etwa Dramaturgen: „Wir schauen uns die Leistungen der Künstler an, beurteilen, inwieweit sie für eine Zusammenarbeit geeignet sind und nehmen sie in unseren Künstlerpool auf“, erklärt Jörg Brückner. Künstlerkarrieren werden über einen längeren Zeitraum begleitet.
- 35

Karrierevorsprung dank Selbstvermarktung

Die ZAV-Standorte sind nicht nur vernetzt und bieten einen Überblick über den deutschsprachigen sowie internationalen Markt. Es werden zudem Workshops, etwa zum Thema Selbstvermarktung, angeboten: „Durch die wachsenden Möglichkeiten von

Modul: Berufe in Branchen (M5)

40 Social Media wird das Thema immer wichtiger. Dienstleistungen, die früher an Agenturen abgegeben wurden, übernehmen die Künstler heute selbst. Die Eigenverantwortung nimmt zu“, weiß Jörg Brückner. Das wissen auch die Hochschulen, die oftmals entsprechende Kurse anbieten.

45 Da die ZAV eng mit Hochschulen kooperiert und gemeinsame Projekte zwischen Auftraggebern und Künstlern organisiert, werden erste Kontakte bereits während des Studiums oder der Ausbildung aufgebaut.

Abgesichert über die Künstlersozialkasse

Viele Musiker und Künstler arbeiten ohne festes Engagement in der Freiberuflichkeit. Das bedeutet: Um die soziale Absicherung müssen sie sich selbst kümmern. Ein wichtiger Partner ist hier die Künstlersozialkasse (KSK). Sie übernimmt durch Gelder vom Bund den Anteil an den Kosten der Kranken- und Rentenversicherungen, den ansonsten ein Arbeitgeber zahlen würde.

50

Quelle: abi.de vom 28.12.2015

<http://abi.de/beruf-karriere/arbeitsmarkt/arbeitsmarktberichte/kug/studieng-nge-in-kunst-musik-un013320.htm?zg=schueler>, zuletzt überprüft am 20.09.2017

Duale Ausbildung

Bühnenmaler/in und Bühnenplastiker/in - Malerei

Die Tätigkeit im Überblick

- Bühnenmaler/innen und Bühnenplastiker/innen der Fachrichtung Malerei malen Bühnen- und Szenenbilder für Theater, Oper, Musical, Film oder Fernsehen nach den Vorgaben der Regie und der Bühnenbildner/innen. Für Ausstellungen, Messen, Werbeproduktionen oder Innenausstattungen fertigen sie darüber hinaus Hintergründe, Wandbilder, Dekorationen und z.T. auch Plastiken an.

Aufgaben und Tätigkeiten kompakt

- Bühnenmaler/innen und Bühnenplastiker/innen der Fachrichtung Malerei fertigen Kulissen, Bühnen- und Szenenbilder an. Sie besprechen die geplante Ausgestaltung mit der Regie und Bühnenbildnern bzw. -bildnerinnen und setzen die Entwürfe maßstabsgetreu um. Bei Bedarf machen sie auch Kopien von zeitgenössischen und historischen Kunstwerken. Zunächst mischen sie die Farben und stellen Farbpaletten zusammen. Dann entwickeln sie den Bildaufbau für Bühnenmalereien mit Landschaften, Gebäuden, Menschen oder Tieren. Darüber hinaus malen sie auch Hintergründe oder Wandbilder zur Dekoration von Ausstellungen, Messen, Werbeproduktionen oder Innenausstattungen, gestalten Oberflächen und fertigen ggf. Plastiken an.

Die Ausbildung im Überblick

- Bühnenmaler/in und Bühnenplastiker/in der Fachrichtung Malerei ist ein 3-jähriger anerkannter Ausbildungsberuf am Theater sowie in der Film- und Fernsehbranche (Ausbildungsbereich Industrie und Handel).

Im Ausbildungsbetrieb lernen die Auszubildenden beispielsweise:

- wie Informationen zu Gestaltungskonzeptionen ermittelt werden, etwa aus Kunst- oder Kulturgeschichte
- wie lineare und plastische Zeichnungen oder Modelle von Architekturen und Landschaften erstellt werden
- wie man Zeichnungen maßstabsgerecht überträgt
- wie Stempel, Schablonen und Pausen angefertigt werden
- worauf man bei der Auswahl von Werk- und Hilfsstoffen achten muss
- wie man lineare und plastische Zeichnungen oder Dekorationen von Lebewesen und Phantasiedarstellungen anfertigt, Vergoldetechniken ausführt oder Flächen mit Schrift gestaltet
- wie man Farbpaletten zusammenstellt
- wie man Riss- und Sprungimitationen anfertigt
- worauf man beim Anwenden von Lasier- und Koloriertechniken achten muss
- wie die menschliche und tierische Anatomie dargestellt werden kann
-

Modul: Berufe in Branchen (M5)

Darüber hinaus werden während der gesamten Ausbildung Kenntnisse über Themen wie Rechte und Pflichten während der Ausbildung, Organisation des Ausbildungsbetriebs und Umweltschutz vermittelt.

40 In der Berufsschule erwirbt man weitere Kenntnisse:

- in berufsspezifischen Lernfeldern (z.B. Raumkonzepte planen und zeichnerisch umsetzen, Farbkompositionen malerisch umsetzen)
- in allgemeinbildenden Fächern wie Deutsch und Wirtschafts- und Sozialkunde

Ausbildungsvergütung

- 45 Die Ausbildungsvergütung für eine duale Ausbildung wird vom Ausbildungsbetrieb gezahlt und richtet sich bei tarifgebundenen Betrieben nach tarifvertraglichen Vereinbarungen. Nicht tarifgebundene Betriebe können sich daran orientieren oder die Ausbildungsvergütung frei vereinbaren.

Beispiel öffentlicher Dienst (kommunale Arbeitgeber) (monatlich brutto):

- 50 1. Ausbildungsjahr: € 918
2. Ausbildungsjahr: € 968
3. Ausbildungsjahr: € 1.014

Beispiel Privatrundfunk (monatlich brutto):

1. Ausbildungsjahr: € 677
55 2. Ausbildungsjahr: € 739
3. Ausbildungsjahr: € 835

Zugang zur Ausbildung

Rechtlich ist keine bestimmte Vorbildung vorgeschrieben.

- Die Betriebe stellen überwiegend Ausbildungsanfänger/innen mit Hochschulreife ein.
60 Etwa jede/r Achte der Ausbildungsanfänger/innen hatte vor Ausbildungsbeginn eine Berufsfachschule abgeschlossen.

Schulische Vorbildung in der Praxis

- Im Jahr 2015 gab es 24 Ausbildungsanfänger/innen. 58 Prozent der zukünftigen Bühnenmaler/innen und Bühnenplastiker/innen der Fachrichtung Malerei verfügten über die Hochschulreife, 34 Prozent besaßen einen mittleren Bildungsabschluss. Acht Prozent verfügten über einen Hauptschulabschluss. 13 Prozent der Ausbildungsanfänger/innen hatten vor Ausbildungsbeginn eine Berufsfachschule absolviert.
65

Wichtige Schulfächer

- Vertiefte Kenntnisse in folgenden Schulfächern bilden gute Voraussetzungen für eine erfolgreiche Ausbildung:
70

Modul: Berufe in Branchen (M5)

- 75

 - Kunst/Werken:
Handwerkliches Geschick und künstlerisches Talent gehören für angehende Bühnenmaler/innen und Bühnenplastiker/innen der Fachrichtung Malerei zur Grundausrüstung. Um Kulissen für Bühnen, Fernsehstudios und Filmdrehorte zu bemalen oder Hintergründe und Wandbilder zu fertigen, benötigen sie sowohl Fertigkeiten im Werken als auch Kenntnisse z.B. der Farbenlehre.
- 80

 - Mathematik:
Damit zukünftige Bühnenmaler/innen und Bühnenplastiker/innen der Fachrichtung Malerei die Wünsche der Regisseure und Regisseurinnen oder Bühnenbildner/innen maßstabgetreu umsetzen können, sind auch Kenntnisse in Geometrie wichtig.

Typische Branchen

Bühnenmaler/innen und Bühnenplastiker/innen der Fachrichtung Malerei finden Beschäftigung in erster Linie

- 85

 - an Theatern und Opernhäusern
 - bei Filmproduktionsfirmen und Fernsehsendern

Quelle: berufenet.arbeitsagentur.de vom 26.09.2017
<https://berufenet.arbeitsagentur.de/berufenet/faces/index?path=null/suchergebnisse/kurzbeschreibung&dkz=8502>, zuletzt überprüft am 27.09.2017

Bildender Künstler

Kunst auf Großvaters Spuren

Abstrakte Malerei als konkreter Broterwerb: Malwin Faber verdient seinen Lebensunterhalt als selbstständiger Künstler in Hamburg. Professionelle Selbstvermarktung ist für den 27-jährigen Kommunikationsdesigner dabei entscheidend.

5 Ein wenig liegt Malwin Fabers Begeisterung für Kunst wohl in der Familie. Schließlich arbeitete bereits sein Großvater als Theatermaler. Nun verdient auch der 27-Jährige sein Geld mit der Malerei. Das nötige Rüstzeug vermittelte ihm das Bachelorstudium Kommunikationsdesign an der Hochschule für Angewandte Wissenschaft (HAW) Hamburg, in dem es sowohl um Kunst, als auch um Design ging. Dabei beschäftigte sich Malwin Faber mit Malerei auf Leinwand – zunächst figurativ, dann immer abstrakter. Gemein-

10 sam mit Kommilitonen richtete er sich in Hamburg ein Atelier ein und experimentiert seitdem mit verschiedenen Materialien, aus denen er Collagen erstellt. „Ich kaufe Material und Farben ein, ziehe Leinwände auf, beschichte sie, warte, bis sie trocken sind und plane so nach und nach meine Bilder“, erklärt der Künstler seinen Arbeitsablauf. „Meist arbeite ich an mehreren Projekten parallel und erstelle dadurch ganze Serien.“

15 Viel Zeit in Selbstvermarktung investieren

Ist eine Serie fertig, versucht er, sie in Gruppen- oder Einzelausstellungen zu präsentieren. Dazu knüpft er Kontakte mit Galerien, zum Beispiel in Berlin oder in Hamburg. Wenn den Galeristen seine Werke gefallen, laden sie den Künstler zu einer Ausstellung ein. Dort kann Malwin Faber seine Werke auch verkaufen. „Viel Zeit geht für die Selbstver-

20 marktung drauf“, berichtet der Künstler. So hat er sich etwa seine Website selbst eingerichtet und gestaltet auch seine Flyer und Visitenkarten. Darüber hinaus schreibt er Texte über seine Arbeiten und bewirbt sich damit unter anderem für Stipendien und Kunstpreise. Um mit den Galerien in Kontakt zu kommen, muss Malwin Faber viel netzwerken und häufig Eröffnungen anderer Ausstellungen besuchen – auch wenn er bei Fremden

25 eigentlich eher zurückhaltend ist. Aber er weiß, dass dies dazugehört, wenn er mit seiner Arbeit erfolgreich sein will.

„Allein von der Kunst zu leben, ist schwer“, sagt der Bachelorabsolvent, der 2014 seinen Abschluss gemacht hat. Er hofft, dass er sich nach und nach einen Ruf erarbeiten kann, indem er immer mehr Ausstellungen mitgestaltet. Bis dahin arbeitet er nebenbei als freier

30 Grafikdesigner für Agenturen. „Das nimmt mir den Druck, ausschließlich von der Kunst leben zu müssen“, erklärt er. Als Künstler ist Malwin Faber Mitglied in der Künstlersozialkasse (KSK). Diese übernimmt, wie ein fester Arbeitgeber, die Hälfte der Sozialabgaben für die gesetzliche Renten-, Pflege- und Krankenversicherung. Das spart dem Künstler eine Menge Geld. Auch dass er sich die Miete für das Atelier mit einem ehemaligen Kommilitonen teilt, ist sehr praktisch.

35

Ratschläge? „Jeder muss seinen Weg finden“

Wovor ein Künstler hingegen nicht gefeit ist, sind die vielen Bedenken und Ratschläge von allen Seiten. Auch der 27-Jährige kennt dies: „Das kann zermürend sein. In der Kunst gibt es nun mal nicht nur eine Wahrheit, sondern jeder muss seinen Weg finden.“

Modul: Berufe in Branchen (M5)

- 40 Daher kann Malwin Faber auch keine persönlichen Fähigkeiten nennen, die ein Künstler auf jeden Fall mitbringen sollte: „Dazu gibt es zu viele verschiedene Kunstrichtungen und Laufbahnen.“ Er freut sich, dass seine Eltern ihn in seiner Berufswahl immer unterstützt haben und hinter ihm stehen. Und natürlich, dass er offenbar das Talent seines Großvaters geerbt hat.

Quelle: abi.de vom 07.08.2017

<http://abi.de/beruf-karriere/berufsreportagen/mpg/bildender-kuenstler014930.htm?zg=schueler>, zuletzt
überprüft am 20.09.2017