

Berufsprofile

Medien- und IT-Berufe

Medien- und IT-Berufe

Gestaltung, Aufbereitung und Vernetzung

Traumjob Medien – das hört man vielerorts, wenn man junge Menschen nach ihrem Berufsziel befragt. Doch was heißt das eigentlich? Gibt es „die Medien“ oder „etwas mit Medien“ überhaupt? Was steckt hinter den verschiedenen Berufsbezeichnungen und worin unterscheiden sich die Ausbildungen? Und was hat das alles mit Informationstechnik, also IT zu tun? Die vorliegende Broschüre verschafft hoffentlich ein wenig Klarheit.

Medien – das ist grob gesagt alles, was in irgendeiner Form Informationen zu uns bringt. Die Tageszeitung genauso wie ein Anzeigenblatt, das Internet ebenso wie das Fernsehen und die Unternehmensbroschüre in gleichem Maße wie der Katalog vom Versandhandel. Das allein zeigt schon, dass die Möglichkeiten einer Tätigkeit bei, mit oder in den Medien sehr vielfältig sind, und die Liste ist längst nicht vollständig. So gehören auch der Druck und die Weiterverarbeitung von gedruckten Medien in Form von Büchern, Zeitschriften oder Broschüren dazu. Ebenso müssen Anzeigen gestaltet, Kunden per Brief über Produkte informiert und Internetseiten programmiert werden – womit wir bei der Rolle der IT angelangt wären.

Doch IT-Fachleute, seien es Anwendungsentwickler, System-Elektroniker oder Informatik-kaufleute beschäftigen sich mit weitaus umfassenderen Aufgaben als mit der bloßen Programmierung. Sie sind Berater und Lehrer, konzipieren und kalkulieren und können sämtliche Kommunikationsmedien sinnvoll miteinander vernetzen. Oder sie entwickeln fantastische Anwendungen, wie zum Beispiel Games-Software, und kommen erst dann so richtig in Fahrt, wenn der gewöhnliche User verzweifelt vor seinem Rechner sitzt, weil der mal wieder nicht das tut, was man von ihm will.

In welche Richtung es in Sachen Medien und IT gehen kann, das möchte die IHK Köln mit den hier vorgestellten Ausbildungsberufen allen Interessierten aufzeigen. Die Broschüre dient der Orientierung und soll eine erste Entscheidungshilfe liefern, wie es nach der Schule weitergeht und welche Zukunftsperspektiven sich bieten.

Die IHK Köln setzt sich fortwährend für die Aktualisierung und Erweiterung der Ausbildungsinhalte ein und nimmt für sämtliche hier aufgeführten Berufe die Zwischen- und Abschlussprüfungen ab. Für alle Fragen zu den Berufsprofilen im Bereich Medien und IT sowie bei der Suche nach einem geeigneten Ausbildungsplatz, aber auch für eventuelle Sorgen und Nöte während der Ausbildung, stehen die Ausbildungsberater/innen der IHK Köln gerne zur Verfügung.

Ihre Industrie- und Handelskammer zu Köln

Kaufleute für audio-visuelle Medien

Fleißige Helfer hinter den Kulissen

Heute ist der zwanzigste Drehtag. Wenn alles gut geht, ist die zweiteilige Doku in drei Wochen im Kasten. Doch bis dahin gibt es noch viel zu tun. Jeder Tag am Set ist anders, die Darsteller sind nervös, alles wuselt und rennt aufgeregt umher. Sind auch alle Drehgenehmigungen eingeholt? Weiß jeder, was er zu tun hat? Licht und Ton sind geprüft? Wo ist das Ersatzmikro? Und hat der Produzent sich schon blicken lassen? Dann die Regieanweisung über Funk: Kamera ab. Es geht los.

Kaufleute für audio-visuelle Medien sorgen unter anderem am Filmset dafür, dass alles reibungslos läuft und sowohl die Darsteller als auch alle anderen Beteiligten ohne Probleme arbeiten können. Sie prüfen, ob alle technischen Voraussetzungen erfüllt sind und stellen sicher, dass die Schauspieler dann am Drehort erscheinen, wenn sie gebraucht werden. Sie buchen nicht nur die nötigen Mitarbeiter, zum Beispiel Redakteure, Tontechniker, Spezialisten für besondere Effekte oder Hilfskräfte, sondern auch das Equipment, sei es aus dem eigenen Bestand oder von Mietfirmen. Auch Drehgenehmigungen und die Beachtung von Rechten und Lizenzen fallen in ihr Aufgabengebiet.

Kein Wunder, dass Kaufleute für audio-visuelle Medien echte Organisationstalente sein und auch dann den Überblick behalten müssen, wenn es hoch her geht. Vieles muss schnell und manchmal sehr spontan abgewickelt werden, daher ist es wichtig, dass man flexibel reagieren kann und auch gerne telefoniert. Denn wenn jemand nicht am Set erscheint, wenn der Ton stockt oder die Scheinwerfer ausgehen, dann ist Eile geboten. Nicht zuletzt kostet so eine Produktion viel Geld, und da braucht man keine Verzögerungen, die die Kosten noch mehr in die Höhe treiben.

Damit ist auch schon klar, dass Kaufleute für audio-visuelle Medien immer die Zahlen im Blick behalten und im Zweifelsfall gegensteuern müssen, um das Budget nicht zu überschreiten. Sie kalkulieren selbst die Kosten für eine Medienproduktion und prüfen, wie Honorare, Materialien oder Versicherungen bezahlt werden können und ob gegebenenfalls fremde Gelder dafür zum Einsatz kommen.

Kaufleute für audio-visuelle Medien sind die fleißigen Helfer hinter den Kulissen. Ob Film oder Fernsehen, ob Radio oder Video – kaum etwas würde klappen, wenn sie sich nicht unermüdlich für das Gelingen der Produktionen einsetzen würden. Ihre Arbeitgeber sind Rundfunkanstalten, Filmproduktionsgesellschaften, Medienagenturen und große Firmen mit eigener Medienproduktion.

Ausbildungsdauer: 3 Jahre

Ansprechpartner bei der IHK Köln:

Caroline Prangenberg: caroline.prangenberg@koeln.ihk.de

Eva-Maria Müller-Hallmann: eva-maria.mueller-hallmann@koeln.ihk.de

Robin Bentz: robin.bentz@koeln.ihk.de

Kaufleute für Marketingkommunikation

Meister der Werbung

In der Werbebranche zu arbeiten ist für viele der absolute Traumberuf. Kreativ sein, eigene, manchmal auch total verrückte Ideen einbringen zu können und in bunten Bildern an Plakate, in Fernsehspots oder in Zeitungsanzeigen umzusetzen. Dazu jede Menge junge, coole Leute – echt hip! Ja, das ist eine Seite des Berufs „Kaufmann/Kauffrau für Marketingkommunikation“. Die andere, und das ist die eigentliche Basis der Tätigkeit, besteht aus einem äußerst zielgerichteten Vorgehen, aus Analyse und Recherche, aus Zuhören sowie aus dem Planen, Realisieren und Auswerten von Maßnahmen im Sinne des Kunden oder des eigenen Unternehmens. Ideen und Kreativität sind dabei zwar wichtige Werkzeuge, die man im Team gut gebrauchen kann, aber um gute und strategisch sinnvolle Werbung zu machen, braucht es schon etwas mehr.

Werbung soll zum Kaufen bewegen oder dafür sorgen, dass ein guter Eindruck von einem Unternehmen entsteht. Damit dies gelingt, folgen Kaufleute für Marketingkommunikation einem detaillierten Konzept, das zuvor auf der Basis von Informationen seitens des Kunden oder im eigenen Unternehmen erarbeitet wurde. Ob Plakat, Online-Banner, Radio- oder Fernsehspot, ob Pressemitteilung, Internetauftritt oder Roadshow – immer steckt ein Plan dahinter, wie die Botschaft am besten bei der Zielgruppe ankommt. Apropos Zielgruppe! Wer gehört dazu? Alter, Geschlecht, beruflicher Status, Vermögensverhältnisse – all dies ist Teil der Analyse. Und wo erreicht man die Zielgruppe überhaupt? Im Fußballstadion oder auf Facebook? In der Computerfachwelt oder beim Einkaufen im Supermarkt?

Eine weitere wichtige Frage betrifft das Geld. Denn ein Kaufmann oder eine Kauffrau für Marketingkommunikation muss auch immer prüfen, ob sich all die schönen Ideen mit dem Budget des Kunden oder des Unternehmens, bei dem man beschäftigt ist, vereinbaren lassen. Gerade bei kleinen Budgets gilt es herauszufinden, wie man die Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen geschickt plant und umsetzt, damit am Ende auch „etwas dabei herkommt“. Schließlich ist das Hauptziel von Werbung nun einmal der Verkauf – und daran wird Werbung oft gemessen. Kaufleute für Marketingkommunikation holen daher selbst Angebote ein, kalkulieren Maßnahmen und erstellen Kostenvoranschläge für Einzelmaßnahmen oder auch große Kampagnen. Bei der Projektumsetzung legen sie Termine verbindlich fest, übernehmen die Gesamtkoordination und stellen die Qualität der Maßnahmen sicher. Auch Verträge für die Zusammenarbeit mit Dienstleistern und die Einhaltung von gesetzlichen Vorschriften liegen in ihrer Verantwortung.

Die ursprüngliche Ausbildung zum/zur „Werbekaufmann/-frau“ wurde 2006 grundlegend überarbeitet, da sich das Berufsbild zu sehr auf die klassische Werbung beschränkt hatte. Bei den Kaufleuten für Marketingkommunikation sind auch Dialogmarketing, Veranstaltungsorganisation, Sponsoring und Multimedia, Public Relations und Social Media Teil der Ausbildung, und man kann sich auf den einen oder anderen Bereich spezialisieren. Kaufleute für Marketingkommunikation kommen in Agenturen zum Einsatz oder arbeiten in der Marketing- bzw. Kommunikationsabteilung von Unternehmen, Verbänden oder Non-Profit-Organisationen.

Ausbildungsdauer: 3 Jahre

Ansprechpartner bei der IHK Köln:

Caroline Prangenberg: caroline.prangenberg@koeln.ihk.de

Eva-Maria Müller-Hallmann: eva-maria.mueller-hallmann@koeln.ihk.de

Robin Bentz: robin.bentz@koeln.ihk.de

Kaufleute für Dialogmarketing

Im direkten Kontakt mit dem Kunden

In Zeiten von Online-Bestellungen und Kommunikation per E-Mail geht der persönliche Kontakt eines Unternehmens zu seinen Kunden leicht verloren oder er entsteht erst gar nicht. Für Unternehmen, die ihre Waren oder Dienstleistungen verkaufen wollen, ist es daher sehr schwer, sich auf die Vorlieben und Geschmäcker der Kunden einzustellen und ihnen zum Beispiel neue Produkte anzubieten, die für sie interessant sein könnten. Deswegen suchen immer mehr Firmen nach Möglichkeiten, ihre Kunden und Menschen, die vielleicht zu Kunden werden könnten, direkt anzusprechen. Servicefachkräfte und Kaufleute für Dialogmarketing finden diese Möglichkeiten und setzen sie auch um. Dialogmarketing heißt nämlich nichts anderes als direktes Marketing, bei dem derjenige, den man anspricht, sofort reagieren kann – sei es durch eine unkomplizierte Antwortmöglichkeit im Anhang eines Mailings oder am Telefon – dem häufigsten Einsatzort von Servicefachkräften und Kaufleuten für Dialogmarketing. Auch wenn die so genannte Telefonakquise einen schlechten Ruf hat und es sicher viele „schwarze Schafe“ unter den telefonischen Werbern gibt, so wünschen sich viele Konsumenten immer noch – oder wieder – eine individuelle Ansprache, insbesondere dann, wenn sie bereits Kunden eines bestimmten Unternehmens sind. Hier bieten sich sehr gute Möglichkeiten, denn Schätzungen gehen davon aus, dass es sieben- bis achtmal günstiger ist, einen bestehenden Kunden an ein Unternehmen zu binden, als einen neuen Kunden zu gewinnen. Das heißt aber natürlich nicht, dass ein Unternehmen heute keine neuen Kunden finden muss. Im Gegenteil, denn bei der wachsenden Konkurrenz und vor allem durch die Möglichkeiten, die das Internet bietet, ist so ein Kunde auch mal schnell weg, ganz egal, welche Maßnahme man ergreift, um ihn zu halten.

Beides – also das Binden von Kunden an ein Unternehmen ebenso wie die Neukundengewinnung – steht im Fokus der Arbeit von Servicefachkräften und Kaufleuten für Dialogmarketing. Sie rufen Kunden an, etwa um ihnen neue Produkte vorzustellen oder nehmen Anrufe entgegen und reagieren auf die Anforderungen von Kunden. Ob Beratung, Bestellung oder Beschwerde, immer müssen sie den richtigen Ton treffen und sind darauf angewiesen, allein mit ihrer Stimme, durch gutes Zuhören und gezielte Fragen hinter die Wünsche und Anliegen ihrer Gesprächspartner zu kommen. Klar, dass sie dafür erstens gerne telefonieren müssen und zweitens Geduld brauchen. Außerdem gilt es auch dann freundlich zu bleiben, wenn der Anrufer sich einmal im Ton vergreift.

Da es in dieser Branche oft darum geht, möglichst viele Kunden (und solche, die es werden sollen) an einem Tag anzurufen, muss man stressresistent sein und immer die Ruhe bewahren, auch wenn es hektisch zugeht. Servicefachkräfte und Kaufleute für Dialogmarketing telefonieren aber nicht nur selbst, sondern entwickeln ganze Kampagnen und führen diese – nicht zuletzt unter Berücksichtigung der Kosten und des Datenschutzes – gezielt durch. Sie kalkulieren die nötigen Ausgaben für die Maßnahmen im Dialogmarketing, erstellen Angebote, organisieren den Einsatz der Mitarbeiter und sorgen auch dafür, dass diese ausreichend geschult werden. Servicefachkräfte und Kaufleute für Dialogmarketing arbeiten vor allem in Call-Centern von Unternehmen oder bei spezialisierten Agenturen für Dialogmarketing.

Ausbildungsdauer: 2 Jahre (Servicefachkräfte) und 3 Jahre (Kaufleute)

Ansprechpartner bei der IHK Köln:

Caroline Prangenberg: caroline.prangenberg@koeln.ihk.de

Eva-Maria Müller-Hallmann: eva-maria.mueller-hallmann@koeln.ihk.de

Robin Bentz: robin.bentz@koeln.ihk.de

Medienkaufleute digital und print

Kreative Allroundtalente in der Medienproduktion

Wie entsteht eigentlich eine Zeitschrift? Ganz klar – Artikel schreiben, Anzeigen rein, drucken und ab zum Kiosk. Ist doch ganz einfach, oder? Im Prinzip schon, aber bis eine Zeitschrift über die Laden- oder Kiosktheke geht, muss im Verlags- und Medienhaus so manches geplant, gerechnet, organisiert, verwaltet und kontrolliert werden. Und bevor eine Zeitschrift überhaupt ins Leben gerufen wird, beschäftigen sich Medienkaufleute digital und print mit Themen, Konzepten, Autoren und Anzeigenkunden und prüfen unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten, ob sich die Zeitschrift überhaupt rechnet. Dabei spielen auch Marketingmaßnahmen und mögliche Vertriebswege eine große Rolle.

Sobald ein Medienhaus oder ein Verlag den Entschluss gefasst hat, eine neue Zeitschrift auf den Markt zu bringen, rechnet der Medienkaufmann oder die Medienkauffrau digital und print genau aus, was die Herstellung kostet und wie man sie finanzieren kann. Im Printbereich bietet sich eine Finanzierung durch Anzeigen an, denn der Preis, den man über den eigentlichen Verkauf erzielen kann, ist eher gering und bei weitem nicht kostendeckend. Medienkaufleute müssen daher gute Verkäufer sein und mögliche Anzeigenkunden von den Vorteilen der Werbung in einem bestimmten Magazin überzeugen können. Damit das gelingt, braucht ein Magazin gute Inhalte – in Form von Texten und Bildern. Hier koordiniert der Medienkaufmann/die Medienkauffrau digital und print die internen und externen Autoren und Grafiker und sorgt dafür, dass Beiträge rechtzeitig abgeliefert und noch einmal auf Fehler überprüft werden. Medienkaufleute digital und print wirken sowohl bei der Themenplanung als auch bei der Umsetzung von Medienproduktionen mit. Sie sind im Marketing und im Vertrieb tätig, entwickeln umfassende Konzepte und beraten Kunden über die Angebote des Verlags.

Besonders interessant ist dieser Beruf wegen der vielen verschiedenen Aufgabengebiete, die dazugehören und die moderne Verlagshäuser auszeichnen. Diese beschränken sich nämlich längst nicht mehr auf ein Produkt, also eine Zeitung, eine Zeitschrift oder Bücher, sondern werden mehr und mehr zu Medienhäusern, die auch CDs, Videos oder hochwertige Inhalte für Internetseiten produzieren. Konzipieren, kalkulieren, koordinieren und kommunizieren – Medienkaufleute digital und print sind flexible Allroundtalente, die kreativ denken können und immer den Blick auf das Ganze behalten. Sie müssen sich dauernd über Neuerungen auf dem Medienmarkt auf dem Laufenden halten, ein gutes Gespür für aktuelle Trends und Themen haben und sehr genau arbeiten können. Englisch ist Pflicht, denn der Medienmarkt ist international. Neben Verlags- und Medienhäusern sind auch Großhandelsunternehmen für Bücher, Zeitschriften und Zeitungen gute Arbeitgeber für Medienkaufleute digital und print.

Ausbildungsdauer: 3 Jahre

Ansprechpartner bei der IHK Köln:

Caroline Prangenber: caroline.prangenber@koeln.ihk.de

Eva-Maria Müller-Hallmann: eva-maria.mueller-hallmann@koeln.ihk.de

Robin Bentz: robin.bentz@koeln.ihk.de

Fachinformatiker Anwendungsentwicklung

Software und mehr

COBOL-Module, C++, PHP, Unix, SQL, ABAP/4, JAVA ... Alle, die mit solchen Begriffen nicht das Geringste anfangen können, die Haskell für eine Hunderasse halten und glauben, dass Hypertalk der neue Mobilfunktarif fürs iPhone ist, sollten wahrscheinlich besser von diesem Beruf absehen. Wer aber weiß, was es mit Programmiersprachen und Betriebssystemen auf sich hat und vielleicht sogar schon jetzt zum Spaß eigene Programme für ganz bestimmte Aufgabenstellungen entwickelt, für den könnte die Ausbildung zum/zur Fachinformatiker/in für Anwendungsentwicklung das Richtige sein. Denn genau darum geht es in diesem Beruf – um das Entwickeln von Software-Anwendungen nach Kundenwunsch, aber auch um die Installation und Pflege und nicht zuletzt um die Schulung von Menschen, die mit diesen Anwendungen arbeiten sollen.

Am Anfang eines Projektes muss analysiert werden, welches Problem oder welche konkrete Aufgabe ein Kunde mit einer neuen Software-Anwendung eigentlich lösen möchte. Geht es um eine einfache Datenbank, um ein komplexes Programm für logistische Prozesse oder soll eine bestehende Anwendung optimiert werden, um sie effizienter oder leichter bedienbar zu machen? Die Aufgabenstellungen sind vielfältig. Ebenso die Tätigkeiten, die ein/e Fachinformatiker/in für Anwendungsentwicklung erfüllen muss. Sie reichen von der selbstständigen Ist-Aufnahme (Analyse) über die Konzeption und Absprache mit dem Kunden bis hin zur tatsächlichen Umsetzung inklusive Installation und Schulung der Mitarbeiter. Manchmal geht es aber auch nur darum, einzelne Komponenten eines Programms mit zu entwickeln. Oder vielleicht muss in einem Projektteam nur die Umsetzung selbst, nicht aber die Konzeption oder die Kommunikation mit dem Kunden abgedeckt werden. Auch die Schulung der Benutzer, die am Ende mit einem Programm arbeiten sollen, ist nicht jedermanns Sache. Dennoch arbeiten Fachinformatiker/innen für Anwendungsentwicklung immer sehr selbstständig und haben meist eine hohe Verantwortung, denn schließlich muss die zur Verfügung gestellte Anwendung am Ende effizient arbeiten und der Kunde zufrieden sein.

Fachinformatiker/innen für Anwendungsentwicklung arbeiten in fast allen Wirtschaftszweigen, aber insbesondere in Unternehmen der Informationstechnologie (IT). Da in kaum einer anderen Branche die Entwicklungen so rasant voranschreiten wie im IT-Bereich, muss man bereit sein, sich ständig auf dem neuesten Stand zu halten. Dies geschieht zum Beispiel durch das Lesen von Fachbüchern (häufig in englischer Sprache) oder Computerzeitschriften, durch den Austausch mit anderen Fachleuten, etwa in Internetforen oder durch die Teilnahme an Seminaren und Workshops. Sämtliche Verfahren der Softwaretechnik, Programmiersprachen und Werkzeuge für die Entwicklung benutzerfreundlicher und wirtschaftlich sinnvoller Softwarelösungen müssen dem/der Fachinformatiker/in für Anwendungsentwicklung bekannt sein. Logisches Denken und die Fähigkeit, äußerst konzentriert und mit höchster Präzision ans Werk zu gehen, sind ebenfalls unerlässliche Voraussetzungen für diesen Beruf.

Ausbildungsdauer: 3 Jahre

Ansprechpartner bei der IHK Köln:

Dietmar Pohl: dietmar.pohl@koeln.ihk.de

Fachinformatiker/in Systemintegration

Damit das Netzwerk funktioniert

On-the-fly encryption, Mandatory Access Control oder ISO/IEC 27001? Was für die meisten Menschen klingt wie ein Rätsel aus der Zukunft, ist für den oder die Fachinformatiker/in Systemintegration tägliches Rüstzeug. Denn mit diesen Begriffen, hinter denen sich die transparente Datenträgerverschlüsselung, Konzepte zur Kontrolle und Steuerung von Zugriffsrechten oder Normen verbergen, die die Anforderungen für die Implementierung von Sicherheitsmechanismen regeln, muss man umgehen können, wenn man in diesem Beruf erfolgreich arbeiten möchte.

Mit einem fundierten Wissen rund um Betriebssysteme, Netztechniken und Protokolle sorgen Fachinformatiker/innen Systemintegration dafür, dass die IT-Technik in einem Unternehmen reibungslos funktioniert. Ihr Name ist Programm, denn es geht nicht nur darum, die Systeme zu installieren, sondern auch darum, Netzwerke, Hardware und Anlagen sinnvoll miteinander zu verbinden, das heißt alle Systeme in die Abläufe des Unternehmens zu integrieren, zu konfigurieren und jederzeit für ein reibungsloses Funktionieren zu sorgen. Auch die System-sicherheit, etwa der Schutz aller Programme und Daten eines Unternehmens gegen Zugriff von außen oder gegen Viren, Datenmüll und Spam fallen in die Verantwortung des Fachinformatikers oder der Fachinformatikerin Systemintegration.

Ist ein System einmal im Betrieb, so bleibt ein/e Fachinformatiker/in für Systemintegration meist der/die erste Ansprechpartner/in, wenn es zu Ausfällen oder Programmfehlern kommt. Die Pflege und Wartung bestehender Systeme ist daher wesentlich, aber auch die Beschäftigung mit neuen Angeboten und Lösungen gehört zu diesem Beruf. Hierfür ist es wichtig, sich durch die Lektüre von Fachbüchern und Fachzeitschriften ebenso wie durch den Austausch mit anderen Fachleuten „auf dem Laufenden zu halten“, denn in kaum einer anderen Branche sind die Entwicklungen so rasant wie in der Informationstechnologie (IT). Englischkenntnisse sind in der Branche ein absolutes Muss. Das Fachvokabular beschränkt sich zwar meist auf den Bereich der IT, aber für den Austausch mit anderen Fachleuten, das Lesen und Verstehen von Fachinformationen und damit die ständige Weiterbildung ist Englisch unerlässlich.

Fachinformatiker/innen für Systemintegration werden in fast allen Unternehmen benötigt. Viele größere Unternehmen haben eine eigene IT-Abteilung, wo man mit diesem Beruf arbeiten kann. Vor allem aber in Unternehmen der IT-Branche selbst kommen Fachinformatiker/innen für Systemintegration zum Einsatz. Möglich ist auch eine selbständige Tätigkeit, bei der man Kunden berät, die größere IT-Projekte realisieren möchten.

Ausbildungsdauer: 3 Jahre

Ansprechpartner bei der IHK Köln:

Dietmar Pohl: dietmar.pohl@koeln.ihk.de

Feuerwehrleute im Netzwerk

Anruf aus dem Polizeipräsidium. Die Rechner laufen nicht. Die Telefone bleiben stumm. Ein Kurzschluss? Oder hat ein Bagger bei den Bauarbeiten auf dem Nachbargrundstück ein Kabel durchtrennt? Was immer es ist – es muss schnell beseitigt werden. Gut, dass die Servicefirma, die das Präsidium mit der regelmäßigen Wartung aller Netzwerke beauftragt hat, schnell zur Stelle ist. Mit drei IT-System-Elektronikern geht man der Sache auf den Grund. Nur gut, dass dieselbe Firma die Netzwerke auch installiert hat, denn sonst würde die Fehlersuche sicher ein wenig länger dauern. So aber werden die Spezialisten mit ihren professionellen Mess- und Prüfgeräten schnell fündig. Ein gebrochenes Datenkabel in der Inhouse-Verkabelung hat die komplette Datenübertragung lahmgelegt. Das Kabel wird ausgetauscht, und bei der Gelegenheit werden auch gleich die umliegenden Kabel vermessen und geprüft. Nach nur einer Stunde ist das Problem behoben, Computer und Telefone sind wieder einsatzbereit.

Solche „Feuerwehr-Einsätze“ sind nicht selten. Doch die Suche nach Fehlern ist längst nicht alles, womit sich IT-System-Elektroniker/innen befassen. Vor allem die technische Planung nach den Vorgaben der Kunden und teilweise auch die Installation von Netzwerken in großen und kleinen Unternehmen gehören zu den Aufgaben. Außerdem übernehmen IT-System-Elektroniker/innen die Einweisung oder Schulung der Benutzer für die Bedienung der zugehörigen Geräte. Das umfasst nicht nur die Computer-, sondern auch ganze Telefonanlagen, die ja heute ebenfalls mit Computertechnik funktionieren, sowie die gesamte Stromversorgung, die für den Betrieb der Netzwerke erforderlich ist. Dafür müssen sich IT-System-Elektroniker/innen sehr gut mit Systemtechnik auskennen und breite Kenntnisse über die eingesetzte Hardware haben. Auch über Betriebssysteme und Anwendungssoftware müssen die Netzwerkprofis sehr gut informiert sein und sich ständig auf dem neuesten Stand halten. Und es versteht sich von selbst, dass alles rund um Elektronik, Elektrik und technische Zusammenhänge allgemein zu den Grundlagen gehört, die man braucht, um in diesem Beruf erfolgreich zu arbeiten.

Sehr wichtig sind darüber hinaus gute Englischkenntnisse, denn Handbücher und Schaltpläne für die Geräte und Netzwerke sind oft nur in englischer Sprache verfasst. Zudem setzen sich Projektteams manchmal aus internationalen Mitarbeitern zusammen, so dass man sich nur auf Englisch austauschen kann. IT-System-Elektroniker/innen arbeiten meistens im direkten Kontakt mit Kunden, sei es bei der Planung von Netzwerken oder bei der Einweisung und Schulung von Mitarbeitern. Daher ist es besonders wichtig, dass man freundlich auf Menschen zugehen kann und Geduld hat, wenn es darum geht, Abläufe und Funktionen zu erklären. Erfahrung mit elektronischen Medien und Spaß an der eigenständigen Lösung von komplexen Problemen runden das Profil des/der IT-System-Elektroniker/in ab. Mögliche Arbeitgeber sind Dienstleistungsunternehmen der IT- und TK-Branche, Hersteller von TK- und/oder IT-Netzen, aber auch Ingenieurbüros, die solche Netzwerke planen.

Ausbildungsdauer: 3 Jahre

Ansprechpartner bei der IHK Köln:

Dietmar Pohl: dietmar.pohl@koeln.ihk.de

Das passende System für alle Fälle

Früher oder später kommt sie, die Frage nach einem passenden Computersystem, einer vernünftigen Telefonanlage oder sogar nach vernetzter Sicherheitstechnik für ein Unternehmen. Heutzutage ist es möglich und oft sogar notwendig, Computer, Telefone und sonstige Anlagen miteinander zu vernetzen und für ein Unternehmen so zu konfigurieren, dass alles reibungslos läuft.

Welche Systeme die besten sind, was sie kosten, ob sie den Anforderungen eines Unternehmens genügen und wie man sie nutzt, das wissen IT-System-Kaufleute. Nach einer detaillierten Bestandsaufnahme und unter Berücksichtigung der Kundenwünsche erstellen sie ein Konzept, in dem Art und Umfang sowie die Ausgestaltung des Systems genau beschrieben sind. Dabei müssen auch die finanziellen Möglichkeiten des Kunden berücksichtigt und eventuell Empfehlungen für eine Finanzierung gegeben werden. Verständlich, dass ein IT-System-Kaufmann oder eine IT-System-Kauffrau hierfür nicht nur über die technischen Einzelheiten der zahlreichen Systeme und die Machbarkeit Bescheid wissen muss, sondern er/sie sollte auch die verschiedenen Möglichkeiten mitsamt ihren Preisen kennen und gut rechnen können.

Telefonanlage, Computersystem, Vernetzung, Hardware oder Software – IT-System-Kaufleute prüfen verfügbare und sinnvolle Lösungen, beraten ihre Kunden und kalkulieren Angebote zu möglichen IT- und/oder TK-Anlagen. Unter Berücksichtigung von Kundenwünschen stellen sie schließlich ein System bereit, mit dem der Kunde am Ende einen einwandfreien Arbeitsablauf sicherstellen kann. Nach der Installation führen sie Testläufe durch und stehen für Fragen und mögliche Fehlerbehebungen zur Verfügung. Anschließend schulen sie die Mitarbeiter und bleiben Ansprechpartner für künftige Problemstellungen, Erweiterungen oder Updates. Um den Kunden immer den besten Service bieten zu können, halten sich IT-System-Kaufleute stets auf dem Laufenden über Neuerungen und Entwicklungen in ihrer Branche. Fachzeitschriften und Fachbücher – übrigens häufig in englischer Sprache –, aber auch der Austausch mit anderen Fachleuten auf diesem Gebiet, etwa in Internetforen oder beim Besuch von Fachmessen und -kongressen, sind dabei äußerst hilfreich.

Da sie ständig im Kontakt mit dem Kunden und seinen Mitarbeitern sind, müssen IT-System-Kaufleute kommunikationsstark, freundlich und so manches Mal auch geduldig sein. Die Benutzer der Systeme interessiert nämlich vor allem, wie man diese anwendet, das technische Wissen dahinter ist ihnen meist egal. Einweisungen und Erklärungen müssen daher so allgemein und so verständlich wie möglich sein. Durch den engen Kontakt wiederum wissen IT-System-Kaufleute aber auch, welche Bedürfnisse und Anforderungen die Kunden haben und können daraus sehr wertvolle Schlüsse für die Vermarktung der Systeme ziehen. Somit sind sie gern gesehene Ansprechpartner für die Marketingabteilung ihres Arbeitgebers. IT-System-Kaufleute finden Beschäftigung in fast allen Bereichen der IT-Branche, etwa bei Herstellern von Software, IT-Beratungsunternehmen, in der Datenverarbeitung oder bei Herstellern von IT- und TK-Technik.

Ausbildungsdauer: 3 Jahre

Ansprechpartner bei der IHK Köln:

Dietmar Pohl: dietmar.pohl@koeln.ihk.de

Informatikkaufleute

IT trifft Betriebswirtschaft

Schnell soll es gehen, Fehler sollen so weit wie möglich ausgeschlossen werden und die Prozesse im Unternehmen müssen reibungslos ablaufen. Wie das geht? Natürlich mit dem richtigen Computersystem, das die speziellen Anforderungen eines Unternehmens und seiner Produkte und Dienstleistungen optimal abbildet. Informatikkaufleute suchen und finden die Lösung, die zum Unternehmen passt. Und nicht nur das. Sie sorgen auch dafür, dass jeder Mitarbeiter und jede Mitarbeiterin weiß, wie man das System richtig und effizient nutzt.

Informatikkaufleute behalten stets den Überblick über die Gesamtorganisation des Unternehmens im Bereich IT und meist auch in der Telekommunikation. Sie müssen die entsprechenden Systeme beschaffen und dabei die Kosten berücksichtigen. Das tun sie natürlich nicht von einer einsamen Insel aus und ganz nach ihren eigenen Vorstellungen, sondern in Abstimmung mit den Nutzern dieser Systeme. Sie ermitteln die Anforderungen, erstellen Konzepte und finden heraus, welche EDV-Lösung ganz genau zum Unternehmen passt. Vielleicht ein neues Content Management System? Oder eine Datenbank, mit der sämtliche kundenbezogenen Prozesse erheblich vereinfacht werden? Informatikkaufleute kennen sich aus mit den verfügbaren Programmen und Systemen und sorgen dafür, dass eines davon ins Unternehmen kommt. Sie prüfen die Eigenschaften und den Preis, kalkulieren die Gesamtkosten und planen auch den notwendigen Personaleinsatz für eine Neueinführung. Gleichzeitig müssen sie aber auch das Programmieren gelernt und schon den einen oder anderen Computer von innen gesehen haben.

Informatikkaufleute sind meist in großen Unternehmen beschäftigt, wo sie in der IT-Abteilung auch oft als Ansprechpartner für die vielfältigen EDV-Probleme der Mitarbeiter zur Verfügung stehen. Sie kennen die Arbeitsabläufe in ihrem Unternehmen und können deshalb gut einschätzen, welche Systeme sinnvoll sind, um diese Abläufe noch effizienter zu machen. Damit sie aber gute Vorschläge für den Einsatz von moderner Computertechnik und passender Software machen können, müssen sich Informatikkaufleute immer über neue Entwicklungen auf dem Laufenden halten. Interesse an Technik allgemein und an der Computertechnik im Besonderen ist hilfreich bis notwendig, wenn man sich für diesen Beruf entscheidet. Und da im EDV-Bereich die meisten Handbücher und technischen Anleitungen in Englisch geschrieben sind, sollte man diese Sprache recht gut beherrschen.

Ausbildungsdauer: 3 Jahre

Ansprechpartner bei der IHK Köln:

Dietmar Pohl: dietmar.pohl@koeln.ihk.de

Mathematisch-technische/r Softwareentwickler/in

Tüftler und Entwickler

Wenn Computernutzer verzweifelt vor ihrem Rechner sitzen, weil dieser mal wieder alles macht, nur nicht das, was er soll, dann beginnt es für Sven erst richtig interessant zu werden. Denn ihn interessiert es sehr, an welcher Stelle die Software verrücktspielt und optimiert werden muss. Als Tüftler mit ausgezeichneten Kenntnissen in Mathematik und hohem logischen Denkvermögen wendet er für seine Arbeit als mathematisch-technischer Softwareentwickler mathematische Verfahren und Lösungsalgorithmen an und setzt diese programmtechnisch um. Das klingt kompliziert, ist aber für Menschen wie Sven eine ganz einfache Sache. Mathematik hat ihn schon in der Schule fasziniert, und das Schreiben von einfachen Programmen für Computer hat er eigentlich immer als eine Art Hobby gesehen. Nur gut, dass er dieses Hobby zum Beruf machen konnte.

Für alle, die ebenfalls eine besondere Schwäche für Mathematik, Technik und Computer haben, ist diese Ausbildung sehr zu empfehlen, nicht zuletzt deshalb, weil sie sehr gute Zukunftsperspektiven bietet. Mathematisch-technische Softwareentwickler/innen können aber viel mehr, als kleine Defekte in bestehenden Programmen beheben. Sie entwickeln und schreiben selbst komplexe Computerprogramme und zaubern die schönsten Softwareanwendungen auf den Bildschirm. Dafür nehmen sie die Bedürfnisse ihrer Kunden genau unter die Lupe und vergewissern sich während des von ihnen dokumentierten Entwicklungsprozesses immer wieder, ob der eingeschlagene Weg der richtige ist. Meist erfolgt eine solche Entwicklung im Team. Hier übernehmen mathematisch-technische Softwareentwickler/innen oft die Projektleitung und sorgen für ein reibungsloses Arbeiten der Teammitglieder untereinander, die manchmal aus ganz verschiedenen Abteilungen eines Unternehmens kommen. Mit gängigen Testprinzipien und -verfahren werden die Programme schließlich wieder und wieder geprüft, bis am Ende genau die Lösung entsteht, die ein Kunde für sein Geschäft oder eine Abteilung für ihre Arbeit braucht.

Die wichtigste persönliche Voraussetzung für diesen Beruf – und das sagt schon der Name – ist ein ausgeprägtes Interesse an der Mathematik. Denn zur Lösung von Problemen aus Informatik, Technik, Naturwissenschaften und auch aus der Wirtschaft allgemein wenden mathematisch-technische Softwareentwickler/innen immer mathematische Modelle an. Außerdem gehören Freude am analytischen und systematischen Denken und Arbeiten sowie Spaß am Programmieren dazu. Ein generelles Interesse an allen Themen, die mit der Informatik zu tun haben, ist hilfreich. Zudem sollte man bereit sein, sich ständig auf dem Laufenden zu halten, denn auf kaum einem anderen Gebiet gibt es in so kurzer Zeit so viele Neuentwicklungen. Da die meisten Fachbücher nur auf Englisch vorliegen, sind gute bis sehr gute Englischkenntnisse unverzichtbar.

Mathematisch-technische Softwareentwickler/innen finden Arbeitsmöglichkeiten in Unternehmen, die Produkte und Dienstleistungen aus IT und Kommunikationstechnik entwickeln und anbieten. Dies können beispielsweise Softwarefirmen oder Systemhäuser sein. Aber auch große Unternehmen, wie Banken, Versicherungen und Energiekonzerne sowie Hochschulen und Forschungseinrichtungen sind mögliche Arbeitgeber.

Ausbildungsdauer: 3 Jahre

Ansprechpartner bei der IHK Köln:

Dietmar Pohl: dietmar.pohl@koeln.ihk.de

Mediengestalter/in Digital & Print oder Bild & Ton

Damit Medien einen guten Eindruck machen

Wieder einmal liegt der Tageszeitung jede Menge Werbung bei. Der Verkaufsprospekt eines Elektronikmarktes mit den neuesten Mobiltelefonen und LCD-Fernsehern, das Werbeblatt eines Discounters, der gerade spanische Wochen hat und die aktuellen Angebote einer großen Spielwarenkette. Das eine oder andere interessiert uns, und manches auch nicht. Aber alle diese Werbemedien wurden (vermutlich) von Mediengestalter(inne)n entworfen und umgesetzt. Und das mit der größten Sorgfalt, denn damit jemand diese Werbung anschaut und erkennt, von wem sie stammt, müssen die Gestalter/innen jede Menge Vorgaben einhalten. So kennen sie zum Beispiel die Farben des Unternehmens und setzen diese in der Werbung ein, stellen das Firmenlogo richtig dar, wählen die korrekte Schrift und ordnen die Bilder so an, dass sich ein harmonisches Ganzes ergibt.

Mediengestalter/innen können aber noch viel mehr, als Werbeblättchen erstellen. Für ihre Kunden oder als Mitarbeiter eines Unternehmens konzipieren und gestalten sie im Bereich Print und Digital auch Unternehmensbroschüren und Kataloge sowie Internetauftritte und Intranetseiten. Und als Mediengestalter/in Bild und Ton produzieren sie auch CDs, DVDs, Videos, Radiospots oder gar komplette Imagefilme. Die beiden Berufsbilder (Digital/Print und Bild/Ton) unterscheiden sich zwar je nachdem, welcher Schwerpunkt gewählt wird, gemeinsam ist beiden Richtungen aber, dass sehr viel Kreativität und Vorstellungsvermögen gebraucht werden. Zudem müssen beide ihre Kunden beraten, Entwürfe visualisieren oder präsentieren und manchmal auch die Leitung bei einzelnen Projekten übernehmen.

Jedoch steht bei dem/der Mediengestalter/in Print und Digital das Visuelle, also mehr das Design im Vordergrund. Längst wird alles am Computer erledigt, und so ist der sichere Umgang mit Satz- und Layoutprogrammen wie zum Beispiel QuarkXPress oder InDesign unverzichtbar für diesen Beruf. Für die Bildbearbeitung kommt häufig Photoshop zum Einsatz, für die Webseitengestaltung braucht man HTML oder Dreamweaver. Schon in der Ausbildung können Mediengestalter/innen Print und Digital zudem eine von drei Fachrichtungen wählen, und zwar Beratung und Planung, Konzeption und Visualisierung oder Gestaltung und Technik.

Die Kolleginnen und Kollegen aus dem Bild- und Tongeschäft hingegen konzentrieren sich auf die Audio- und Videotechnik. Sie bearbeiten Bild- und Tonaufzeichnungen und können diese – etwa bei Live-Übertragungen – optimal abmischen. Die Technik steht hier im Vordergrund. So muss man beispielsweise Kenntnisse über Strom und Schaltpläne haben, Signalarten in der Videotechnik oder die Funktionsweise einer Kamera kennen und mit Licht und Farben umgehen können. Auch journalistische Darstellungsformen (Nachrichten, Kurzmeldungen, Reportagen etc.) und die Kalkulation von Film- und TV-Produktionen sind Teil der Tätigkeit.

Mediengestalter beider Ausprägungen arbeiten sehr oft in Agenturen oder in der Marketingabteilung von großen Unternehmen. Mediengestalter/innen Bild und Ton finden darüber hinaus Beschäftigung in Film- oder Tonstudios, bei Rundfunkanstalten sowie in Unternehmen, die Multimediatechnik anbieten.

Ausbildungsdauer: 3 Jahre

Ansprechpartner bei der IHK Köln:

Norbert Fischer: norbert.fischer@koeln.ihk.de

Medientechnologie Druck und Medientechnologie Druckverarbeitung

Drucken, falzen, binden – und noch viel mehr

Noch bis vor kurzem nannte man den Medientechnologen Druck schlicht „Drucker“ und der Medientechnologe Druckverarbeitung hieß „Industrieller Buchbinder“. Die neuen Bezeichnungen sind aber nicht aus Lust und Laune entstanden, sondern vielmehr deshalb, weil sich die Inhalte verändert bzw. erweitert haben. Die technischen Entwicklungen sind in den letzten Jahren rasant vorangegangen, die Möglichkeiten sind vielfältiger und die Aufgaben umfassender geworden. Hier spielt vor allem die Digitalisierung eine große Rolle, die auch das Drucken von Kleinstauflagen zu einem vernünftigen Preis ermöglicht. Zudem hat die Mess-, Steuer- und Regeltechnik den Produktionsprozess im Druck klar verändert, und die zahlreichen Möglichkeiten, Druckdaten zu übermitteln, haben zu einer erheblichen Erleichterung und Flexibilisierung beigetragen. All diesen Entwicklungen tragen die neuen Berufsbezeichnungen im Druckbereich Rechnung.

Doch nun zur Sache: Was tun Medientechnolog(inn)en Druck? Zunächst einmal: drucken. Daran hat sich nichts geändert. Visitenkarten, Imagebroschüren, Kataloge, Fachbücher, Einladungskarten, Etiketten, Zeitungen – die Liste ist endlos. Der/die Medientechnologe/Medientechnologin Druck hat dabei aber eine ganze Reihe von Dingen mehr zu beachten und zu veranlassen als früher. Außerdem ist heute der Dienstleistungs- und Beratungsaufwand höher, denn die Möglichkeiten sind enorm. Will zum Beispiel ein Kunde eine besondere Einladungskarte drucken und hat diese von einem Mediengestalter erstellen lassen, beginnt die Suche nach einem geeigneten Papier. Zusätzlich stellt sich die Frage nach der besten Druckmethode. Schließlich sollen die Kosten ja möglichst gering gehalten werden. Nach der Auswahl beginnt der eigentliche Druckprozess, für den die Medientechnolog(inn)en nun die Druckdaten aufbereiten und die Druckmaschinen einrichten. Anschließend steuern und überwachen sie den gesamten Druckprozess (heutzutage in der Regel vom Computer aus) und achten dabei sehr genau auf die korrekte und einheitliche Ausführung. Auch die Instandhaltung der Maschinen müssen Medientechnolog(inn)en Druck sicherstellen.

Ist die Einladung fertig, muss sie trocknen. Und dann? Dann könnten – vor allem in einem größeren Druckbetrieb – die Medientechnolog(inn)en Druckverarbeitung auf den Plan treten und mit ihren Kenntnissen zu verschiedenen Falztechniken auch das korrekte Falzen der Karten übernehmen. Denn die Medientechnolog(inn)en der Druckverarbeitung stellen aus Vorprodukten die fertigen Druckerzeugnisse her, also Zeitungen, Bücher, Kataloge, Broschüren etc. Dafür beherrschen sie außer dem Falzen auch noch das korrekte Schneiden, Binden, Heften und Kleben der Druckerzeugnisse. Natürlich gibt es hierfür wieder Maschinen, die entsprechend eingerichtet, bedient und überwacht werden müssen. Und auch dabei gehört die Instandhaltung dieser Maschinen zu den ständigen Aufgaben.

Beide Arten von Medientechnolog(inn)en arbeiten vor allem in Druckereien, da von der Beratung über die Ausführung bis hin zur Weiterverarbeitung von Printprodukten heute üblicherweise alles aus einer Hand geliefert wird. Auch Copyshops mit Digitaldruckservice oder Hersteller von Kartonverpackungen oder Tragetaschen mit eigener Druckerei sind mögliche Arbeitgeber. Die Medientechnolog(inn)en Druckverarbeitung arbeiten schwerpunktmäßig in drei Bereichen: in der Zeitungsproduktion, in der so genannten Akzidenzproduktion (Aufbereitung und Veredelung von Werbebeilagen und anderen Drucksachen mit Trenn-, Falz-, Sammel-, Umform- und Veredelungstechniken) und in der Buchproduktion.

Ausbildungsdauer: 3 Jahre

Ansprechpartner bei der IHK Köln:

Norbert Fischer: norbert.fischer@koeln.ihk.de
