

Berufsprofile

Dienstleistungskaufleute

Dienstleistungskaufleute

In Bewegung bleiben

Alle, die sich einen kreativen Job wünschen, bei dem sie nicht (nur) am Schreibtisch und vor dem Computer sitzen, sollten die in dieser Broschüre vorgestellten Berufe genau studieren. Denn gerade die Bereiche Sport, Freizeit und Veranstaltungen, die ja einiges miteinander zu tun haben, bieten gute Möglichkeiten für eine abwechslungsreiche Beschäftigungsart. Wer etwa seinen Lieblingssport zum Beruf machen möchte, könnte als Sport- und Fitnesskaufmann oder als Sportfachfrau erfolgreich sein. Wer gerne reist, freundlich auf Menschen zugehen kann und zudem auch noch die eine oder andere Sprache spricht, der fühlt sich vielleicht als Tourismuskaufmann oder Kauffrau für Tourismus und Freizeit pudelwohl im Job. Wieder andere mögen es, wenn immer etwas los ist, und es macht ihnen nichts aus, dann zu arbeiten, wenn andere ausgehen – zum Beispiel als Fachkraft für Veranstaltungstechnik.

Als Profis der Medienbranche kommen kreative Köpfe mit Organisationstalent voll auf ihre Kosten, wenn sie als Kaufleute für audiovisuelle Medien dafür sorgen, dass im Studio oder am Set immer alles paletti ist. Und wer mit den Mitteln der Werbung andere von den Vorteilen eines bestimmten Produkts überzeugen will, der findet in der Ausbildung als Kaufmann/ Kauffrau für Marketingkommunikation genau den Berufsweg, den er oder sie braucht, um das eigene kreative Potenzial voll auszuschöpfen.

Eher verkaufsorientiert sind dagegen die Ausbildungen zum Automobilkaufmann/zur Automobilkauffrau und die Laufbahn der Immobilienkaufleute. Doch wo auch immer die Reise hingehen soll – die Möglichkeiten, besondere Talente zum Einsatz zu bringen, sind riesig. Diese Möglichkeiten 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 Dienstleistungen 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

Immer schön Ruhe bewahren

Wenn Radiomoderator Max anruft, ist Eile geboten. Er geht in zehn Minuten auf Sendung und hat noch immer den Sendeplan nicht erhalten. Jetzt muss es schnell gehen – gut, dass vorher schon geprüft wurde, ob auch alle Beiträge fertig vorliegen und eingespielt werden können. Ein Aufnahmeteam wird in 20 Minuten auf dem Marktplatz erwartet – welches Team ist frei? Wo ist es gerade und kann es den Termin halten? Antworten auf diese Fragen geben die Kaufleute für audiovisuelle Medien. Sie sorgen im Sendebetrieb dafür, dass alles reibungslos läuft und die Mitarbeiter vor Ort und im Außeneinsatz effizient ihre Arbeit machen können. Wer wird für einen Beitrag eingesetzt? Welches Material ist erforderlich? Wie viele Mitarbeiter – Redakteure, Tontechniker, Spezialisten für besondere Effekte oder Hilfskräfte – müssen mitarbeiten, und wer ist verfügbar? Logisch, dass man hier immer den Überblick behalten muss. Deswegen sollten Kaufleute für audiovisuelle Medien echte Organisationstalente sein, die auch in hektischen Zeiten Ruhe bewahren können. Denn im Rundfunkgeschäft geht es immer hoch her – sei es bei Radio und Fernsehen oder in der Videoproduktion. Aber Organisation ist längst nicht alles. Kaufleute für audiovisuelle Medien müssen äußerst kommunikativ sein und gerne telefonieren. Denn um schnell mal abzuklären, ob der freie Mitarbeiter den Termin für die Abgabe seines Beitrags über die Studentendemo auch einhalten kann, ist der Griff zum Hörer die beste und sinnvollste Methode.

Kaufleute für audiovisuelle Medien brauchen darüber hinaus auch ein gutes Gespür für Zahlen, damit die Kosten einer Medienproduktion nicht aus dem Ruder laufen. Sie kalkulieren die Beiträge und passen auf, dass sie im Budgetrahmen bleiben. Denn so eine Produktion kostet Geld, und das muss irgendwo herkommen. Daher gehört es auch zu den Aufgaben eines Kaufmannes oder einer Kauffrau für audiovisuelle Medien zu prüfen, wie Honorare, Materialien oder Versicherungen bezahlt werden können und ob gegebenenfalls fremde Gelder dafür zum Einsatz kommen. Doch damit ist es noch lange nicht genug. Kaufleute für audiovisuelle Medien sind immer auf dem Laufenden über die Aktivitäten der Konkurrenz, kaufen unter Umständen auch fertige Filmbeiträge und achten wachsam darüber, dass kein Material verwendet wird, für das man nicht die nötigen Rechte oder Lizenzen besitzt.

Kurzum: Kaufleute für audiovisuelle Medien sind das Herz der Medienproduktion. Ob Fernsehen, Video oder Radio – ohne sie läuft nichts. Kaufleute für audiovisuelle Medien arbeiten für Rundfunkanstalten, Filmproduktionsgesellschaften, Medienagenturen und für 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

Werbung vom Profi

Man sieht sie täglich, man hört sie ständig, man kann sich die Welt ohne Werbung nicht vorstellen. Das, was uns Tag für Tag in bunten Bildern mit pfiffigen Slogans und einprägsamen Liedern präsentiert wird, soll zum Kaufen bewegen oder dafür sorgen, dass ein guter Eindruck von einem Unternehmen entsteht. Nicht immer gelingt das. Vielleicht deshalb, weil keine Profis wie die Kaufleute für Marketingkommunikation am Werk waren. Die nämlich folgen in der Werbung und Öffentlichkeitsarbeit einem detaillierten Konzept oder einer wohl durchdachten Kampagne und verlassen sich nicht darauf, dass zufällig mal jemand eine klitzekleine Anzeige sieht. Ob Plakat, Online-Banner, Radio- oder Fernsehspot, ob Pressemitteilung oder Roadshow – immer steckt ein Plan dahinter, wie die Botschaft am besten bei der Zielgruppe ankommt. Doch wer ist eigentlich diese Zielgruppe? Wo findet man sie? Kann man sie mit Zeitungsanzeigen gut erreichen oder doch besser über Facebook? Wie viel Geld steht überhaupt zur Verfügung, um eine sinnvolle Kampagne oder ein PR-Konzept zu entwickeln? Muss man die Fachwelt ansprechen oder geht es um alltägliche Dinge, die Menschen wie du und ich gebrauchen können? Um es herauszufinden, beschäftigen sich Kaufleute für Marketingkommunikation manchmal sehr intensiv mit Marktanalysen und Umfragen, wobei sie stets das zur Verfügung stehende Budget im Blick behalten müssen. Nach der Analyse muss ein Kommunikationskonzept erarbeitet und schließlich umgesetzt werden. Das heißt nichts anderes, als dass es jetzt zur Sache geht – Anzeigen entwerfen und gestalten, Werbung gezielt platzieren, Themen recherchieren, Termine setzen und einhalten, die Gesamtkoordination übernehmen und die Qualität der Maßnahmen sicherstellen.

Natürlich müssen Kaufleute für Marketingkommunikation kreative Köpfe sein. Aber das allein reicht nicht aus. Denn Werbung und Öffentlichkeitsarbeit ist vor allem eine Frage des Geldes – zumindest dann, wenn der Profi ran soll. Doch das zahlt sich dann auch aus. Kaufleute für Marketingkommunikation planen und kalkulieren daher Projektbudgets und passen auf, dass die Maßnahmen die verabredeten Kosten nicht überschreiten. Darüber hinaus entwerfen sie Verträge für die Zusammenarbeit mit Dienstleistern und achten darauf, dass die relevanten rechtlichen Vorschriften eingehalten werden.

Die Ausbildung zum Kaufmann oder zur Kauffrau für Marketingkommunikation gibt es in der aktuellen Form seit 2006. Ihr Vorgänger, der/die „Werbekaufmann/-frau“, war zu sehr auf die klassische Werbung beschränkt. Heute umfasst die Ausbildung auch Bereiche wie Dialogmarketing, Public Relations, Messen, Veranstaltungsorganisation, Sponsoring und Multimedia. Das bietet den Vorteil, dass man sich auf einen bestimmten Bereich spezialisieren kann, aber eben auch ein viel breiteres Wissen rund um Marketing und Kommunikation erwirbt. Kaufleute für Marketingkommunikation arbeiten in Agenturen oder 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 Tourismus und Freizeit

Die freundlichen Freizeitspezialisten

Samstagmittag, viertel nach zwei. Die Reisegruppe steht am Empfang der Ferienanlage und möchte die reservierten Blockhäuser beziehen. Manche sind müde, ein bisschen ungeduldig, die Kinder quengeln, sie wollen endlich an den Strand. Da heißt es freundlich bleiben, auf die Wünsche der Kunden eingehen und sich nicht von der allgemeinen Hektik anstecken lassen. Endlich sind alle in ihren Häusern oder – mit der Luftmatratze unter dem Arm – auf dem Weg zum erfrischenden Bad im See. Da kommt schon der Erste, der wissen möchte, ob auch FKK geht, eine Frau beschwert sich, dass die Toilettenspülung in ihrem Haus nicht funktioniert und ein kleiner Junge ist der Mama entwischt, die jetzt suchend durch die Anlage irrt. Man kann es sicher nicht allen recht machen, aber wenn man sich für eine Ausbildung zum Kaufmann oder zur Kauffrau für Tourismus und Freizeit entscheidet, dann sollte man vor allem zwei Dinge mitbringen: Den Willen, seinen Kunden immer behilflich zu sein und – noch wichtiger – eine ordentliche Portion Freundlichkeit und Geduld. Das Schöne an diesem Beruf ist, dass man immer wieder mit Menschen unterschiedlicher Herkunft zusammentrifft, genau das Richtige also für alle, die kontaktfreudig sind und gerne „an vorderster Front stehen.“

Kaufleute für Tourismus und Freizeit können den Gästen in Hotels, Ferienparks, auf Campingplätzen oder im Büro der Tourismusinformation stets genau sagen, wo die besten Strände sind, wie man von A nach B kommt und wo es die günstigste Pizza gibt. Welche Sehenswürdigkeiten sind in der Nähe? Wo kauft man ein? Gibt es besondere Angebote für Kinder oder für Senioren? Kaufleute für Tourismus und Freizeit sind die ersten Ansprechpartner bei Beschwerden und für besondere Wünsche. Sie haben ein gutes Gespür für die Bedürfnisse ihrer Gäste und bleiben wachsam, damit sich ihre Kunden wohlfühlen. Das führt dazu, dass sie gefragte „Spezialisten“ sind, wenn es darum geht, neue Dienste und Attraktionen zu entwickeln, ein ausgewogenes Wellnesskonzept zu erstellen oder Werbung für ein bestimmtes Angebot im Freizeitbereich zu machen. Dann arbeiten sie mit an Werbeaktionen und helfen, diese Angebote genau auf den Bedarf der künftigen Gäste abzustimmen.

Bei alledem müssen sie aber auch etwas mit Zahlen anfangen können, denn zu einem vernünftigen Konzept gehört natürlich eine solide Kalkulation – also das Berechnen der Kosten, die für eine Maßnahme anfallen. Da sich Kaufleute für Tourismus und Freizeit auch darum kümmern, dass zum Beispiel in einer Ferienanlage immer alles funktioniert, müssen sie im Bedarfsfall Angebote einholen und vergleichen. Darüber hinaus erstellen sie je nach Arbeitsort auch selbst Rechnungen und bereiten die Buchhaltung vor.

Kaufleute für Tourismus und Freizeit arbeiten unter anderem bei Tourismusorganisationen und -verbänden, auf Campingplätzen und in Ferienanlagen, in Kur- und Wellnessbetrieben, bei Reiseveranstaltern, Verkehrsämtern oder auch in Eventagenturen.

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

Medienkaufleute digital und print

Allroundtalente in Verlags- und Medienhäusern

Echt spannend, wie so ein Buch entsteht: Ein Autor hat eine Idee und möchte ein Buch schreiben. Um es später auch zu verkaufen, braucht er einen Verlag. Verlag und Autor arbeiten Hand in Hand, damit am Ende ein Roman, ein Reiseführer oder ein Sachbuch in die Regale der Buchhandlungen kommt. Auf dem Weg von der Idee zum Verkauf liegen viele Schritte, bei denen Medienkaufleute digital und print aktiv werden. Zunächst prüfen sie folgende Fragen: Was ist das für ein Thema? Ist dieses Thema vielleicht schon in einem anderen Buch behandelt worden? Wer könnte sich für so ein Buch interessieren, es also am Ende auch kaufen? Wie kann das Thema verarbeitet, etwa mit Bildern bestückt werden? Und passt es überhaupt zum sonstigen Themenspektrum des Verlags?

Wenn diese Fragen geklärt sind und der Verlag grundsätzlich bereit ist, das Konzept umzusetzen, geht es an die Kalkulation der Kosten. Auch und gerade hier sind die Medienkaufleute digital und print gefragt. Denn als Kaufmann oder Kauffrau müssen sie sich mit Zahlen auskennen und berechnen können, was die Herstellung, angefangen vom Konzept über das Lektorat bis hin zum Druck kostet, wie viele Bücher sich vermutlich verkaufen lassen und zu welchem Preis. Auch die Frage, wie viel Geld in die Werbung für dieses Buch gesteckt werden muss, damit sich der Verkauf für den Verlag lohnt, sollten Medienkaufleute digital und print ungefähr beantworten können. Ein langer Weg also, auf dem viele interessante Aufgaben zu erledigen sind.

Medienkaufleute digital und print arbeiten aber nicht nur in Buch-, sondern auch in Zeitschriftenverlagen oder allgemein in Medienhäusern, wo sie bei der Themenplanung und bei der Umsetzung von Medienproduktionen mitwirken. Vor allem sind sie in der Werbung und im Vertrieb tätig, entwickeln Marketingkonzepte und beraten Kunden über die Angebote des Verlags. Kreativität und Kommunikationsfähigkeit sind daher Eigenschaften, die man gut gebrauchen kann, wenn man diesen Beruf erlernen und in ihm arbeiten möchte.

Reizvoll sind die vielseitigen Aufgaben und Bereiche, denn das Verlagswesen hat sich in den letzten Jahren enorm verändert. Das ist auch der Grund, warum die frühere Ausbildung zum „Verlagskaufmann“ oder zur „Verlagskauffrau“ aktualisiert, erweitert und in „Medienkaufmann/-frau digital und print“ umbenannt wurde. Denn Verlagshäuser sind heute mehr und mehr „Medienhäuser“, in denen längst nicht mehr nur Bücher, Zeitungen und Zeitschriften hergestellt werden. Daher beschäftigen sich Medienkaufleute digital und print auch mit anderen Medien, zum Beispiel mit CDs, Videos, Hörbüchern oder Content für Internetseiten und Mobiltelefone. Medienkaufleute digital und print sollten daher Neugier und Interesse an den Medienmärkten, aber auch an den allgemeinen Trends in unserer Gesellschaft, ein gutes Gespür für aktuelle Themen, Flexibilität und eine sehr genaue Arbeitsweise mitbringen. Nicht zuletzt gehört auch gutes Englisch dazu, denn die Medienproduktion ist durch und durch international.

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

Tourismuskaufmann/-kauffrau / Kaufmann/-frau für Privat- und Geschäftsreisen

Alles für die Weltmeister

Die Deutschen sind Weltmeister. Nein, derzeit nicht im Fußball – leider. Aber im Reisen. Bis auf sehr kurze Unterbrechungen halten wir diesen Spitzenplatz schon seit vielen Jahren. Kein Wunder, dass die Tourismusbranche boomt und auch für die Zukunft glänzende Aussichten verspricht. Damit Reisende immer neue, interessante, manchmal auch ausgefallene Reiseangebote bekommen, muss der Tourismuskaufmann oder die Tourismuskauffrau über die vielen Angebote der Veranstalter informiert sein. Und natürlich muss er oder sie den Kunden ganz individuell und fachkundig beraten können. Zum Beispiel im Reisebüro. Denn Reisebüros – Internet hin, Internet her – werden ganz sicher nicht von der Bildfläche verschwinden. Auch wenn es oft billiger ist, online zu buchen. Viele Menschen haben weder Lust noch Zeit, sich durch die vielen Angebote zu wühlen und kommen lieber ins Reisebüro, um ihren Urlaub zu planen. Besonders dann, wenn Individualreisen organisiert werden sollen. Denn in diesem Fall sind die Reisewünsche sehr komplex, vielleicht möchte der Kunde in ein besonders exotisches Land reisen, mehrere Zwischenstopps einlegen, hier und dort die Sehenswürdigkeiten besuchen oder nur in ganz speziellen Unterkünften wohnen. Der Tourismuskaufmann oder die Tourismuskauffrau nimmt sich aller Wünsche an und erstellt ein ganz individuelles Reiseprogramm. Er oder sie klärt natürlich auch über die Einreisebestimmungen auf, informiert über besondere Gesundheitsrisiken und wie man sich davor schützen kann oder verrät den einen oder anderen „Geheimtipp“.

Doch auch die Reisen, die man im Internet buchen kann, müssen irgendwo herkommen. Tourismuskauflleute arbeiten daher nicht nur in der direkten Kundenbetreuung, sondern auch beim Reiseveranstalter selbst, also bei jenen, die Reisen in die ganze Welt von A wie Australien bis Z wie Zypern anbieten und selbst zusammenstellen. Im Übrigen nicht nur für Privatleute, denn auch die Geschäftswelt wird immer internationaler. Ein spezieller Bereich dieses Berufs ist daher die Vermarktung und der Verkauf von Geschäftsreisen. Denn sowohl große als auch mittelständische Unternehmen entscheiden sich immer häufiger, die Reisen für ihre Angestellten über ein spezialisiertes Reisebüro abwickeln zu lassen. Tourismuskauflleute wissen ebenso gut über die Reiseziele und die Besonderheiten in den verschiedenen Ländern Bescheid, wie über die Vorlieben und Geschmäcker der Kunden. Deshalb sind sie oft beteiligt, wenn neue Reisekonzepte erstellt und vermarktet werden sollen. Dabei berücksichtigen sie selbstverständlich auch, dass alles immer schön bezahlbar bleibt. Sie kalkulieren Angebote, verhandeln mit Hotels, um Kontingente zu kaufen oder günstigere Preise zu vereinbaren und rechnen die gebuchten Reisen mit ihren Kunden ab.

Für den Beruf des Tourismuskaufmannes/der Tourismuskauffrau sollte man mindestens eine, besser noch zwei Fremdsprachen gut beherrschen und bereit sein, sich auch in rechtliche Fragen (Vertrags- und Reiserecht) einzuarbeiten. Denn schließlich können auch Tourismuskauflleute nicht gegen alle Eventualitäten gewappnet sein. Der Reisemarkt ist dafür einfach zu groß, aber gerade das bietet die besten Zukunftschancen.

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

Sport- und Fitnesskaufleute

Beratung von Kopf bis Fuß

Auf die Plätze, fertig, los! Es ist Marathon. Wenn der Startschuss fällt, liegen viele Monate der Planung und Vorbereitung hinter den Organisatoren. Darunter finden sich immer mehr gut und umfassend ausgebildete Sport- und Fitnesskaufleute. Anmeldungen müssen verwaltet und abgerechnet, Sponsoren gefunden und Broschüren gedruckt werden, jemand muss sich um die nötigen Absperrungen kümmern und alle Genehmigungen einholen. Steht das Sicherheitskonzept? Sind genug Toiletten an der Strecke und sind alle wichtigen Ansprechpartner zu erreichen? Werden die Sportlerinnen und Sportler am Ende der 42,195 Kilometer langen Strecke genug zu essen und zu trinken bekommen? Sind alle Wege ausgeschildert und ist ausreichend warmes Wasser für die Duschen da? Die Liste ist endlos, aber sie beschränkt sich natürlich nicht auf den Tag der Veranstaltung. Denn im Vorfeld muss kalkuliert werden, ob sich so ein Lauf überhaupt rechnet – ob am Ende also ein Gewinn verbucht werden kann oder ein Minus im Plan steht. Sport- und Fitnesskaufleute stellen Anmeldegebühren, Sponsorengelder und die erforderlichen Ausgaben einander gegenüber und achten darauf, dass das vorhandene Budget nicht aus dem Ruder läuft.

Solche großen Sportveranstaltungen sind aber noch lange nicht der einzige Ort, wo Sport- und Fitnesskaufleute zunehmend eingesetzt werden. Denn Sport ist in. Ob im Fitness-Studio, im Verein oder in der Laufgruppe – immer mehr Menschen machen regelmäßig Sport. Heute ist es Nordic Walking, morgen Yoga und Pilates, übermorgen wird vielleicht das Einrad fahren zum Megatrend. Wie es richtig geht, was man beachten muss und warum es so gesund ist, sich regelmäßig zu bewegen, darüber beraten Sport- und Fitnesskaufleute ihre Kunden. Sie sind Trainer, Organisatoren und Werbespezialisten zugleich, informieren über Sportart und -technik und entwickeln neue Sport- und Wellnesskonzepte. Sie sind außerdem für die Mitgliederverwaltung zuständig, schließen also Verträge mit Kunden ab, erstellen Abrechnungen oder schicken Mahnungen, wenn die Zahlung der Mitgliedsbeiträge ausbleibt.

Meistens sind Sport- und Fitnesskaufleute direkt mit Kunden oder Teilnehmern in Kontakt – etwa, um den hochmodernen Crosstrainer mit TV-Funktion fachgerecht vorzuführen, um selbst Spinning-Kurse oder andere Sportprogramme durchzuführen oder auch Ratschläge für eine gesunde Ernährung zu geben. Kontaktfreudigkeit und ein freundliches Wesen sollte man daher unbedingt mitbringen, wenn man sich für diese Ausbildung interessiert.

Der Beruf ist unter sportbegeisterten Jugendlichen sehr beliebt, da er sowohl die kaufmännische Seite, zum Beispiel das Kalkulieren von Veranstaltungen oder den Kontakt mit Dienstleistern, als auch die sportliche Seite abdeckt. Im Unterschied zum „Sportfachmann“ oder zur „Sportfachfrau“ legen sich Sport- und Fitnesskaufleute am Ende der Ausbildung nicht auf eine bestimmte Sportart oder einen speziellen Bereich fest, sondern lernen schwerpunktmäßig Rechnungswesen, Controlling und Personalwirtschaft. Der Beruf ist vielseitig und der ideale Weg für alle, die nicht nur im Büro sitzen wollen, sondern auch gerne selbst Sport machen und mit Menschen arbeiten möchten.

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

Mit vollem Kopf- und Körpereinsatz

Was für ein Geschrei. Jeden Dienstag, nachmittags um vier, trainiert Holger die Bambini-Mannschaft im Hockey. Manchmal auf dem Platz und manchmal in der Halle. Da er selbst gerne Hockey spielt, hat er sein Hobby kurzerhand zum Beruf gemacht. Er ist Sportfachmann, und die Begeisterung für „seinen“ Sport ist ihm – genauso wie seinen Schützlingen – deutlich anzumerken. Dass er so gut mit Kindern umgehen kann, verdankt er seiner Tätigkeit als Kinder- und Jugendtrainer in seinem Sportverein, wo er schon seit vielen Jahren aktiv ist. Nach einem Praktikum im Fitness-Studio ist er zu der Arbeit mit den ganz Kleinen zurückgekehrt und hat seine Ausbildung mit großem Spaß absolviert.

Doch Sportfachleute können noch viel mehr als Kinder oder Erwachsene trainieren. Zum Beispiel große Sportveranstaltungen organisieren oder neue Trainingskonzepte entwickeln, aber auch genau kalkulieren, ob sich eine Veranstaltung am Ende wirklich rechnet. Sie verhandeln mit Dienstleistern, etwa wenn ein Sportgerät im Fitness-Studio angeschafft werden muss und übernehmen Aufgaben in der Buchhaltung oder Verwaltung. Meistens sind Sportfachleute aber im direkten Kundenkontakt, geben selbst Sportkurse und beraten Menschen, die mit einem gezielten Training gerne etwas für ihre Gesundheit tun möchten.

Die Möglichkeiten sind vielfältig und der Beruf bietet gute Zukunftschancen, denn immer mehr Menschen interessieren sich für einen gesunden Lebensstil, wollen Sport machen, gehen in Vereine, in Fitness-Studios, lernen Nordic Walking oder Inline-Skating. Nicht wenige wollen irgendwann einmal einen Marathon laufen, oder wenigstens einen halben. Sportfachleute haben einen hohen Bezug zur Praxis und stehen immer im Kontakt mit Kunden, also Mitgliedern im Verein oder im Studio, Teilnehmern bei Veranstaltungen oder auch mit anderen Fachleuten. So können Sportfachleute auch gut einschätzen, was im Sport gefragt ist, welche Trends es gibt und wo man vielleicht neue Angebote schaffen könnte, die durchführbar und auch bezahlbar sind.

Im Unterschied zu den „Sport- und Fitnesskaufleuten“ wählen Sportfachleute im dritten und letzten Lehrjahr eine ganz bestimmte Sportart oder einen bestimmten Bereich im großen Markt des Sports als Schwerpunkt. Wenn man also selbst gerne schwimmt und dies vielleicht sogar schon mehrere Jahre in einem Verein tut, dann bietet es sich an, diesen Beruf zu erlernen und als Schwerpunkt Schwimmen zu wählen. Doch man kann sich auch darauf spezialisieren, Sportveranstaltungen oder Wettkämpfe professionell durchzuführen.

Dieser Beruf ist für alle geeignet, die schon immer darüber nachgedacht haben, ob sich ihr Lieblingssport vielleicht zum Beruf machen lässt, ohne dass man dafür studieren müsste. Ja, es ist möglich, vorausgesetzt, man verfügt auch über ein wenig Kreativität und hat viel Spaß am Umgang mit Menschen – mit großen genauso wie mit kleinen.

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

Veranstaltungskaufleute

Ganz nah am Geschehen

Ein echter Partylöwe muss man nicht sein, wenn man in der Veranstaltungsbranche tätig werden möchte. Aber man sollte bereit sein, auch dann arbeiten zu gehen, wenn andere Leute Feierabend haben und ausgehen – zum Beispiel auf Partys. Kurzum: Veranstaltungskaufleute arbeiten dort, wo andere sich amüsieren, jedenfalls meistens. Und sie sind stets ganz nah am Geschehen. Wenn Firmen ihre Kunden oder Mitarbeiter zu einem großen Sommerfest einladen, wenn ein neues Gebäude feierlich eröffnet wird oder ein großes Jubiläum ansteht, dann müssen immer häufiger professionelle Veranstalter ran. Denn für solche Events reicht es längst nicht mehr, wenn der Chef eine Rede hält und dann alle zu belegten Brötchen und einem Glas Sekt einlädt. Heute sind ganz andere Attraktionen gefragt. Da werden komplette Rennstrecken gebaut, Indianerdörfer nachgebildet, Lasershows auf Fassaden geworfen oder eine atemberaubende Akrobatik gezeigt, um die Gäste zu begeistern. Doch auch eher traditionelle Events werden von ausgebildeten Veranstaltungskaufleuten geplant, organisiert und durchgeführt. Eine Hausmesse zum Beispiel, bei der sich eine Firma präsentiert und ihre Produkte vorstellt. Oder Kongresse mit Teilnehmern aus aller Welt, die eingeladen und untergebracht werden müssen.

Die Welt der Events ist groß und bietet zunehmend mehr Möglichkeiten – und damit gute berufliche Perspektiven. Kreative Menschen, die gerne im Team arbeiten und von der Idee über die Planung bis hin zur tatsächlichen Veranstaltung mitwirken wollen, sind in diesem Beruf bestens aufgehoben. Die Anmietung von Räumen, das Catering für die Gäste, musikalische Unterstützung, Showeinlagen, die nötigen technischen Voraussetzungen wie Licht und Ton sowie Sicherheitsmaßnahmen oder Alternativlösungen – all dies gehört zu den Aufgaben eines Veranstaltungskaufmanns oder einer Veranstaltungskauffrau. Außerdem sollte man gut rechnen können, um die vom Kunden oder vom Veranstalter geplanten Kosten nicht zu überschreiten oder um selbst ein Budget für ein bestimmtes Event zu kalkulieren und seinen Kunden anbieten zu können.

Und was, wenn mal etwas nicht klappt? Dann muss man Ruhe bewahren, improvisieren und dabei auch immer noch seine gute Laune behalten. Gute Ideen, Kreativität, Kontaktfreude, Durchhaltevermögen, Geduld, Organisationsgeschick und ein freundliches Wesen sind ausgezeichnete Voraussetzungen für diesen Beruf. Wenn dann noch ein Gespür für „die Zahlen dahinter“ hinzukommt, sollte man nicht zögern und den spannenden Beruf des Veranstaltungskaufmanns oder der Veranstaltungskauffrau auf jeden Fall erlernen.

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

Automobilkaufleute

Für Autoliebhaber und solche, die es werden wollen

Was für ein Motor! Was für eine Form! Was für ein schöner Anblick! Wenn Sie so über Autos schwärmen können und einen Sechszylinder am Sound erkennen, wenn die schönste Verbindung zwischen zwei Punkten für Sie eine Kurve ist und wenn Sie begeistert alle Automobilzeitschriften verschlingen – nun, dann sind sie wahrscheinlich ein echter Autonarr. Das ist eine gute Voraussetzung, um den Beruf des Automobilkaufmanns oder der Automobilkauffrau zu erlernen und erfolgreich in ihm zu arbeiten. Doch auch weniger romantisch veranlagte Autofreunde und -freundinnen könnten zu dem Profil passen, das Automobilkaufleute auszeichnet. Denn eine Vorliebe für Autos ist zwar schon mal ganz hilfreich, aber es gehört noch viel mehr zu diesem Berufsbild. Etwa die Fähigkeit, Menschen zuzuhören und auf ihre Wünsche einzugehen. Oder ein ausgeprägtes technisches Verständnis in Verbindung mit guten Rechenkünsten. Eine große Portion Neugier, Lernbereitschaft und Kreativität sind weitere Eigenschaften, die man für diese Ausbildung mitbringen sollte.

Im Autohaus – ihrem hauptsächlichen Arbeitsort – beraten Automobilkaufleute ihre Kunden über die neuesten Modelle genauso wie über die dazu gehörigen Finanzierungsmöglichkeiten. Denn die meisten Menschen bezahlen ihre Autos ja nicht sofort in bar, sondern leasen sie oder nehmen einen kleinen Kredit dafür auf. Dann brauchen sie Beratung, welcher Weg für sie der günstigste ist. Und manchmal kommt auch noch die Vermittlung einer Kfz-Haftpflichtversicherung für den Kunden hinzu.

Oberstes Ziel, und darüber muss von Anfang an Klarheit herrschen, ist der Verkauf von Autos und damit der Erfolg des Unternehmens, für das man tätig ist. Dafür muss man sich auskennen, und zwar ziemlich gut, denn man hat es meist mit Kunden zu tun, die selbst hervorragend über Autos Bescheid wissen. Automobilkaufleute müssen sich daher immer auf dem neuesten Stand halten. Welche neuen Modelle gibt es? Welche technischen Feinessen haben sich die Hersteller einfallen lassen? Wie sieht es mit dem Verbrauch aus? Schließlich wollen die Kunden heute keine „Spritschleudern“ mehr, mit denen sie ständig zur teuren Tankstelle fahren müssen. Ist das Auto umweltverträglich? Familienfreundlich? Reparaturanfällig? Automobilkaufleute wissen auf alle diese Fragen eine zufriedenstellende Antwort und können im Gespräch mit ihren Kunden genau das passende Auto empfehlen.

Durch den direkten Kontakt und die häufige Beschäftigung mit dem Thema Auto wissen sie über Trends und Vorlieben Bescheid und können so auch bei der Werbung für eine besondere Aktion gut unterstützen. Am besten ist es, wenn Automobilkaufleute darüber hinaus auch noch mindestens eine Fremdsprache sprechen. Denn einmal abgesehen von ihren ausländischen Kunden, die das zu schätzen wissen, werden viele Autos im Ausland produziert. Für den Einkauf der Fahrzeuge oder für Verhandlungen mit internationalen Geschäftspartnern ist es daher hilfreich, zumindest auch auf Englisch kommunizieren zu können.

Ausbildungsdauer: 3 Jahre

Ansprechpartner bei der IHK Köln:

Christian Wirths: christian.wirths@koeln.ihk.de

Norbert Gilcher: norbert.gilcher@koeln.ihk.de

Melanie Hornig: melanie.hornig@koeln.ihk.de

Fachkraft für Veranstaltungstechnik

Spezialisten für Licht und Sound

Eine ehemalige Fabrikhalle am Stadtrand. Leer und öde sieht sie aus. Und hier soll morgen Abend eine riesige Bühnenshow mit Live-Konzert und akrobatischen Einlagen stattfinden? Vor Hunderten von Zuschauern? Also gut: Ärmel hoch und los geht's. Ein Lastwagen nach dem anderen wird ausgeladen, Gerüste für Licht und Sound müssen aufgebaut werden, die Bühne kommt in die Mitte des Raums. Jeder Handgriff sitzt, die Kollegen verstehen sich blind, alle wissen, worauf es ankommt: in kürzester Zeit eine Welt zu schaffen, von der noch wenige Stunden vorher nichts zu ahnen war – und das mit der allerhöchsten Präzision Hand in Hand, damit Licht und Sound, Bühnenaufbauten und die gesamte Technik dort ist, wo sie sein soll und auch einwandfrei funktioniert.

Ohne die Fachkräfte für Veranstaltungstechnik läuft im Bereich von Theater, Show, Fernsehproduktionen und Konzerten gar nichts. Aber auch bei Messen, Festivals und sonstigen Großveranstaltungen müssen sie vollen Einsatz zeigen, Mischpults bedienen, die richtige Lichtfarbe und -intensität wählen und dafür sorgen, dass der Klang stimmt. Weil sie vor allem beim Auf- und Abbau gefragt sind, dürfen Fachkräfte für Veranstaltungstechnik kein Problem damit haben, dass sie arbeiten müssen, wenn andere frei haben – manchmal auch nachts bis in die frühen Morgenstunden. Körperliche Fitness und Kraft sind unerlässlich. Höhenangst ist fehl am Platz, denn der Einsatzort befindet sich oft in luftigen Höhen auf Gerüsten, wo Lampen und Lautsprecher montiert und Kabel sicher verwahrt werden müssen. Teamarbeit ist angesagt, und diese Teams wechseln oft. Nicht selten sind Fremd- und Hilfskräfte im Einsatz, die man genau anleiten muss. Das ist auch deshalb so wichtig, weil keiner in Gefahr geraten darf – weder die Künstler, noch die Gäste und natürlich auch nicht das Personal. Fachkräfte für Veranstaltungstechnik müssen sich daher sehr gut auskennen mit statischen Gegebenheiten, mit dem Baurecht, dem Brandschutz und der so genannten „Eventsafety“. Als Fachkraft für Veranstaltungstechnik trägt man für den gesamten technischen Bereich die komplette Verantwortung. Hier darf nichts dem Zufall überlassen werden, jede Halterung muss fest sein, jedes Kabel muss gesichert werden, alle Geräte müssen in einem einwandfreien technischen Zustand sein.

Eine hohe Verantwortung, ein anstrengender Arbeitsalltag zu ungewöhnlichen Zeiten, dafür aber viele interessante Einsatzorte, die je nach Arbeitgeber auch schon mal mit einer Reise ins Ausland verbunden sein können, und immer wieder neue Kontakte – das sind wesentliche Merkmale, die dieser Beruf mit sich bringt. Fachkräfte für Veranstaltungstechnik arbeiten in spezialisierten Unternehmen, aber auch bei Fernsehsendern, in Eventagenturen, in der Filmbranche, an Theatern oder bei Messe- und Kongressveranstaltern.

Ausbildungsdauer: 3 Jahre

Ansprechpartner bei der IHK Köln:

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

Immobilienkaufleute

Vermitteln, bauen und verwalten

Schön und behaglich wohnen – das wollen wahrscheinlich alle Menschen. Doch wie findet man eigentlich die passende „Immobilie“, also ein besonderes Haus oder die richtige Wohnung? Soll man mieten, neu bauen oder ein altes Haus kaufen und sanieren? Und was kostet das? Passt der Grundriss zu den Anforderungen eines Käufers oder Mieters – etwa wenn man ein Kinderzimmer oder ein Büro braucht? Und wenn jemand aus der Stadt herausziehen will, welchen bezahlbaren Wohnraum gibt es dann im Umland? Wie ist dort die Infrastruktur? Einkaufsmöglichkeiten, Schulen, kulturelles Angebot? Diese Fragen und noch einige mehr muss ein/e Immobilienkaufmann/-frau beantworten können.

Dafür erstellt er oder sie zum Beispiel so genannte „Exposés“ – das sind Unterlagen, aus denen man ersehen kann, wie eine Wohnung aussieht und geschnitten ist, wie groß die einzelnen Räume sind und in welcher Umgebung diese Wohnung liegt. Bei Haus- oder Wohnungsverkäufen sind darüber hinaus auch Unterlagen zu den derzeitigen Eigentümern – zum Beispiel Grundbucheinträge – sowie andere rechtliche Dokumente enthalten, aus denen sich der Käufer einen guten Überblick verschaffen kann. Und wer neu bauen oder sanieren möchte, braucht ein Angebot über die Kosten.

Bei Wohnungs- oder Hausbesichtigungen geht der Immobilienkaufmann oder die Immobilienkauffrau natürlich mit, zeigt die Räume vom Keller bis zum Dach, von der Heizungsanlage bis zum ausbaufähigen Spitzboden. Gewappnet mit einem guten technischen Verständnis und Kenntnissen über die bauliche Substanz kann er oder sie kompetent Auskunft geben. Da es dabei nur selten direkt zu einem Abschluss kommt, sind oft weitere Angebote erforderlich, bis der Kunde „seine“ Immobilie gefunden hat.

Immobilienkaufleute müssen immer genau die Angebote herausfiltern, die das bieten, was der jeweilige Kunde sich wünscht und bezahlen kann. Denn was nützt es einem jungen Auszubildenden, der erst einmal seine eigenen (kleinen) vier Wände haben möchte, wenn man ihm eine Sechszimmer-Altbauwohnung im Stadtzentrum anbietet? Und wie funktioniert das mit dem Kaufen? Bis auf wenige Ausnahmen können Käufer doch ein Haus nie sofort voll bezahlen. Dann muss es finanziert werden, d. h. der Käufer muss einen Kredit bei einer Bank aufnehmen. Wie man das am besten macht und welches Finanzierungsangebot das günstigste für den Käufer ist, dazu berät ebenfalls der Immobilienkaufmann oder die Immobilienkauffrau.

Oft fungieren Immobiliengesellschaften auch selbst als Bauträger und können ihren Kunden daher neu gebaute Wohnungen und Häuser anbieten. Des Weiteren gehört die Verwaltung von Immobilien – zum Beispiel von Mehrfamilienhäusern, Einkaufszentren, Krankenhäusern etc. – zum Portfolio von Immobilienfirmen. Der Immobilienkaufmann oder die Immobilienkauffrau muss sich dann um alle organisatorischen Fragen rund um das Gebäude kümmern. Dazu gehören zum Beispiel die Ver- und Entsorgung, Versicherungen und Gebührenabgaben. Außerdem nimmt die Immobilienverwaltung Beschwerden von Mietern entgegen und sorgt dafür, dass nötige Reparaturen und Instandsetzungsmaßnahmen fach- und termingerecht ausgeführt werden.

Der Beruf des Immobilienkaufmanns/der Immobilienkauffrau ist sehr abwechslungsreich. Man sitzt nicht nur am Schreibtisch, sondern ist viel unterwegs und trifft die unterschiedlichsten Menschen mit ganz verschiedenen Wünschen und Vorstellungen. Daher muss man kommunikativ und flexibel sein und aufmerksam zuhören können. Sehr interessant sind auch die Zukunftsperspektiven. Ob als Bauberater, Immobilienvermittler (Makler), als Angestellter in der