

TEAMGEIST

KOMMUNIKATION

TECHNIKVERSTÄNDNIS

Berufe

Medien, Kultur, Unterhaltung



Arbeitsmarktservice

Berufskompas

Die AMS-Webseite zur beruflichen Orientierung

Der Berufskompas ist die Orientierungshilfe für die Berufswahl.

Nur 15 Minuten Fragen beantworten, und dann erhalten Sie Ihr persönliches Interessens- und Neigungprofil mit Berufsvorschlägen.



BERUFS-INFOS ONLINE

www.ams.at/berufskompas



Medien, Kultur, Unterhaltung

DrehbuchautorIn
Event-ManagerIn
Game-DesignerIn
GrafikerIn/Grafik-DesignerIn
Kunst- und KulturvermittlerIn
MaskenbildnerIn
MusikerIn
Online-RedakteurIn
PR-BeraterIn
Radio- und FernsehredakteurIn
SchauspielerIn
Social-Media-ManagerIn
VideojournalistIn
WerbetexterIn
usw.

Medieninhaber: Arbeitsmarktservice
Dienstleistungsunternehmen des öffentlichen Rechts
Bundesgeschäftsstelle: 1200 Wien, Treustraße 35-43

9. Auflage 2016
Stand: April 2016
Druck: Juni 2016

Redaktion: Dr. Friedrich Moshhammer
AMS/Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation/ABI

Konzeption und Text: 3s Unternehmensberatung GmbH
Aktualisierung 2016: Mag. Heike Artl

Grafische Gestaltung: grafik design Christa Neumann, 1130 Wien
Layout-Adaptierung 2013 – 3s Unternehmensberatung GmbH
Reinzeichnung: CMS Vesely GmbH, 2100 Korneuburg

Fotos: Hintergrundfotos auf den Kapiteleinstiegsseiten: Peter Birke, 1130 Wien;
S. 3-6, S. 8, S. 10, S. 106, S. 108, S. 112, S. 116, S. 126: Nata-Lia/Shutterstock.com;
S. 14-27: powerofforever/iStock.com; S. 30-35: small_frog/iStock.com;
S. 38-43: webphotographer/iStock.com; S. 46-49: Inferiorz Presents/Shutterstock.com;
S. 52-63: Hocus Focus Studio/iStock.com; S. 66-72: OJO_Images/iStock.com;
S. 76-85: James Pauls/iStock.com; S. 88-95: gpointstudio/Shutterstock.com;
S. 98-105: lucky336/iStock.com

Umschlag und Insetate: Werbekunst, 3441 Dietersdorf, www.werbekunst.at
Gesamtherstellung: Druckerei Berger, 3580 Horn

ISBN: 978-3-85495-632-0



Das Österreichische Umweltzeichen
für Druckerzeugnisse, UZ 24, UW 686
Ferdinand Berger & Söhne GmbH.





► Inhalt



Einführung	10
► Film, Video und Tonträger	12
► Grafik und Fotografie	28
► Kulturmanagement und Veranstaltungswesen	36
► Medienwissenschaft und Kunsttheorie	44
► Neue Medien	50
► Radio und Fernsehen	64
► Theater und Musik	74
► Werbung und Public Relations	86
► Zeitungen und Verlage	96
Informationsquellen	106
Adressen	108
Internetadressen und Portale	126

► Verzeichnis aller Berufe

3D-DesignerIn	60
A ccount Planner (m/w)	92
AnzeigenkontakterIn	98
App-EntwicklerIn	59
Art Director (m/w)	92
AufnahmeleiterIn	14
AutorIn	99
B eleuchterIn	15
BildmischerIn	70
Buch- und Medien- wirtschafterIn – Verlag	103
BühnenbildnerIn	82
BühnentechnikerIn	76
C horeografin	82
Computeranimations- DesignerIn	59
Compositing Artist (m/w)	24
Content-ManagerIn	52
Creative Director (m/w)	93
CutterIn	16
D atenjournalistIn	103
DialogautorIn	70
DramaturgIn	83
DrehbuchautorIn	17
DruckvorstufentechnikerIn	30
E vent-ManagerIn	38
F otografIn	31
FotoredakteurIn	33
Fundraising-ManagerIn	42
G aleristIn	42
Game-DesignerIn	53
GhostwriterIn	93
GrafikerIn/ Grafik-DesignerIn	32

H erstellerIn (Verlag)/ Producer (m/w)	104	O n-Air-DesignerIn/ TV-DesignerIn	72
		Online-RedakteurIn	54
I llustratorIn	33	P R-BeraterIn	90
InformationsdesignerIn	34	PressesprecherIn	91
InformationsgrafikerIn	34	Postproduction	
InspizientIn	77	Supervisor (m/w)	24
Interface-DesignerIn	60	ProduktionsleiterIn	20
J ournalistIn	100	ProjektmanagerIn (Media)	55
K ameramann/Kamerafrau	18	ProduzentIn	21
KarikaturistIn	35	R adio- und FernsehredakteurIn	67
KommunikationsmanagerIn	88	RegisseurIn	22
Kommunikations- wissenschaftlerIn	46	RequisiteurIn	25
KontakterIn	89	S ängerIn	79
KonzepterIn	61	SchauspielerIn	80
KorrektorIn	104	Script Supervisor (m/w)/ Continuity	25
KostümbildnerIn	83	SEO-/SEA-ManagerIn	62
KulissenmalerIn	84	Singer-Songwriter (m/w)	85
KulturmanagerIn	39	Social-Media-BeraterIn	63
KunsthistorikerIn	48	Social-Media-ManagerIn	56
Kunst- und KulturvermittlerIn	40	Sound-DesignerIn	26
KuratorIn	43	StandfotografIn	26
KünstleragentIn	43	Storyliner (m/w)	72
L ayouterIn	105	StudiotechnikerIn	68
LiteraturwissenschaftlerIn	47	SzenenbildnerIn	27
M askenbildnerIn	19	T änzerIn	81
MediaplanerIn	94	TechnischeR RedakteurIn	57
MedienarchivarIn	71	TheaterwissenschaftlerIn	49
MediendidaktikerIn	48	TonmeisterIn	23
Medienfachmann/ Medienfachfrau – Marktkommunikation und Werbung	94	U sability Engineer (m/w)	63
MediengestalterIn	61	ÜbersetzerIn	101
MedieninformatikerIn	62	V eranstaltungstechnikerIn	41
MedienkomponistIn	84	VerlagslektorIn	102
ModeratorIn	66	VerlegerIn	105
MusicaldarstellerIn	85	VideojournalistIn	69
MusikerIn	78	Visual Jockey (VJ) (m/w)	27
MusikprogrammiererIn	71	W eb-DesignerIn	58
MusikwissenschaftlerIn	49	WerbeberaterIn	95
		WerbetexterIn	95

► Verzeichnis nach Tätigkeitsbereichen



Beratung

AnzeigenkontakterIn	98
KontakterIn	89
Kunst- und KulturvermittlerIn	40
KünstleragentIn	43
PR-BeraterIn	90
PressesprecherIn	91
Social-Media-BeraterIn	63
Usability Engineer (m/w)	63
WerbeberaterIn	95



Gestaltung

3D-DesignerIn	60
Art Director (m/w)	92
BühnenbildnerIn	82
Compositing Artist (m/w)	24
Computeranimations-DesignerIn	59
CutterIn	16
FotografIn	31
Game-DesignerIn	53
GrafikerIn/Grafik-DesignerIn	32
IllustratorIn	33
InformationsdesignerIn	34
InformationsgrafikerIn	34
Kameramann/Kamerafrau	18
KarikaturistIn	35
KostümbildnerIn	83
KulissenmalerIn	84
LayouterIn	105
MaskenbildnerIn	19
MediendidaktikerIn	48
MediengestalterIn	61
On-Air-DesignerIn/	
TV-DesignerIn	72
RegisseurIn	22
StandfotografIn	26
SzenenbildnerIn	27
Visual Jockey (VJ) (m/w)	27
Web-DesignerIn	58



Musik

MedienkomponistIn	84
MusikerIn	78
SängerIn	79
Singer-Songwriter (m/w)	85
Sound-DesignerIn	26



Organisation

Account Planner (m/w)	92
AufnahmeleiterIn	14
Buch- und MedienwirtschafterIn – Verlag	103
Content-ManagerIn	52
Creative Director (m/w)	93
DramaturgIn	83
Event-ManagerIn	38
Fundraising-ManagerIn	42
GaleristIn	42
HerstellerIn (Verlag)/ Producer (m/w)	104
InspizientIn	77
KommunikationsmanagerIn	88
KulturmanagerIn	39
KuratorIn	43
MediaplanerIn	94
MedienarchivarIn	71
Medienfachmann/Medienfachfrau – Marktkommunikation und Werbung	94
Postproduction Supervisor (m/w)	24
ProduktionsleiterIn	20
ProduzentIn	21
ProjektmanagerIn (Media)	55
RequisiteurIn	25
SEO-/SEA-ManagerIn	62
Social-Media-ManagerIn	56
VerlegerIn	105



Redaktion

DatenjournalistIn	103
FotoredakteurIn	33
JournalistIn	100
ModeratorIn	66
MusikprogrammiererIn	71
Online-RedakteurIn	54

Radio- und FernsehredakteurIn	67
VideojournalistIn	69



Tanz und Schauspiel

Choreografin	82
MusicaldarstellerIn	85
SchauspielerIn	80
TänzerIn	81



Technik

App-EntwicklerIn	59
BeleuchterIn	15
BildmischerIn	70
BühnentechnikerIn	76
DruckvorstufentechnikerIn	30
Interface-DesignerIn	60
MedieninformatikerIn	62
StudiotechnikerIn	68
TonmeisterIn	23
VeranstaltungstechnikerIn	41



Text

AutorIn	99
DialogautorIn	70
DrehbuchautorIn	17
GhostwriterIn	93
KonzepterIn	61
KorrektorIn	104
Script Supervisor (m/w)/ Continuity	25
Storyliner (m/w)	72
TechnischeR RedakteurIn	57
ÜbersetzerIn	101
VerlagslektorIn	102
WerbetexterIn	95



Wissenschaft

KommunikationswissenschaftlerIn	46
KunsthistorikerIn	48
LiteraturwissenschaftlerIn	47
MusikwissenschaftlerIn	49
TheaterwissenschaftlerIn	49

► Einführung

► Zielsetzung der Broschüre

Die vorliegende Broschüre gibt einen Überblick über Berufsfelder, Trends und neue Entwicklungen sowie über Ausbildungs- und Beschäftigungsmöglichkeiten im Bereich „Medien, Kultur, Unterhaltung“. Sie soll Jugendlichen vor der Berufs- bzw. Ausbildungswahl, aber auch Erwachsenen, die sich beruflich neu orientieren wollen, eine Hilfestellung bieten.

► Methodik der Untersuchung

Der Broschüre liegen verschiedene Informationsquellen zugrunde: Insgesamt wurden rund 120 Interviews mit AusbildungsleiterInnen, ExpertInnen der Berufs- und Interessenvertretungen, ArbeitsmarktexpertInnen, Personalverantwortlichen und Berufstätigen aus den unterschiedlichen Berufsfeldern geführt. Darüber hinaus wurden zahlreiche Fachpublikationen, aktuelle Beiträge und Stelleninserate aus Tageszeitungen und Fachzeitschriften ausgewertet.

► Inhalt und Gliederung der Broschüre

Das weite Spektrum der beruflichen Möglichkeiten im Bereich „Medien, Kultur, Unterhaltung“ ist in neun unterschiedliche Berufsfelder gegliedert. Ein allgemeiner Teil (Kapiteleinstiegsseiten) beschreibt jeweils Themen, Inhalte und aktuelle Trends, welche die Aufgaben im jeweiligen Berufsfeld bestimmen. Die Literaturempfehlungen sollen dazu einladen, sich mit einzelnen Berufsfeldern näher vertraut zu machen. Ein Miniglossar beinhaltet die Erklärung

typischer Begriffe für das Berufsfeld bzw. die Erklärung von Fachbegriffen, die in den Texten vorkommen. Jedem Berufsfeld – von „Film, Video und Tonträger“ bis zu „Zeitungen und Verlage“ – sind einzelne Berufe zugeordnet.

Für jeden Beruf finden Sie eine Beschreibung der charakteristischen „Aufgabenbereiche und Tätigkeiten“. Der Abschnitt „Berufsanforderungen“ weist auf Kenntnisse und Fähigkeiten hin, die für eine Tätigkeit im jeweiligen Beruf von Bedeutung sind. Weiters gibt es einen Überblick über die Art der Unternehmen, die Beschäftigungsmöglichkeiten bieten, und darüber, wie die Berufsaussichten und Aufstiegsmöglichkeiten einzuschätzen sind. Die Angaben über das zu erwartende Anfangsgehalt sind als Richtwert zu betrachten. Im Abschnitt „Aus- und Weiterbildung“ sind exemplarisch Ausbildungen sowie Weiterbildungsmöglichkeiten angeführt, die eine geeignete Basis für die Ausübung des beschriebenen Berufes darstellen.

Bei den im Adressteil angegebenen Berufsorganisationen und Bildungseinrichtungen können Sie Informationen zu einzelnen Berufen bzw. zu Aus- und Weiterbildungsangeboten einholen. Sollten Sie trotzdem die eine oder andere Information vermissen, können Sie das Informationsangebot der BerufsInfoZentren (BIZ) des Arbeitsmarktservice nutzen. Dort steht Ihnen eine große Auswahl an Broschüren, Info-Mappen und Videos zur Verfügung, die über Fragen zu Beruf, Ausbildung, Weiterbildung und Arbeitsmarkt informieren. Adressen und Telefonnummern der BIZ finden Sie im Adressteil der Broschüre. Weitere Informationen bieten darüber hinaus auch die AMS-Website (www.ams.at) und die Online-Informationssysteme des AMS, wie z.B.:

- das Berufsinformationssystem (www.ams.at/bis),
- das Qualifikationsbarometer (www.ams.at/qualifikationen),
- das Berufslexikon (www.ams.at/berufslexikon),
- der Ausbildungskompass (www.ams.at/ausbildungskompass),
- der Berufskompass (www.ams.at/berufskompass),
- der Jugendkompass (www.ams.at/jugendkompass),
- der Karrierekompass (www.ams.at/karrierekompass).

► LeserInnenhilfe zur Navigation durch die Broschüre

Verschiedene Leitsysteme unterstützen Sie dabei, sich möglichst rasch und einfach innerhalb der Broschüre zurechtzufinden. Einzelne Berufe können sowohl über das alphabetische Verzeichnis aller Berufe gefunden werden als auch über das Verzeichnis nach Tätigkeitsbereichen. Jedem Beruf ist eines von neun Symbolen für die Tätigkeitsbereiche „Beratung“, „Gestaltung“, „Musik“, „Organisation“, „Redaktion“, „Tanz und Schauspiel“, „Technik“, „Text“ sowie „Wissenschaft“ zugeordnet. Das Inhaltsverzeichnis dient dem Auffinden einzelner Berufsfelder. Eine eigene Leitfarbe für jedes Berufsfeld ermöglicht schließlich das visuelle Navigieren durch die unterschiedlichen Berufsbereiche.

► Film, Video und Tonträger

► Charakteristika & Trends

Der Film-, Video- und Musikkonsum ist im Wandel: Video-on-Demand, als Streaming- oder Download-Angebot, ermöglicht einen individuellen, zeit- und ortsunabhängigen Film- und Serienkonsum und wird zunehmend genutzt. Die Zugriffszahlen auf informierende und unterhaltende Videoinhalte steigen – besonders über Smartphones und Tablets. Auch die große Vielfalt und die ständige Verfügbarkeit von Online-Musikangeboten überzeugen immer mehr KonsumentInnen. Die meistgenutzte Musikquelle ist YouTube, bezahlte Musik-Streaming-Angebote wachsen, während die Umsätze von Musik-Downloads zurückgehen. Die CD ist aber nach wie vor das meistgekauftete Musikmedium in Österreich. Die jährliche Zahl der Kinobesuche in Österreich schwankt zwar nach Filmangebot – besonders Blockbuster sind für hohe BesucherInnenzahlen entscheidend –, ins Kino zu gehen ist aber nach wie vor beliebt. Fast alle Kinosäle in Österreich sind mittlerweile digitalisiert. Seit der Digitalisierung kann das Publikum aus einem größeren Filmangebot wählen.

Österreich ist ein relativ kleines Filmland: Jährlich starten rund 50 in Österreich produzierte oder koproduzierte Spiel- und Dokumentarfilme in die Kinos. Ein Großteil der Kino- und Fernsehfilme kann nur mithilfe von Filmförderungen verwirklicht werden. Neben dem ORF ist auch die Werbebranche ein wichtiger Auftraggeber. Verschiedene Fachhochschul- und Universitätsstudien bieten eine fundierte künstlerische Ausbildung für den Film- und Videobereich. Bevor studiert werden kann, ist jedoch ein Auswahlverfahren zu bestehen. Bei dieser Hürde, die nur wenige auf Anhieb bewältigen, sind jene im Vorteil, die bereits Erfahrung in den Bereichen Gestaltung und Medien gesammelt haben: beispielsweise durch den Besuch einer berufsbildenden höheren Schule. Auch eine Lehre kann zum Wunschberuf führen. Die Ausbildung zum/zur Fotografin bildet etwa eine gute Basis für eine Tätigkeit als Kamera-AssistentIn, VeranstaltungstechnikerInnen können sich in Richtung Beleuchtung oder Tontechnik weiterbilden und spezialisieren.

Eine Ausbildung allein ist jedoch kein Garant für die erfolgreiche Laufbahn im Berufsfeld „Film, Video und Tonträger“, vielmehr gilt das Motto „Learning by doing“. Auch Weiterbildungsbereitschaft und das Wissen um neue technische Entwicklungen sind wichtig. Aufgrund der begrenzten finanziellen Mittel und der relativ kleinen Teams in Österreich sind oft AllrounderInnen gefragt, die je nach Bedarf als Regie- oder Kamera-AssistentInnen arbeiten oder Bildmaterial schneiden können. Die Leistungen der ersten Referenzprojekte führen oftmals zu Weiterempfehlungen. Wichtig für den Berufseinstieg sind informelle Kontakte zu BranchenkennerInnen, da sich die Jobs selten in Stelleninseraten finden.

► Literaturtipps

Zeitschriften:

celluloid filmmagazin

ray Filmmagazin

Fachbücher:

Elsaesser, Thomas; Hagener, Malte: Filmtheorie zur Einführung. Junius Verlag, 2013.

Görne, Thomas: Tontechnik. Carl Hanser Verlag, 2014.

Grove, Elliot: So wirst du Filmemacher. 130 Schritte zum beruflichen Erfolg. Stiebner Verlag, 2014.



► Berufsübersicht



SchauspielerIn
siehe „Theater und Musik“



Compositing Artist (m/w)
Computeranimations-DesignerIn
siehe „Neue Medien“

CutterIn
Kameramann/Kamerafrau
KostümbildnerIn
siehe „Theater und Musik“

MaskenbildnerIn

RegisseurIn

StandfotografIn

SzenenbildnerIn

Visual Jockey (VJ) (m/w)



DrehbuchautorIn
Script Supervisor (m/w)/Continuity



MedienkomponistIn
siehe „Theater und Musik“
Sound-DesignerIn



AufnahmeleiterIn
Postproduction Supervisor (m/w)
ProduktionsleiterIn
ProduzentIn
RequisiteurIn



VideojournalistIn
siehe „Radio und Fernsehen“



BeleuchterIn
StudiotechnikerIn
siehe „Radio und Fernsehen“
TonmeisterIn

► Miniglossar

[Blockbuster] populärer Kinofilm mit sehr hohen Einspielergebnissen;
Kassenschlager; engl. Box Office

[Director´s Cut] bezeichnet eine vom Regisseur (Director) nach der
Erstveröffentlichung favorisierte Schnittversion eines Films

[Montage] ein anderer Begriff für den gesamten Vorgang des Filmschnittes

[On location] Filmaufnahmen außerhalb eines Studios „am Ort des Geschehens“

[Postproduktion] alle Arbeiten der Filmproduktion, die nach den Dreharbeiten
erfolgen (z. B. Schnitt, Vertonung)

[Sequenz] Teil eines Filmes, der z. B. zeitlich, thematisch, räumlich oder personell
zusammenhängt und eine Einheit darstellt

[Set] Ort der Filmaufnahmen

[Skript oder Script] ein anderer Begriff für Drehbuch

[Split Screen] eine (Schnitt-)Technik, die den Bildschirm in zwei oder mehr
Bereiche aufteilt, um Bilder bzw. Handlungen gleichzeitig zeigen zu können

[Tagesdisposition] kurz Dispo, beschreibt bei Film- und Videodrehs den
Ablaufplan eines Drehtags und enthält wichtige Informationen für die Mitglieder
des Filmteams

[Take] Filmaufnahme, die ohne Unterbrechung mit der Kamera gefilmt wird

[Totale] Kameraeinstellung, die Personen vollständig (total) in ihrer Umgebung
zeigt

[Treatment] Beschreibung einer Filmstory, aus der später das Drehbuch
entsteht



AufnahmeleiterIn

Keine Film- und Fernsehproduktion kann auf einen Aufnahmeleiter verzichten. Der Aufnahmeleiter ist der verlängerte Arm des Produktionsleiters am Produktionsort. Er unterstützt den Produktionsleiter bei der Vorbereitung und Durchführung einer Film-/Fernsehproduktion.

Er ist innerhalb der Kommunikation der verschiedenen Berufszweige einer Produktion die Verbindung zu allen Gewerken. Er ist der Organisationschef und der zentrale Partner für alle organisatorischen Fragen.

Berufsbild Aufnahmeleiter/in
Ausbildungsgemeinschaft
für Medienberufe (AGM)
Norddeutscher Rundfunk
www.ndr.de

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.

► Aufgabenbereiche und Tätigkeiten

AufnahmeleiterInnen erstellen die Tagesdispositionen für die einzelnen Drehtage einer Film- oder Videoproduktion. Sie organisieren in Zusammenarbeit mit den Verantwortlichen des Filmteams (RegisseurInnen, SzenenbildnerInnen, Kameraleute) die Vorbereitung der Filmlocation oder des Filmstudios für jene Szenen, die gedreht werden sollen. Sie erarbeiten beispielsweise mit der Regie den Drehplan, sorgen für die notwendige Infrastruktur und Logistik, für die Aufstellung der richtigen Bauten, für die Bereitstellung der notwendigen Technik oder für die Einholung der Drehgenehmigungen. Während der Dreharbeiten koordinieren sie den Herstellungsablauf und sorgen so für die Einhaltung des Zeit- und Kostenplanes.

► Berufsanforderungen

Filmproduktion; Fernsehproduktion; Multimedia-Kenntnisse (z. B. Audio- und Videosoftware); Projektmanagement-Kenntnisse; Personalmanagement-Kenntnisse; Veranstaltungstechnik-Kenntnisse; Rechtskenntnisse; Durchsetzungsvermögen; Verhandlungsgeschick; Kommunikationsstärke; Fremdsprachen-Kenntnisse; Organisationstalent; interdisziplinäre Zusammenarbeit; Flexibilität; Reisebereitschaft; Bereitschaft zu unregelmäßigen Arbeitszeiten

► Beschäftigungsmöglichkeiten und Arbeitsmarktsituation

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen bei Unternehmen der Film- und Videoproduktion. Die Arbeitsmarktsituation im Bereich der Organisation ist etwas günstiger als in den kreativen Berufen der Unterhaltungsbranche.

► Karrierechancen und Einkommensperspektiven

AufnahmeleiterInnen beginnen ihre berufliche Karriere in der Regel als ProduktionsassistentInnen, die koordinierende Aufgaben innerhalb des Filmteams erfüllen. Das Einstiegseinkommen von AufnahmeleiterInnen liegt zwischen € 2.100,- und € 2.600,- brutto pro Monat.

► Aus- und Weiterbildung

- Digital Film Production (Diploma, Bachelor/SAE Institute Wien)
- FH-Studiengänge Film-, TV- und Medienproduktion (Bachelor/Wien), Medienmanagement (Bachelor/St. Pölten), Media Management (Master/St. Pölten)
- Uni-Studien Betriebswirtschaft (Bachelor, Master/Graz, Klagenfurt, Wien), Produktion (Bachelor, Master/Wien), Theater-, Film- und Medienwissenschaft (Bachelor/Wien)
- Film, TV & Digital Media Management (MBA/Wien)



BeleuchterIn



► Aufgabenbereiche und Tätigkeiten

BeleuchterInnen positionieren und bedienen unterschiedliche Lichtquellen und sorgen damit für optimale Lichtverhältnisse bei Dreharbeiten, Theater-, Opern- und Musicalaufführungen, Konzerten oder Events. Sie montieren Scheinwerfer und richten diese aus, bedienen die Lichtanlagen und -computer, regeln den Lichtwechsel, arbeiten mit Farbfiltern und Folien und lassen bestimmte Lichtstimmungen entstehen. Die Lichtstärke, -richtung und -qualität (z.B. hartes oder diffuses Licht), der Wechsel von Licht und Schatten und der Einsatz von Effektlicht sind in einem Lichtkonzept festgelegt, das den BeleuchterInnen als Arbeitsgrundlage dient. Zu ihren Aufgaben gehört es auch, die Beleuchtungskörper zu warten.

► Berufoanforderungen

Video- und Theater-Produktionskenntnisse; Veranstaltungstechnik-Kenntnisse (z.B. Beleuchtungs- und Beschallungsanlagen, Lichtanlagen und -computer); Lichttechnik; Elektroinstallation und Elektrohandwerk; fotografische Kenntnisse; exaktes Arbeiten nach Vorgaben; dramaturgisches Verständnis; Farbgefühl; gute Kondition; Schwindelfreiheit; Teamfähigkeit; Ausdauer; Reisebereitschaft; Bereitschaft zu unregelmäßigen Arbeitszeiten

► Beschäftigungsmöglichkeiten und Arbeitsmarktsituation

Die Beschäftigungsmöglichkeiten für BeleuchterInnen sind vielfältig, etwa bei Film- und Videoproduktionsfirmen, bei Theatern oder bei Unternehmen für Veranstaltungsorganisation.

► Karrierechancen und Einkommensperspektiven

BeleuchterInnen im Bereich Film können zu OberbeleuchterInnen aufsteigen, beim Theater zu BeleuchtungsmeisterInnen. Das Einstiegseinkommen von BeleuchterInnen liegt zwischen € 1.900,- und € 2.500,- brutto pro Monat.

► Aus- und Weiterbildung

- Lehrberuf VeranstaltungstechnikerIn
- Filmschule Wien, FMZ – Film und Medienzentrum Margareten (Wien)
- Event Engineering (Bachelor/New Design University – Privatuniversität der Kreativwirtschaft, St. Pölten)

Bei Aufnahmen außerhalb eines Studios sind Beleuchter für die Montage der Scheinwerfer auf den Scheinwerferstativen, für die Ausrichtung der Scheinwerfer gemäß Lichtplan und für den elektrischen Anschluss verantwortlich. (...) Bei Aufnahmen innerhalb eines Studios sind Beleuchter für die manuelle Ausrichtung (fokussieren, neigen, schwenken ...) und die Ansteuerung der Scheinwerfer durch Lichtsteuerungsanlagen zuständig.

In: Petrasch, Thomas; Zinke, Joachim: Einführung in die Videofilmproduktion. Carl Hanser Verlag, 2012.

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.



CutterIn

Die Filmmontage ist ein wesentliches kreatives Element in der Gestaltung der filmischen Realität. Die Regie, die Kamera, das Drehbuch, die Ausstattung, die Schauspieler liefern das Rohmaterial. Die schöpferische Arbeit des Cutters ist: Auswahl, Timing, Zusammenstellung der einzeln gedrehten Aufnahmen zu einer filmischen Kontinuität – zu einer emotional und intellektuell nachvollziehbaren Synthese.

Berufsbild CutterIn
Österreichischer Verband
Film- und Videoschnitt
www.editors.at

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.

► Aufgabenbereiche und Tätigkeiten

CutterInnen, auch EditorInnen genannt, sichten, bearbeiten und montieren Bild- und Tonmaterialien für Fernseh- und Kinofilme, journalistische Beiträge, TV-Sendungen, Werbe-/Imagefilme und Videoportale. Im Bereich fiktionaler und dokumentarischer Film ist die Montage ein wesentliches kreatives Gestaltungsmittel, beim Schnitt von journalistischen Beiträgen zählt vor allem technisches Know-how. Drehbuch und Storyboard sind wichtige Orientierungshilfen bei der Erstellung des Schnittkonzepts. Nach der Sichtung des Film-/Videomaterials erstellen CutterInnen einen Rohschnitt und nach Drehschluss beginnen sie mit dem Feinschnitt nach Vorgabe der Regie bzw. der Redaktion, arbeiten mit verschiedenen Filmschnitttechniken, fügen Animationen, Schriftzüge etc. ein.

► Berufoanforderungen

Filmschnitt; Audio- und Videosoftware (z.B. Avid, Final Cut Pro, Adobe Premiere); Filmproduktion; Fernsehproduktion; Multimedia-Kenntnisse; Videotechnik; Projektmanagement-Kenntnisse; dramaturgisches Verständnis; ästhetisches Gefühl; technisches Verständnis; visuelle und akustische Vorstellungskraft; Rhythmusgefühl; gutes Gedächtnis; genaues Arbeiten; Konzentrationsvermögen; Teamfähigkeit

► Beschäftigungsmöglichkeiten und Arbeitsmarktsituation

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen bei Fernsehanstalten, bei Film- und Videoproduktionsfirmen, aber auch bei Werbe- und Multimedia-Agenturen.

► Karrierechancen und Einkommensperspektiven

CutterInnen beginnen ihre berufliche Laufbahn in der Regel als Cutter-AssistentInnen. Im Angestelltenverhältnis liegt das Einstiegseinkommen in etwa zwischen € 2.100,- und € 3.100,- brutto pro Monat, viele CutterInnen sind selbstständig tätig.

► Aus- und Weiterbildung

- Filmschule Wien, FMZ – Film und Medienzentrum Margareten (Wien)
- Höhere Lehranstalt für Medien, Ausbildungsschwerpunkt Film (Graz)
- Kolleg für Medientechnik und Medienmanagement, Ausbildungszweig Fotografie und audiovisuelle Medien/Multimedia (Wien)
- Digital Film Production (Diploma, Bachelor/SAE Institute Wien)
- FH-Studiengänge InterMedia (Bachelor, Master/Dornbirn), Medientechnik (Bachelor/St. Pölten), Medientechnik und -design (Bachelor/Hagenberg), MultiMediaArt (Bachelor, Master/Salzburg), Digital Arts (Master/Hagenberg)
- Uni-Studium Schnitt (Bachelor, Master/Wien)



DrehbuchautorIn



► Aufgabenbereiche und Tätigkeiten

DrehbuchautorInnen schreiben die Textvorlage für Spiel-, Fernseh- und Dokumentarfilme. Die Ideen halten sie in einem Exposé bzw. in einem nächsten Schritt in einem Treatment fest, mit dem sie sich auf die Suche nach einem/einer interessierten Produzenten/Produzentin begeben. Wenn die Finanzierung gesichert ist, formen sie diese ersten Konzepte zu einem Drehbuch aus. Umfangreiche Recherchen zum Thema tragen dazu bei, dass die Handlung möglichst authentisch und glaubwürdig wirkt. Ein Drehbuch enthält parallel zu der Dialog-Ebene Szenenbeschreibungen – z. B. Drehorte, Schauplätze, zeitliche Abläufe, Personen, Requisiten, Stimmungen, Geräusche – als „Handlungsanweisung“ bzw. Vorlage für die praktische Umsetzung.

► Beruhsanforderungen

Dramaturgie; Drehbuch-Richtlinien und -Formate; Filmproduktion; Fernsehproduktion; Multimedia-Kenntnisse; Recherche; Literaturkenntnisse; schriftstellerische Begabung; bildhaftes Vorstellungsvermögen; Sprachgefühl; Fantasie; Kommunikationsstärke; Allgemeinbildung; Selbstdisziplin; Durchhaltevermögen

► Beschäftigungsmöglichkeiten und Arbeitsmarktsituation

DrehbuchautorInnen arbeiten meist freiberuflich für Fernsehanstalten oder für Filmproduktionsfirmen. Der Arbeitsmarkt in Österreich ist sehr klein, im gesamten deutschsprachigen Raum werden jedoch von Filmproduktionsfirmen und Fernsehanstalten immer AutorInnen mit erfolgversprechenden Drehbuchideen gesucht. Viele DrehbuchautorInnen üben einen zweiten Beruf aus, etwa JournalistIn, BuchautorIn oder RegisseurIn.

► Karrierechancen und Einkommensperspektiven

DrehbuchautorInnen werden in der Regel nach Werk/Drehbuch bezahlt. Dabei wird zwischen Buyout und Wiederholungshonorar für weitere Ausstrahlungen unterschieden. Bei einem Buyout werden alle Ansprüche, unabhängig vom Erfolg des Filmes oder der Serie, mit einer einmaligen Zahlung abgegolten. Für ein Spielfilmdrehbuch ist zu Beginn der Karriere mit etwa € 15.000,- bis € 20.000,- brutto zu rechnen. Mit dem Bekanntheitsgrad der AutorInnen steigt in der Regel auch ihr Honorar.

► Aus- und Weiterbildung

- Filmschule Wien, FMZ – Film und Medienzentrum Margareten (Wien)
- Uni-Studien Buch und Dramaturgie (Bachelor, Master/Wien), Deutsche Philologie/Germanistik (Bachelor, Master/Graz, Innsbruck, Klagenfurt, Salzburg, Wien), Theater-, Film- und Medienwissenschaft (Bachelor/Wien), Theater-, Film- und Medientheorie (Master/Wien)
- Lectures, Workshops und Seminare des Drehbuchforums Wien

Er muss, wenn er vom Kino träumt, bereit sein, einen langen Atem zu haben, für ein, zwei, manchmal drei Jahre, in denen er am Buch arbeitet und in denen die Finanzierung auf die Beine gestellt wird. Er muss bereit sein, seine Geschichte wieder und wieder zu verändern und umzuschreiben, denn er begegnet im Laufe der Arbeit an seinem Buch vielen Menschen, die ihre Sicht auf den Stoff haben und diese auch im Drehbuch wiedererkennen wollen: der Produzent, sein Producer, der Regisseur, die Hauptdarsteller, diverse Co-Produzenten, der Verleiher und nicht zuletzt – es geht ums Geld – ein oder mehrere Fernsehredakteure und deren Chefs.

Stromiedel, Markus: Wie sieht der perfekte Drehbuchautor aus?

Verband Deutscher Drehbuchautoren e. V.
www.drehbuchautoren.de

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.



Kameramann/Kamerafrau

► Aufgabenbereiche und Tätigkeiten

Kameraleute führen die Kamera bei Film- und Videoaufnahmen für Dokumentationen, Fernseh-, Spiel- oder Werbefilme. Gemeinsam mit dem technischen Team setzen Kameraleute die Ideen und Vorstellungen der Regie bzw. Redaktion in Bilder um. Sie gestalten den Film durch die Wahl der Perspektiven und der Betrachtungszeiten der einzelnen Szenen. Mit den Einstellungsgrößen (z.B. Total-, Nah- oder Großaufnahme) und der Geschwindigkeit der Schwenks können sie die Aussage der Filmsequenzen formen. Bei größeren Dreharbeiten werden mehrere Kameraleute eingesetzt, wobei der/die erste Kameramann/Kamerafrau auch koordinierende Funktionen wahrnimmt.

► Berufsanforderungen

Kameratechnik; Videotechnik; Filmproduktion; Fernsehproduktion; Multimedia-Kenntnisse (z.B. Audio- und Videoformate, Storyboard-Erstellung); technisches, dramaturgisches und ästhetisches Verständnis; Blick für eine gute Bildkomposition; Belastbarkeit; Teamfähigkeit; Bereitschaft zu unregelmäßigen Arbeitszeiten

► Beschäftigungsmöglichkeiten und Arbeitsmarktsituation

Kamaraleute arbeiten meist freiberuflich für Fernsehanstalten oder für Film- und Videoproduktionsfirmen. Die Zahl der Arbeitsplätze ist in Österreich eher begrenzt.

► Karrierechancen und Einkommensperspektiven

Kameraleute beginnen ihre berufliche Laufbahn als KamerassistentInnen, deren Anfangsgehalt in etwa € 1.900,- bis € 2.400,- brutto pro Monat beträgt.

► Aus- und Weiterbildung

- Lehrberuf BerufsfotografIn
- Filmschule Wien, FMZ – Film und Medienzentrum Margareten (Wien)
- Höhere Lehranstalt für Medien, Ausbildungsschwerpunkt Film (Graz)
- Kolleg für Medientechnik und Medienmanagement, Ausbildungszweig Fotografie und audiovisuelle Medien/Multimedia (Wien)
- Digital Film Production (Diploma, Bachelor/SAE Institute Wien)
- FH-Studiengänge Medientechnik (Bachelor/St. Pölten), Medientechnik und -design (Bachelor/Hagenberg), Digitale Medientechnologien (Master/St. Pölten)
- Uni-Studien Bildtechnik und Kamera (Bachelor, Master/Wien), Theater-, Film- und Medienwissenschaft (Bachelor/Wien)

Die Berufsbezeichnung „Kameramann“ oder „Kamerafrau“ umfasst je nach Einsatzgebiet verschiedene Tätigkeitsbereiche. Bei der Spielfilmproduktion obliegt der verantwortlichen Kamerafrau oder dem verantwortlichen Kameramann (...) in der Vorproduktionsphase die Einschätzung der benötigten Ausrüstung und der geeigneten Trägermaterialien für die Aufnahme.

Kameramann, Operator & Co:
Berufe rund um die Kamera
Film & TV Kameramann
www.kameramann.de
18.2.2015

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.



MaskenbildnerIn



► Aufgabenbereiche und Tätigkeiten

MaskenbildnerInnen entwerfen in Abstimmung mit der Regie und den KostümbildnerInnen ein maskenbildnerisches Konzept für Make-up und Frisuren, bereiten Perücken, künstliche Haarteile, Bärte, Glatzen und plastische Elemente wie Narben oder Wunden vor bzw. fertigen diese an. Vor und während der Dreharbeiten bzw. Aufführungen schminken sie die SchauspielerInnen, vervollständigen ihre Frisuren und verwandeln das Aussehen der DarstellerInnen mithilfe plastischer Elemente, die sie in deren Gesicht aufkleben. Für Filmaufnahmen muss die Maske aufgrund der Nahaufnahmen detailgenau und möglichst realistisch sein. Das Make-up von TheaterschauspielerInnen muss hingegen überbetont werden, um noch von der letzten Reihe aus gut erkennbar zu sein.

► Beruhsanforderungen

MaskenbildnerIn; Schminktechniken (z.B. Modellieren, Make-up-Aufbau, Rouge- und Pudertechnik); Frisurengestaltung; Perückenherstellung; Materialkunde; Farb- und Stilberatung; Gestaltungstalent; ästhetisches Gefühl; Fingerfertigkeit; soziale Kompetenz; Einfühlungsvermögen; Serviceorientierung

► Beschäftigungsmöglichkeiten und Arbeitsmarktsituation

Die Beschäftigungsmöglichkeiten in Österreich sind eher ungünstig. Ein gewisser Bedarf besteht vor allem in Theatern und Fernsehanstalten, vereinzelt auch bei Film- und Fotoaufnahmen. Weiters ist eine freiberufliche Tätigkeit für unterschiedlichste AuftraggeberInnen möglich (z.B. für Einzelpersonen, die häufig in der Öffentlichkeit stehen).

► Karrierechancen und Einkommensperspektiven

Der Berufseinstieg erfolgt in der Regel als AssistentIn im Bereich Maske, die Aufstiegsmöglichkeiten reichen bis zum/zur ChefmaskenbildnerIn. Das Einstiegseinkommen von MaskenbildnerInnen beträgt in etwa € 1.500,- bis € 1.900,- brutto pro Monat.

► Aus- und Weiterbildung

- Lehrberufe FriseurIn und PerückenmacherIn (StylistIn), KosmetikerIn
- Höhere Lehranstalt für Hairstyling, Visagistik und MaskenbildnerIn (Hallein)
- Interne Schulung und Weiterbildung bei Bühnen-, Film- und Fernsehbetrieben
- Weiterbildungskurse in den Bereichen Visagistik und Make-up bieten z.B. das bfi (Berufsförderungsinstitut), das WIFI (Wirtschaftsförderungsinstitut) und private Anbieter.

Beim Theater schminkt man für die letzte Reihe. Da muss man prägnanter schminken, damit hinten davon etwas sichtbar ist. Beim Fernsehen geht es um die erste Reihe, um das ganz Nahe, um die Feinheiten. Das geht dem Maskenbildner genauso wie dem Schauspieler. Beim Theater lebt man von großen Gesten, lautem Sprechen, großer Mimik. Beim Fernsehen, vor der Kamera sehen Sie den leisesten Atemzug oder das kleinste Augenzwinkern. Da muss sehr fein gearbeitet werden.

Christiane Sonnenberg,
Maskenbildnerin
aim – Ausbildung in
Medienberufen
www.aim-mia.de

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.



ProduktionsleiterIn

Sein künstlerisch-kaufmännisches Doppel-Verständnis hilft ihm, Drehbuchinhalt und Regievorstellung dem Vorhaben gerecht zu bewerten und dem Budget zuzuordnen. Technische Abläufe und Zusammenhänge weiß er in Dauer und Kostenaufwand sachlich richtig einzuschätzen. Mit administrativem Können, kaufmännischem Weitblick und der nötigen Erfahrung bringt er künstlerischen Anspruch und finanzielles Kalkül in Einklang.

Produktionsleitung –
Der Tätigkeitsbereich
Bundesverband
Produktion e.V.
www.bv-produktion.de

*Die genauen Adressen
finden Sie im Adressteil.*

► Aufgabenbereiche und Tätigkeiten

ProduktionsleiterInnen nehmen alle kaufmännischen Aufgaben wahr, die sich bei Film-, Fernseh- oder Rundfunkproduktionen ergeben. Darüber hinaus sind sie für das Projektmanagement während der gesamten Produktionsdauer (von der Projektplanung bis zur Postproduktion) verantwortlich. Sie kalkulieren in Abstimmung mit den Verantwortlichen im Team (z.B. RegisseurInnen, erste/r Kameramann/Kamerafrau, SzenenbildnerInnen, CutterInnen) die Kosten der einzelnen Produktionsschritte (z.B. für DarstellerInnen, Aufnahmetechnik, Ausstattung, Postproduktion) und verwalten die Budgets. Während der Produktion kontrollieren sie die Arbeitsabläufe und achten auf die Einhaltung des vorgesehenen Zeitplanes.

► Berufsanforderungen

Filmproduktion; Fernsehproduktion; Multimedia-Kenntnisse; Projektmanagement-Kenntnisse; Betriebswirtschaftskenntnisse; Personalmanagement-Kenntnisse; Veranstaltungstechnik-Kenntnisse; Rechtskenntnisse; Durchsetzungsvermögen; Verhandlungsgeschick; Kommunikationsstärke; Fremdsprachen-Kenntnisse; Organisationstalent; interdisziplinäre Zusammenarbeit; Flexibilität; Reisebereitschaft; Bereitschaft zu unregelmäßigen Arbeitszeiten

► Beschäftigungsmöglichkeiten und Arbeitsmarktsituation

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen bei Unternehmen der Film- und Video-produktion sowie bei Radio- und Fernsehanstalten. Die Arbeitsmarktsituation im Bereich der Organisation ist insgesamt etwas günstiger als in den kreativen Berufen der Unterhaltungsbranche.

► Karrierechancen und Einkommensperspektiven

ProduktionsleiterInnen beginnen ihre berufliche Karriere in der Regel als ProduktionsassistentInnen, die für koordinierende Tätigkeiten innerhalb des Filmteams eingesetzt werden, oder als AufnahmeleiterInnen. ProduktionsassistentInnen können mit einem Einstiegsgehalt ab ca. € 1.800,- brutto pro Monat rechnen.

► Aus- und Weiterbildung

- Digital Film Production (Diploma, Bachelor/SAE Institute Wien)
- FH-Studiengänge Film-, TV- und Medienproduktion (Bachelor/Wien), Medienmanagement (Bachelor/St. Pölten), Media Management (Master/St. Pölten)
- Uni-Studien Betriebswirtschaft (Bachelor, Master/Graz, Klagenfurt, Wien), Produktion (Bachelor, Master/Wien), Theater-, Film- und Medienwissenschaft (Bachelor/Wien)
- Film, TV & Digital Media Management (MBA/Wien)



ProduzentIn



► Aufgabenbereiche und Tätigkeiten

ProduzentInnen realisieren Kino- und Fernsehfilme, Theater- und Musikproduktionen oder auch Kabarettprogramme. Sie kalkulieren den finanziellen Aufwand und stellen die Finanzierung sicher. Diese erfolgt bei österreichischen Spielfilmen oft aus Mitteln der öffentlichen Filmförderung, die von den ProduzentInnen beantragt werden. Sie engagieren eineN RegisseurIn und schließen Verträge mit den Mitgliedern des Filmteams ab. Zu ihren Aufgaben gehören weiters die Vermarktung der Produktionen, mit AuftraggeberInnen, Fernsehanstalten oder Filmverleihen zu verhandeln, diese laufend über das Produktionsgeschehen zu informieren und als AnsprechpartnerInnen für Regie und Produktionsleitung zur Verfügung zu stehen.

► Berufsanforderungen

Filmproduktion; Fernsehproduktion; gute Kenntnis des Spielfilmmarktes und der Programmangebote; Betriebswirtschaftskenntnisse; Projektmanagement-Kenntnisse; Rechtskenntnisse; Durchsetzungsvermögen; Verhandlungsgeschick; Kommunikationsstärke; Fremdsprachen-Kenntnisse; Organisations-talent; interdisziplinäre Zusammenarbeit; Flexibilität; Reisebereitschaft; Bereitschaft zu unregelmäßigen Arbeitszeiten

► Beschäftigungsmöglichkeiten und Arbeitsmarktsituation

ProduzentInnen sind als GeschäftsführerInnen bei Filmproduktionsfirmen beschäftigt oder führen selbstständig, meist mit PartnerInnen, eine Filmproduktion. Die beruflichen Möglichkeiten in Österreich sind sehr beschränkt.

► Karrierechancen und Einkommensperspektiven

ProduzentIn ist kein Beruf für NeueinsteigerInnen. Der typische Karriereweg verläuft über die Berufe AufnahmeleiterIn und ProduktionsleiterIn. Das Einkommen ist weitgehend vom Erfolg der produzierten Projekte abhängig.

► Aus- und Weiterbildung

- Digital Film Production (Diploma, Bachelor/SAE Institute Wien)
- FH-Studiengänge Film-, TV- und Medienproduktion (Bachelor/Wien), Medienmanagement (Bachelor/St. Pölten), Media Management (Master/St. Pölten), MultiMediaArt (Bachelor, Master/Salzburg)
- Uni-Studien Betriebswirtschaft (Bachelor, Master/Graz, Klagenfurt, Wien), Produktion (Bachelor, Master/Wien), Theater-, Film- und Medienwissenschaft (Bachelor/Wien)
- Film, TV & Digital Media Management (MBA/Wien)

Der Filmproduzent entscheidet (nicht alleine), welche Filme realisiert werden sollen und ob es sich lohnt, für ein bestimmtes Thema, eine Idee und eine Geschichte zu kämpfen. (...) Der Produzent trägt in allen Phasen der Filmproduktion, von der Finanzierung, der Projektentwicklung über den Dreh bis zur Postproduktion und Vermarktung die finanzielle Verantwortung.

Kathrin Eckert: Wer was beim Film macht
www.tagesspiegel.de
 29.9.2014

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.



RegisseurIn

Auch wenn der Rest des Filmteams das Gegenteil behauptet, ist der Regisseur die wichtigste Person bei der Entstehung eines Films. Der Film ist seine Vision. Selbst wenn er mit einem Drehbuch arbeitet, das von jemand anderem verfasst wurde, ist es der Regisseur, der ihm Leben einhaucht, der es in die Dreidimensionalität überträgt. Der Regisseur ist verantwortlich für das, was sich auf dem Bildschirm bzw. auf der Leinwand abspielt, doch dahin ist es ein langer Weg, der hohes Engagement erfordert und Jahre dauern kann. Nicht selten wird die meiste Zeit hauptsächlich darauf verwendet, dass der Film überhaupt zu Stande kommt. Der Regisseur ist Techniker, Geschäftsmann, Publikum, Schauspieler und vor allem Künstler.

In: Edgar-Hunt, Robert:
Basics Film. Regie.
Stiebner Verlag, 2010.

► Aufgabenbereiche und Tätigkeiten

Die Aufgabe von RegisseurInnen ist die künstlerische Leitung von Spielfilm-, Dokumentarfilm-, Fernseh- und Bühnenproduktionen. Auf Basis einer Vorlage (z.B. Drehbuch, literarischer Text) erstellen sie ein Inszenierungskonzept und setzen dieses mit einem künstlerisch-technischen Team in szenische bzw. filmische Darstellung um. Zentrale Aufgaben von RegisseurInnen sind die Anleitung und Unterstützung der SchauspielerInnen bei der Gestaltung ihrer Rollen sowie die Koordinierung aller an der Produktion beteiligten künstlerischen und technischen Bereiche.

Film-RegisseurInnen erarbeiten anhand des Drehbuches ein Konzept, worin für jede Szene die darstellerische sowie bild- und tontechnische Umsetzung (z. B. Beleuchtung, Kameraeinstellung, Aufnahmewinkel, Akustik) genau festgelegt ist. Während der Dreharbeiten geben sie auf der Grundlage dieses Konzepts die Regieanweisungen.

► Berufsanforderungen

Regieführung; Kenntnisse in den Bereichen Konzeption, Dramaturgie, Produktion, Schauspiel, Filmausstattung, Bildtechnik und Kamera, Ton, Schnitt; Literatur- und Musikkenntnisse; Projektmanagement-Kenntnisse; Allgemeinbildung; Kreativität; räumliches Vorstellungsvermögen; Organisationstalent; hohe Eigenverantwortung; Teamfähigkeit; Führungskompetenz; Motivationsfähigkeit; Bereitschaft zu unregelmäßigen Arbeitszeiten

► Beschäftigungsmöglichkeiten und Arbeitsmarktsituation

Beschäftigungsmöglichkeiten für Film-RegisseurInnen bestehen bei Film- und Videoproduktionsfirmen sowie bei Fernsehanstalten. Die Arbeitsverhältnisse sind in der Regel auf die Dauer einer Filmproduktion befristet. In Österreich werden – im internationalen Vergleich – relativ wenige Filmproduktionen durchgeführt.

► Karrierechancen und Einkommensperspektiven

RegisseurInnen beginnen ihre berufliche Laufbahn in der Regel als RegieassistentInnen, die für die Ablauforganisation der Dreharbeiten (z. B. Besprechungen mit dem Filmteam, Regieanweisungen an die StatistInnen) verantwortlich sind und auch an der künstlerischen und technischen Gestaltung des Filmes mitarbeiten. Das Einkommen von RegieassistentInnen liegt in etwa zwischen € 1.800,- und € 2.700,- brutto pro Monat.

► Aus- und Weiterbildung

- Uni-Studium Regie (Bachelor, Master/Wien, Diplom/Salzburg)

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.



TonmeisterIn



► Aufgabenbereiche und Tätigkeiten

TonmeisterInnen leiten – künstlerisch und technisch – die Aufnahme von gesprochenen Texten, Musik und Geräuschen bei den Dreharbeiten zu Filmen und Fernsehsendungen, bei Radio- und Fernsehübertragungen oder Musikproduktionen. Sie erstellen in Abstimmung mit dem/der RegisseurIn das Tonkonzept, das festlegt, welche Dialoge im Originalton aufgenommen und welche nachsynchronisiert werden. Weiters entscheiden sie, wo die Mikrofone platziert werden müssen, um eine optimale Klangqualität zu erzielen. TonmeisterInnen stimmen das technische Equipment (Aufzeichnungsgeräte, Mikrofone, Lautsprecher, Effektgeräte) auf die jeweiligen Anforderungen ab, sind für die Tonmischung – den Abgleich der aufgenommenen Tonspuren – und den Tonschnitt verantwortlich und koordinieren die TonassistentInnen während der Dreharbeiten.

► Berufsanforderungen

Klang- und Musikregie; Tontechnik (z. B. Akustik, Tonaufnahmen, Tonbearbeitung, Tonschnitt, Mastering); Multimedia-Kenntnisse; Musikalität; gutes Gehör; Gefühl für Tonharmonie; dramaturgisches Verständnis; Teamfähigkeit; Selbstständigkeit; Organisationstalent

► Beschäftigungsmöglichkeiten und Arbeitsmarktsituation

Beschäftigungsmöglichkeiten für TonmeisterInnen bestehen bei Film- und Tonträgerproduktionsfirmen, bei Rundfunk- und Fernsehanstalten, in Aufnahmestudios sowie im Veranstaltungswesen.

► Karrierechancen und Einkommensperspektiven

TonmeisterInnen beginnen ihre berufliche Laufbahn in der Regel als TonassistentInnen, die z. B. bei Dreharbeiten die Mikrofone führen. Das Einstiegseinkommen von TonmeisterInnen liegt in etwa zwischen € 2.000,- und € 2.500,- brutto pro Monat.

► Aus- und Weiterbildung

- Lehrberuf VeranstaltungstechnikerIn
- Höhere Lehranstalt für Medien, Ausbildungsschwerpunkt Film (Graz)
- Audio Engineering/Audio Production (Diploma, Bachelor/SAE Institute Wien)
- Uni-Studien Elektrotechnik-Toningenieur (Bachelor, Master/Graz), Tonmeister (Diplom/Wien)

Über 90% des Musikkonsums gehen durch die Hände von TonmeisterInnen, woran sich ihre enorme Bedeutung bei der Gestaltung musikalischer Produkte erkennen lässt. (...) Aufbauend auf den Kompetenzen von ToningenieurInnen und -technikerInnen steht bei TonmeisterInnen das Kreative und Künstlerische im Vordergrund.

Tonmeisterstudium
Universität für Musik und darstellende Kunst Wien
www.mdw.ac.at

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.



▶ Weitere Berufe des Berufsfeldes



Compositing Artist (m/w)

Compositing Artists fügen Bildelemente aus unterschiedlichen Quellen zu einer neuen Einheit zusammen. Durch die Kombination von an realen Drehorten gefilmtem Material, Computergrafiken und -animationen oder auch Fotografien entsteht ein visueller Effekt – und die Illusion, dass alle Elemente Teil derselben Szene sind. Ihre kreative Tätigkeit beginnt nach den Dreharbeiten, in der Postproduktion. Die Bearbeitung der Bilder erfolgt digital, mithilfe von Compositing- und Effekt-Software (z.B. Adobe After Effects, Nuke). Dabei werden beispielsweise Personen vom Hintergrund freigestellt und ein computergenerierter Hintergrund eingefügt, animierte Figuren in Realfilmaufnahmen eingefügt, Landschaften, Gebäude und Szeneobjekte verändert, Trickeffekte eingefügt und Bilder retuschiert. Compositing Artists sind zumeist für Produktionsfirmen tätig, sowohl angestellt als auch freiberuflich. Sie sind am Arbeitsmarkt gefragt und finden weitere Betätigungsfelder in den Bereichen Werbung und Game Design.

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.

Aus- und Weiterbildung:

- Höhere Lehranstalt für Medien, Ausbildungsschwerpunkt Film (Graz)
- Digital Film Production (Diploma, Bachelor/SAE Institute Wien)
- FH-Studiengänge InterMedia (Bachelor, Master/Dornbirn), Medientechnik (Bachelor/St. Pölten), Medientechnik und -design (Bachelor/Hagenberg), MultiMediaArt (Bachelor, Master/Salzburg), Digital Arts (Master/Hagenberg), Digitale Medientechnologien (Master/St. Pölten)
- Uni-Studium Digital Art – Compositing (Master/Wien)



Postproduction Supervisor (m/w)

Postproduction Supervisors sind für die Planung, Koordination und Überwachung der Arbeitsabläufe in der Postproduktion (Nachproduktion) bei Film und Fernsehen verantwortlich. Zu der Postproduktion gehören vor allem der Schnitt, die Bildbearbeitung, computergenerierte Effekte und Animationen sowie die Vertonung (z. B. Musik, Geräusche, Synchronisation). Postproduction Supervisors erstellen Zeitpläne, koordinieren die beteiligten MitarbeiterInnen und sorgen für die Einhaltung des Budgets. Postproduction Supervisor ist eine Aufstiegsposition. Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen bei Unternehmen der Film- und Videoproduktion, bei Fernsehanstalten, aber auch im Bereich Werbefilm.

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.

Aus- und Weiterbildung:

- Digital Film Production (Diploma, Bachelor/SAE Institute Wien)
- FH-Studiengänge Film-, TV- und Medienproduktion (Bachelor/Wien), Medientechnik (Bachelor/St. Pölten), Medientechnik und -design (Bachelor/Hagenberg), MultiMediaTechnology (Bachelor, Master/Salzburg)
- Uni-Studien Schnitt (Bachelor, Master/Wien), Digital Art – Compositing (Master/Wien)



RequisiteurIn

RequisiteurInnen sind bei Film- und Theaterproduktionen für die stilgerechte und wirkungsvolle Ausstattung von Szenen verantwortlich. Zur Requisite zählen alle beweglichen Gegenstände, bei Filmproduktionen können auch Möbelstücke Teil der Requisite sein. RequisiteurInnen sind für die Beschaffung, Herstellung, Bereitstellung und Verwaltung der Requisiten zuständig. Bei Filmproduktionen organisieren AußenrequisiteurInnen vor den Dreharbeiten alle Ausstattungsgegenstände (z. B. Möbel, Geschirr, Pflanzen, Kleingegenstände), die im Ausstattungskonzept vorgesehen sind und stellen diese für die Dreharbeiten bereit. InnenrequisiteurInnen sorgen dafür, dass sich, während die Kamera läuft, jede Requisite am vorgesehenen Platz befindet. RequisiteurInnen sind zumeist freiberuflich für Filmproduktionsfirmen oder für Theater tätig. Der Arbeitsmarkt im Filmbereich ist in Österreich sehr klein, Theater bieten dagegen etwas bessere Beschäftigungsmöglichkeiten.

Aus- und Weiterbildung:

- Höhere Lehranstalt für Kunst und Design, Höhere Lehranstalt für Kunst und Gestaltung
- Uni-Studium Bühnengestaltung (Diplom/Graz, Salzburg, Wien)

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.



Script Supervisor (m/w)/Continuity

Script Supervisors/Continuities protokollieren die Dreharbeiten zu einem Film. Sie notieren genau, welche Szenen an einem Drehtag gefilmt wurden und was darin zu sehen und zu hören war (z. B. Positionen der SchauspielerInnen und Requisiten, Details der Kostüme, Lichteinstellung). Da Filmszenen nicht chronologisch gedreht werden, und zwischen den einzelnen Drehs längere Zeiträume liegen können, vermeidet die Tätigkeit eines Script Supervisors Fehler beim Anschluss (engl. Continuity) an die nächste Szene oder im Handlungsablauf. In der Schnittphase erleichtern die Aufzeichnungen die Sichtung und Bearbeitung des Filmmaterials. Die Beschäftigungsmöglichkeiten in Österreich sind begrenzt.

Aus- und Weiterbildung:

- Filmschule Wien, FMZ – Film und Medienzentrum Margareten (Wien)
- Uni-Studien Regie (Bachelor, Master/Wien, Diplom/Salzburg), Theater-, Film- und Medienwissenschaft (Bachelor/Wien)
- Lectures, Workshops und Seminare des Drehbuchforums Wien

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.



Sound-DesignerIn

Sound-DesignerInnen sind bei Film- und Fernsehproduktionen für die akustische Gestaltung von Dialogen, Sprachsynchronisationen, Geräuschen, Atmosphären (kurz: Atmo, Hintergrundgeräusche) und Soundeffekten verantwortlich. Der Aufgabenbereich umfasst u. a. Originaltonbearbeitung (z. B. Entfernung von Störgeräuschen, Pegeln, Filtern), Dialogschnitt, Auswahl und Schnitt der Sprachsynchronisation, Geräuschaufnahmen und Bearbeitung von Archivgeräuschen. Sound-DesignerInnen können auch für den charakteristischen Klang eines Radio- oder Fernsehsenders (Stationsound) verantwortlich sein und bei Hörspielproduktionen mitwirken. Weitere Tätigkeitsbereiche sind die Werbung – akustische Markenelemente (Audio Branding), wie z. B. Audio-logos, Jingles –, Computerspiele sowie Multimedia-Anwendungen. Sound DesignerInnen arbeiten freiberuflich oder sind bei Film und Fernsehen, Rundfunksendern und Software-Unternehmen angestellt.

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.

Aus- und Weiterbildung:

- Höhere Lehranstalt für Medien, Ausbildungsschwerpunkt Film (Graz)
- Audio Engineering/Audio Production (Diploma, Bachelor/SAE Institute Wien)
- Uni-Studien Elektrotechnik-Toningenieur (Bachelor, Master/Graz), Tonmeister (Diplom/Wien)



Standfotografin

Standfotografinnen fertigen jene Fotos an, die später in den Schaukästen der Kinos, in den Filmprogrammen und auf den Kinoseiten von Zeitungen, Zeitschriften und Websites zu bewundern sind. Bei Dreharbeiten zu Spielfilmen und TV-Produktionen fangen sie charakteristische und publikumswirksame Bilder ein. Ist es während der Filmaufnahmen nicht möglich zu fotografieren, posieren die SchauspielerInnen speziell für diese Standfotos. Die Standfotografinnen müssen auf eine besonders hohe Bildqualität achten, da ausgewählte Fotos auch großformatig, etwa auf Plakaten, veröffentlicht werden. Beschäftigungsmöglichkeiten ergeben sich bei jeder Filmproduktion, da Pressearbeit und Werbung für den Erfolg eines Filmes von entscheidender Bedeutung sind.

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.

Aus- und Weiterbildung:

- Lehrberuf Berufsfotografin
- Höhere Lehranstalt für Medien, Ausbildungsschwerpunkt Foto (Graz, Wien)
- Kolleg für Medientechnik und Medienmanagement, Ausbildungszweig Fotografie und audiovisuelle Medien (Wien)
- Meisterprüfung Berufsfotografin
- Uni-Studien Fotografie (Diplom/Wien), Grafik-Design und Fotografie (Bachelor/Linz), Visuelle Kommunikation (Master/Linz)
- Angewandte Fotografie (Lehrgang zur Weiterbildung/St. Pölten)



SzenenbildnerIn

SzenenbildnerInnen, auch FilmarchitektInnen genannt, gestalten eigenverantwortlich die Szenenschauplätze eines Films. Sie erstellen auf der Grundlage des Drehbuches ein visuelles Gesamtkonzept der Drehorte sowie der Filmarchitektur und planen, wo virtuelle Szenenbilder eingesetzt werden können. Sie fertigen Entwürfe und Modelle sowie technische Konstruktionszeichnungen der Filmbauten (z. B. Gebäude, künstliche Landschaften) an. Bei der Umsetzung ihrer Ideen koordinieren sie die ausführenden HandwerkerInnen und TechnikerInnen. SzenenbildnerInnen arbeiten in der Regel freiberuflich für Filmproduktions- und Filmausstattungsfirmen, aber auch für Theater- und Musicalbühnen. Die österreichische Filmindustrie ist sehr klein, weshalb SzenenbildnerInnen immer wieder in den Bereich Bühne oder der Gestaltung von Ausstellungsräumen ausweichen.

Aus- und Weiterbildung:

- Höhere Lehranstalt für Innenarchitektur und Holztechnologien (Graz, Hallein, Hallstatt, Imst, Mödling, Villach)
- Kolleg für Innenraumgestaltung und Holztechnik (Mödling, Villach, Rankweil)
- Uni-Studien Architektur (Bachelor, Master/Graz, Innsbruck, Linz, Wien), Bühnengestaltung (Diplom/Graz, Salzburg, Wien)
- Innenarchitektur & 3D Gestaltung (Bachelor/New Design University – Privatuniversität der Kreativwirtschaft, St. Pölten)

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.



Visual Jockey (VJ) (m/w)

Visual Jockeys sind für die visuelle Gestaltung von Veranstaltungen und Events zuständig. In Echtzeit und live performen sie mithilfe von digitaler Technik, Laptops, Videos, Mischpult, Beamer, Kameras, Leinwänden, Monitoren und entsprechender Software. VJs mischen und verändern Videos in Echtzeit und zeigen diese über eine Projektionsfläche dem Publikum. Oft verwenden Visual Jockeys auch Live-Kameras und beziehen z. B. Bilder aus dem Publikum in die Performance mit ein. VJs arbeiten entweder mit DJs (Disc Jockeys) zusammen oder kümmern sich selbst um Sound und Musik. Neben Live-Performances können auch Installationen (z. B. in Ausstellungen) zu ihren Tätigkeiten gehören. Oft üben Visual Jockeys ihre Tätigkeit nebenberuflich aus.

Aus- und Weiterbildung:

- Grundsätzlich ist der Beruf des VJs eine künstlerische Tätigkeit, die neben der visuellen Kreativität auch Kenntnisse der eingesetzten Technik verlangt.
- Lehrberuf VeranstaltungstechnikerIn
- Kolleg für Medientechnik und Medienmanagement, Ausbildungszweig Fotografie und audiovisuelle Medien/Multimedia (Wien)
- FH-Studiengänge Medientechnik (Bachelor/St. Pölten), Medientechnik und -design (Bachelor/Hagenberg), MultiMediaArt (Bachelor, Master/Salzburg)
- Uni Studien TransArts – Transdisziplinäre Kunst (Bachelor, Master/Wien), Zeitbasierte und Interaktive Medien (Bachelor, Master/Linz)

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.

► Grafik und Fotografie

► Charakteristika & Trends

Grafik und Fotografie sind zentrale Aufgabenbereiche des visuellen Gestaltens und der visuellen Kommunikation. Ob Magazin, Website, Flyer, Newsletter oder Werbebroschüre: Ein ansprechendes Design, ein übersichtliches Layout, aussagekräftige Fotos und eine gute Schriftgestaltung sind von großer Bedeutung. Logos sollen wiedererkennbar, Infografiken anschaulich, Anzeigensujets wirkungsvoll und Illustrationen erläuternd sein. Um die wesentlichen Aussagen erfolgreich zu transportieren, sind allgemeine formale Gestaltungskriterien ebenso entscheidend wie das Beherrschen der jeweils spezifischen Anforderungen (z. B. für das Design von Werbematerialien, Websites, Zeitschriften) oder der fotografischen Sujets (z. B. Reportage-, Porträt-, Werbe- oder Landschaftsfotografie).

Der professionelle Umgang mit Grafik- und Bildbearbeitungssoftware ist in beiden Teilgebieten des Berufsfeldes eine wichtige Voraussetzung. Grafikerstellung erfolgt mithilfe von Bildbearbeitungs- und Malprogrammen, Vektorgrafik- und Layoutsoftware. Die Digitalfotografie hat die analoge Fotografie in fast allen Bereichen abgelöst. Bildbearbeitungsprogramme gehören ebenso selbstverständlich zur professionellen Fotografie wie Bilddatenbanken, um die Fotos zu verwalten.

Viele Fotografinnen und GrafikerInnen arbeiten freiberuflich. Beschäftigungsmöglichkeiten im Angestelltenverhältnis bieten sich vor allem bei Foto- und Grafikstudios, wo in der Regel in kleinen Teams gearbeitet wird. Die Konkurrenz unter den AnbieterInnen (GrafikerInnen, IllustratorInnen, Fotografinnen) ist ausgeprägt. Letztlich ist es aber das Maß an Professionalität, das darüber entscheidet, wer im beruflichen Wettbewerb bestehen und für seine Arbeit einen angemessenen Preis erzielen kann. Zu einem professionellen Arbeitsstil gehört neben einer perfekten technischen Ausführung der Aufträge auch ein gutes Projektmanagement. Die termingerechte und korrekte Fertigstellung der Arbeiten erhöht die Chance auf Folgeaufträge und ermöglicht den Aufbau eines beständigen KundInnenstocks. Kreativität und ästhetisches Gefühl, aber auch Genauigkeit, Ausdauer und KundInnen- sowie Serviceorientierung sind weitere Grundvoraussetzungen für eine erfolgreiche Tätigkeit im Bereich „Grafik und Fotografie“.

► Literaturtipps

Zeitschriften:

Camera Austria

Novum – World of Graphic Design

Fachbücher:

Marchesi, Jost J.: Photokollegium. Band 1-6. Verlag Photographie, 2015.

Wäger, Markus: Grafik und Gestaltung. Mediengestaltung von A bis Z verständlich erklärt. Verlag Galileo Design, 2014.

Yau, Nathan: Einstieg in die Visualisierung. Wie man aus Daten Informationen macht. Wiley-VCH Verlag, 2014.



► Berufsübersicht



Art Director (m/w)

siehe „Werbung und Public Relations“

Computeranimations-DesignerIn

siehe „Neue Medien“

3D-DesignerIn

siehe „Neue Medien“

FotografIn

GrafikerIn/Grafik-DesignerIn

IllustratorIn

InformationsdesignerIn

InformationsgrafikerIn

KarikaturistIn

LayouterIn

siehe „Zeitungen und Verlage“

MediengestalterIn

siehe „Neue Medien“

StandfotografIn

siehe „Film, Video und Tonträger“

Web-DesignerIn

siehe „Neue Medien“



Creative Director (m/w)

siehe „Werbung und Public Relations“



DruckvorstufentechnikerIn

Interface-DesignerIn

siehe „Neue Medien“



FotoredakteurIn

► Miniglossar

[Bildauflösung] Anzahl der Pixel (Bildpunkte), aus denen ein Bild besteht; die Anzahl der Bildpunkte wird in Megapixel oder durch Breite x Höhe angegeben

[Briefing] kurze Anleitung/Einweisung, z. B. vor Beginn eines Projektes

[Corporate Design] Erscheinungsbild einer Institution oder eines Unternehmens in der Öffentlichkeit; umfasst z. B. Logos, Hausschriften, Farben, Bilder

[Diagramm] grafische Darstellung von Zahlenwerten und Größenverhältnissen

[Druckvorstufe] alle Arbeitsschritte vor dem Druck bei der Produktion eines Druckwerkes

[Explosionsgrafik] grafische Darstellung, die einen Gegenstand in seine Einzelteile (z. B. Bauteile) zerlegt und auseinandergezogen zeigt

[Icon] oder Piktogramm; vermittelt eine bestimmte Information durch einfache, symbolische, grafische Darstellung

[Layout] Anordnung und Gestaltung von Text- und Grafikelementen eines Print- oder Online-Mediums

[Logo] Zeichen, das eine Institution visuell repräsentiert

[Offsetdruck] weitverbreitetes Flachdruckverfahren, bei dem die Farbübertragung indirekt – von der Druckplatte über einen Gummituchzylinder auf das Papier – erfolgt

[PDF] elektronisches Dokumentenformat, das die korrekte Darstellung eines Dokuments auf unterschiedlichsten Computersystemen ermöglicht

[Schärfentiefe] Schärfebereich eines Bildes; ist nur ein kleiner Bereich des Bildes scharf, ist die Schärfentiefe gering

[Typografie] Gestaltung des Schriftbildes von Druckwerken und digitalen Medien



DruckvorstufentechnikerIn

► Aufgabenbereiche und Tätigkeiten

Die Aufgabe der Druckvorstufe ist die Vorbereitung von Texten, Grafiken und Bildern für den Druck von Zeitungen, Zeitschriften, Büchern, Broschüren, Plakaten, Flyern etc. Die Tätigkeit von DruckvorstufentechnikerInnen reicht von der Text-, Grafik- und Bilderfassung, der Bearbeitung mithilfe entsprechender Software über die elektronische Seiten- und Bogenmontage bis zur Druckplatten- und Druckformenherstellung (z. B. für den Offsetdruck). DruckvorstufentechnikerInnen erstellen auch Arbeitsanweisungen für den Druck.

► Berufsanforderungen

Druckvorstufen-Kenntnisse (z. B. Druckdatenaufbereitung, Druckformenherstellung, Seiten- und Bogenmontage, Drucksimulation, digitale Proofsysteme, Farbsysteme, Separationsverfahren); Drucktechnik-Kenntnisse (z. B. Druckverfahren); Grafik-Kenntnisse; Grafik- und Bildbearbeitungssoftware-Kenntnisse (z. B. Bildbearbeitungsprogramme, Vektorgrafikprogramme, Layoutprogramme); Grafik-Datenformat-Kenntnisse; ästhetisches Gefühl; Genauigkeit; Qualitätsbewusstsein; Weiterbildungsbereitschaft

► Beschäftigungsmöglichkeiten und Arbeitsmarktsituation

Beschäftigungsmöglichkeiten ergeben sich in Druckereibetrieben, in Verlags- und Zeitungsdruckereien, in Hausdruckereien von Großunternehmen (z. B. Banken) und in spezialisierten Repro- und Montagestudios.

► Karrierechancen und Einkommensperspektiven

Nach mehreren Jahren Berufspraxis ist die Übernahme von Führungsaufgaben möglich (z. B. BetriebsleiterIn, BetriebsassistentIn oder GeschäftsführerIn). Das Gewerbe „Drucker und Druckformenherstellung“ kann mit dem entsprechenden Befähigungsnachweis auch selbstständig ausgeübt werden. Das Einkommen liegt zu Beginn zwischen € 2.000,- und € 2.300,- brutto pro Monat.

► Aus- und Weiterbildung

- Lehrberuf DruckvorstufentechnikerIn
- Fachschule für Mediengestaltung und Drucktechnik (Wien)
- Kolleg/Aufbaulehrgang für Medientechnik und Medienmanagement, Ausbildungszweig Druck- und Medientechnik (Wien)

In der Lehre zum/zur DruckvorstufentechnikerIn erlernen Lehrlinge branchenübliche Softwarelösungen kennen, mit denen sie Texte, Bilder und andere Inhalte für den Druck so aufbereiten, dass die Druckmaschine ausgibt, was sie am Bildschirm oder heutzutage weit seltener in der analogen Vorlage sehen. Das umfasst nicht nur die Anordnung und Aufarbeitung von Bestandteilen der Druckvorlage, sondern auch die Auswahl von Farben, die der Drucker ausgeben und verarbeiten kann.

Berufsbeschreibung Druckvorstufentechniker/-in www.lehrstellen.at

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.



FotografIn



► Aufgabenbereiche und Tätigkeiten

FotografInnen halten ausdrucksstarke, ästhetische, spannende oder witzige Motive mit der Kamera fest. Die Wahl des Bildausschnittes und der Perspektive, Lichteinfall, Schärfentiefe, Belichtungszeit, Kontrast, Filter, Beleuchtung und Inszenierung sind dabei zentrale Bildgestaltungselemente. FotografInnen spezialisieren sich in der Regel auf bestimmte Sparten des vielfältigen Aufgabefeldes Fotografie, wie zum Beispiel auf Werbe-, Porträt-, Mode-, Produkt-, Event-, Industrie- oder Architekturfotografie. Als PressefotografInnen dokumentieren sie aktuelle Ereignisse aus Gesellschaft, Wirtschaft, Politik oder Sport. Digitale Fotos werden von FotografInnen mit Bildbearbeitungsprogrammen nachbearbeitet (z. B. Belichtungs- und Farbkorrektur, Konvertierung in ein bestimmtes Dateiformat etc.).

► Beruhsanforderungen

Fotografische Kenntnisse; Fototechnik; Bildbearbeitung; fototechnisches Labor; Multimedia-Kenntnisse; Grafik-Kenntnisse; Grafik- und Bildbearbeitungssoftware-Kenntnisse; Kreativität; Blick für eine gute Bildkomposition; ästhetisches Gefühl; Serviceorientierung; Konzentrationsfähigkeit; Geduld; selbstständiges Arbeiten

► Beschäftigungsmöglichkeiten und Arbeitsmarktsituation

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen vor allem in Fotostudios. Sehr viele FotografInnen arbeiten selbstständig für unterschiedliche AuftraggeberInnen wie Werbe- und PR-Agenturen, Unternehmen (z. B. Werbefotografie), Zeitungen und Zeitschriften (z. B. Fotoreportagen) oder Privatpersonen (z. B. Studioaufnahmen).

► Karrierechancen und Einkommensperspektiven

Das Einstiegsgehalt für angestellte FotografInnen liegt zwischen € 1.500,- und € 2.400,- brutto pro Monat. Die Möglichkeit einer selbstständigen Berufsausübung besteht für FotografInnen in den freien Gewerben „Berufsfotograf“ und „Pressefotografie und Fotodesign“. Die Bezahlung selbstständiger FotografInnen richtet sich nach Art und Umfang des Auftrages. Da es vergleichsweise viele FotografInnen gibt, ist der Wettbewerb innerhalb der Berufsgruppe groß.

► Aus- und Weiterbildung

- Lehrberuf BerufsfotografIn
- Höhere Lehranstalt für Medien, Ausbildungsschwerpunkt Foto (Graz, Wien)
- Kolleg für Medientechnik und Medienmanagement, Ausbildungszweig Fotografie und audiovisuelle Medien (Wien)
- Meisterprüfung BerufsfotografIn
- Uni-Studien Fotografie (Diplom/Wien), Grafik-Design und Fotografie (Bachelor/Linz), Visuelle Kommunikation (Master/Linz)
- Angewandte Fotografie (Lehrgang zur Weiterbildung/St. Pölten)

Wenn ich fotografiere, gebe ich mir Mühe, Reflexion zu üben. Ich setze mich mit dem auseinander, was dahinter passiert oder daneben, was man nicht im Bild sieht. Ob es gelingt, dass ein Foto dadurch einen anderen Charakter bekommt, müssen andere beurteilen.

Fotograf Mark Glassner im Interview (Salongespräch)
Fotografie: „Das Rauschen der Bilder“
www.diepresse.com
18.2.2016

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.



GrafikerIn/Grafik-DesignerIn

► Aufgabenbereiche und Tätigkeiten

GrafikerInnen/Grafik-DesignerInnen konzipieren, entwerfen und gestalten das Erscheinungsbild von gedruckten und digitalen Medien. Ihr Tätigkeitsspektrum umfasst die Gestaltung von Printprodukten (z. B. Zeitungen, Bücher, Plakate), Webseiten und Apps bis hin zu Corporate Design und Verpackungsdesign. GrafikerInnen setzen unterschiedliche Darstellungsmittel, Farben, Formen, Symbole und Schriftarten ein und berücksichtigen dabei wahrnehmungspsychologische Gesichtspunkte. Das Tätigkeitsfeld von GrafikerInnen reicht von der Idee über Entwürfe bis hin zur Ausführung druckfähiger Reinzeichnungen bzw. Web-Umsetzung.

*Welche Anforderungen muss man erfüllen, um Grafikdesigner zu werden? (...)
Der moderne Designer muss Diplomat, Geschäftsmann, Forscher, Ästhet, Moralist und Erneuerer sein – im Grunde also ein Universalgebildeter. Und doch erscheint es mir, als könne man all diese geforderten Fähigkeiten auf drei essenzielle Qualitäten eingrenzen, über die wir neben Talent und handwerklichem Können verfügen müssen: kulturelles Bewusstsein, Kommunikationsfähigkeit und Integrität.*

*In: Shaughnessy, Adrian:
So finden Sie Ihren Weg als Grafikdesigner.
Stiebner Verlag, 2011.*

► Berufsanforderungen

Grafik-Kenntnisse (z. B. grafischer Entwurf, Bildbearbeitung, Layout, Typographie, Printproduktion, Screendesign); Grafik-, Web-Design- und Bildbearbeitungssoftware-Kenntnisse; Multimedia-Kenntnisse; Drucktechnik-Kenntnisse; künstlerische Fachkenntnisse; Projektmanagement-Kenntnisse; Gestaltungstalent; ästhetisches Gefühl; Genauigkeit; Qualitätsbewusstsein; Team- und Kommunikationsfähigkeit; Serviceorientierung

► Beschäftigungsmöglichkeiten und Arbeitsmarktsituation

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen vor allem bei Werbe- und PR-Agenturen sowie bei Grafikateliers und Multimedia-Agenturen. Sehr viele GrafikerInnen arbeiten freiberuflich für unterschiedliche AuftraggeberInnen wie Unternehmen unterschiedlicher Branchen (v. a. Werbe- und Marketingabteilungen), öffentliche Institutionen und Vereine. Die Nachfrage nach Grafikdienstleistungen ist groß, allerdings auch der Wettbewerb unter den zahlreichen GrafikerInnen.

► Karrierechancen und Einkommensperspektiven

GrafikerInnen können in einer Agentur zu Art Directors (künstlerische Gesamtverantwortung) aufsteigen. Angestellte GrafikerInnen können mit Einstiegsgehältern zwischen € 1.800,- und € 2.700,- brutto monatlich rechnen. Die Bezahlung freiberuflicher GrafikerInnen richtet sich nach Art und Umfang der Aufträge.

► Aus- und Weiterbildung

- Höhere Lehranstalt für Grafik- und Kommunikationsdesign (Graz, Innsbruck, Linz, Salzburg, Wien)
- Fachausbildung für Grafikdesign an der Werbe Akademie des WIFI (Wien)
- FH-Studiengänge InterMedia (Bachelor, Master/Dornbirn), Medientechnik und -design (Bachelor/Hagenberg), MultiMediaArt (Bachelor, Master/Salzburg)
- Uni-Studien Grafik (Diplom/Wien), Grafik Design (Diplom/Wien), Grafik und Werbung (Diplom/Wien), Grafik-Design und Fotografie (Bachelor/Linz), Visuelle Kommunikation (Master/Linz)

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.



► Weitere Berufe des Berufsfeldes



FotoredakteurIn

FotoredakteurInnen recherchieren für Redaktionen in Archiven oder bei Bildagenturen nach passenden Fotos, kaufen diese und kümmern sich um die Bildnutzungsrechte. Sie entwickeln selbstständig Bildideen und setzen diese kreativ um (Bebilderung von Nachrichten und Reportagen). Sollen Fotos produziert werden, sind sie für die Auswahl, das Briefing und die Koordination der FotografInnen zuständig. Beschäftigungsmöglichkeiten eröffnen sich insbesondere bei Zeitschriftenverlagen, aber auch bei Tageszeitungen sowie bei Nachrichten- und Bildagenturen.

Aus- und Weiterbildung:

- Lehrberuf BerufsfotografIn
- Höhere Lehranstalt für Medien, Ausbildungsschwerpunkt Foto (Graz, Wien)
- Kolleg für Medientechnik und Medienmanagement, Ausbildungszweig Fotografie und audiovisuelle Medien (Wien)
- FH-Studiengänge Content-Produktion und Digitales Medienmanagement (Bachelor/Wien), Journalismus und Medienmanagement (Bachelor/Wien), Journalismus und Neue Medien (Master/Wien)
- Uni-Studien im Bereich Medien- und Kommunikationswissenschaft

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.



IllustratorIn

IllustratorInnen arbeiten hauptsächlich für Verlage oder für die Werbewirtschaft. Als spezialisierte GrafikerInnen bebildern sie – per Hand oder mithilfe von Computerprogrammen – unterschiedliche Medien. IllustratorInnen zeichnen, malen, aquarellieren, gestalten Buchcover, fertigen Bilder für Kinder-, Jugendbücher und Comics an, illustrieren Werbebroschüren und Brettspiele, sorgen für ein ansprechendes Erscheinungsbild von Verpackungen oder entwerfen Firmenlogos. IllustratorInnen arbeiten meist freiberuflich für unterschiedliche AuftraggeberInnen. Der Markt für Illustrationen ist allgemein sehr klein.

Aus- und Weiterbildung:

- Höhere Lehranstalt für Grafik- und Kommunikationsdesign (Graz, Innsbruck, Linz, Salzburg, Wien), Höhere Lehranstalt für Kunst und Gestaltung, schulautonome Vertiefung Visuelle Gestaltung (Villach)
- Fachausbildung für Grafikdesign an der Werbe Akademie des WIFI (Wien)
- Kolleg für Design, Ausbildungszweig Grafik- und Kommunikations-Design (Linz, Wien)
- FH-Studiengänge InterMedia (Bachelor, Master/Dornbirn), MultiMediaArt (Bachelor, Master/Salzburg)
- Uni-Studien Grafik (Diplom/Wien), Grafik Design (Diplom/Wien), Grafik und Werbung (Diplom/Wien), Grafik-Design und Fotografie (Bachelor/Linz), Visuelle Kommunikation (Master/Linz)

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.



InformationsdesignerIn

InformationsdesignerInnen beschäftigen sich mit der visuellen Umsetzung und Darstellung von Informationen. Dabei steht die verständliche, zielgruppen-gerechte und nutzerInnenfreundliche Gestaltung im Zentrum. Klassische Tätigkeitsbereiche von InformationsdesignerInnen sind Orientierungs- und Leitsysteme für Gebäude wie Flughäfen, Spitäler, Museen oder auch Einkaufszentren. InformationsdesignerInnen gestalten auch digitale und gedruckte Medien. Beispiele sind nutzerInnenfreundliche Bedienoberflächen an Automaten oder an Geräten, die Navigation von Websites, interaktive Infografiken, Visualisierungen von technischen Prozessen oder auch Bedienungsanleitungen und Handbücher. Je nach Schwerpunkt finden InformationsdesignerInnen Beschäftigung in Grafikbüros, Multimedia-Agenturen, im Web- und Interface-Design oder in den traditionellen Medien (z. B. Verlage, Zeitungen).

*Die genauen Adressen
finden Sie im Adressteil.*

Aus- und Weiterbildung:

- Höhere Lehranstalt für Grafik- und Kommunikationsdesign (Graz, Innsbruck, Linz, Salzburg, Wien)
- FH-Studiengänge Informationsdesign (Bachelor/Graz), Ausstellungsdesign (Master/Graz)
- Uni-Studien Grafik (Diplom/Wien), Grafik Design (Diplom/Wien), Grafik-Design und Fotografie (Bachelor/Linz), Visuelle Kommunikation (Master/Linz)
- Grafik- und Informationsdesign, Raum- und Informationsdesign (Bachelor, Master/New Design University – Privatuniversität der Kreativwirtschaft, St. Pölten)



InformationsgrafikerIn

InformationsgrafikerInnen erstellen Infografiken, die Daten, Fakten und Zusammenhänge visualisieren und vermitteln. Ziel ist es, komplexe Informationen verständlich und leicht erfassbar zu machen. Sie wählen oder kombinieren passende Darstellungsformen und Elemente wie Diagramme (z.B. Kreisdiagramme, Säulendiagramme), Icons, Karten (z.B. Lage- und Orientierungskarten, Wetterkarten), Bildstatistiken, Organigramme oder technische Illustrationen (z.B. Explosionszeichnungen). Die Infografiken werden in Print- und Online-Medien (z.B. Zeitungen, Lehrbücher) oder auch im Fernsehen veröffentlicht. Beschäftigungsmöglichkeiten bieten sich vor allem bei Zeitungen und Verlagen sowie bei Agenturen, die sich auf die visuelle Aufbereitung von Informationen spezialisiert haben. InformationsgrafikerInnen können auch freiberuflich tätig sein.

*Die genauen Adressen
finden Sie im Adressteil.*

Aus- und Weiterbildung:

- Höhere Lehranstalt für Grafik- und Kommunikationsdesign (Graz, Innsbruck, Linz, Salzburg, Wien)
- FH-Studiengang Informationsdesign (Bachelor/Graz)
- Grafik- und Informationsdesign (Bachelor/New Design University – Privatuniversität der Kreativwirtschaft, St. Pölten)



KarikaturistIn

KarikaturistInnen halten mit ihren Zeichnungen der Gesellschaft auf witzige, ironische, satirische Art und Weise einen Spiegel vor. Durch eine übertriebene und verzerrende Darstellungsweise lassen sie tagesaktuelle Themen in zeitkritischem Licht erscheinen. Um als KarikaturistIn erfolgreich zu sein, ist es besonders wichtig, einen markanten persönlichen Zeichenstil zu entwickeln. Ebenso wichtig ist das Interesse an sowie das detaillierte Wissen um aktuelle gesellschaftliche und politische Entwicklungen und Standpunkte. KarikaturistInnen üben ihre Tätigkeit meistens nebenberuflich aus.

Aus- und Weiterbildung:

- Höhere Lehranstalt für Grafik- und Kommunikationsdesign (Graz, Innsbruck, Linz, Salzburg, Wien), Höhere Lehranstalt für Kunst und Gestaltung, schulautonome Vertiefung Visuelle Gestaltung (Villach)
- Uni-Studium Bildende Kunst (Diplom/Linz, Wien)

*Die genauen Adressen
finden Sie im Adressteil.*

► Kulturmanagement und Veranstaltungswesen

► Charakteristika & Trends

Der österreichische Kultursektor ist reich an vielfältigen Angeboten. Das Spektrum reicht von der klassischen Kultur über die Kleinkunst bis hin zur Avantgarde für einen kleineren InteressentInnenkreis. So abwechslungsreich sich die Programme präsentieren, eines ist ihnen gemeinsam: Um Publikumserfolge zu erzielen, ist eine perfekte Organisation notwendig, die weit vor dem ersten Applaus beginnt. Diese Vorarbeit leisten Profis aus dem Bereich „Kulturmanagement und Veranstaltungswesen“. Sie wissen genau, wo welche Fördertöpfe zur Verfügung stehen, wie ein Unternehmen für Kultursponsoring begeistert werden kann oder welcher Veranstaltungsort für ein bestimmtes Event besonders geeignet ist.

Die Qualitätsansprüche, die das erlebnisorientierte Publikum stellt, sind jedenfalls hoch, die Rahmenbedingungen zumeist schwierig. Um sich auf dieses spezielle Aufgabenfeld einstellen zu können, ist persönliche Begeisterung für Kunst und Kultur die Grundvoraussetzung. Gleichzeitig sind Fachkenntnisse im betriebswirtschaftlichen oder technischen Bereich notwendig sowie ein überdurchschnittliches Maß an Selbstdisziplin und Flexibilität, um mit einem sehr unregelmäßigen Arbeitsrhythmus umgehen zu können.

Der Einstieg in das Berufsfeld, dessen Bedeutung (bei insgesamt geringen Beschäftigtenzahlen) in Österreich noch wächst, gestaltet sich nicht selten herausfordernd. Persönliche Netzwerke innerhalb der Kultur- und Veranstaltungsszene, die für die meisten Berufe in diesem Berufsfeld notwendig sind, müssen zumeist erst langsam aufgebaut werden. Dies, sowie der Umgang mit KünstlerInnen, fällt jenen leichter, die über eine aufgeschlossene und kommunikative Persönlichkeit verfügen.

► Literaturtipps

Zeitschriften:

Event Partner

KM Magazin – Kulturmanagement Network

Fachbücher:

Hausmann, Andrea; Frenzel, Linda (Hg.): Kunstvermittlung 2.0. Neue Medien und ihre Potenziale. Verlag Springer VS, 2014.

Heinrichs, Werner: Kulturmanagement. Eine praxisorientierte Einführung. Wissenschaftliche Buchgesellschaft, 2012.

Lampe, Björn; Ziemann, Kathleen; Ullrich, Angela (Hg.): Praxishandbuch Online-Fundraising. Wie man im Internet und mit Social Media erfolgreich Spenden sammelt. Transcript Verlag, 2015.

Von Graeve, Melanie: Events professionell managen. Das Handbuch für Veranstaltungsorganisation. Verlag BusinessVillage, 2015.



► Berufsübersicht



Kunst- und KulturvermittlerIn
KünstleragentIn



Event-ManagerIn
Fundraising-ManagerIn
GaleristIn
KulturmanagerIn
KuratorIn



BeleuchterIn
siehe „Film, Video und Tonträger“
BühnentechnikerIn
siehe „Theater und Musik“
VeranstaltungstechnikerIn

► Miniglossar

[Avantgarde] fortschrittliche Kunstrichtung, die neue Akzente setzt

[Catering] Ausstattung einer Veranstaltung mit Speisen und Getränken durch eine darauf spezialisierte Firma

[Fundraising] bezeichnet die Mittelbeschaffung (Geld-, Sach- und Dienstleistungen) von Non-Profit-Organisationen (NPO)

[Installation] meist dreidimensionales, raumbezogenes Kunstwerk (z. B. die Anordnung von Gegenständen bzw. Materialien zur Erzielung einer künstlerischen Aussage); meint auch Licht-, Klang- und Videoinstallationen

[Kleinkunst] Sparten der darstellenden Künste, charakterisiert durch Solodarstellung bzw. kleine Besetzung und geringen bühnentechnischen Aufwand, z. B. Kabarett, Varieté

[Kultur-Sponsoring] finanzielle Förderung von Kultur, zumeist durch ein Wirtschaftsunternehmen

[NPO] Non-Profit-Organisation; Nichtgewinnorientierte Organisation mit gemeinnützigen, sozialen, kulturellen oder wissenschaftlichen Zielen

[Publicity] öffentliche Aufmerksamkeit bzw. Bekanntheit; Werbung

[Variété] Theater mit unterschiedlichsten artistischen, tänzerischen und musikalischen Programmpunkten

[Vernissage] Eröffnungsfeier einer Kunstausstellung

[Workshop] Veranstaltung, in der sich eine kleinere Gruppe von TeilnehmerInnen mit einem bestimmten Thema auseinandersetzt und ein Erfahrungsaustausch stattfindet



Event-ManagerIn

► Aufgabenbereiche und Tätigkeiten

Event-ManagerInnen konzipieren und organisieren öffentliche Veranstaltungen sowie Veranstaltungen für einen eingeschränkten Personenkreis, z. B. Konzerte, Festivals, Sportevents, Messen, Ausstellungen, Tagungen, Kongresse. Sie überzeugen SponsorInnen, kümmern sich um rechtliche Fragen (z. B. Sicherheitsvorschriften, Genehmigungen), informieren Medien über das Event und leiten Werbemaßnahmen ein. Zu ihren Aufgaben gehört weiters die Kommunikation mit KünstlerInnen und Gästen sowie die Koordination verschiedener Dienstleistungsfirmen, etwa für Veranstaltungstechnik oder Catering.

► Berufsanforderungen

Event-Management; Projektmanagement-Kenntnisse; Marketing- und PR-Kenntnisse; Betriebswirtschaftskenntnisse; Rechnungswesen-Kenntnisse; Veranstaltungstechnik-Kenntnisse; Gastronomie-Kenntnisse; Kenntnisse regionaler Gegebenheiten; Kenntnisse aktueller Trends; Fremdsprachen-Kenntnisse; Organisationstalent; Durchsetzungsvermögen; Kommunikationsstärke; Flexibilität; Reisebereitschaft; Bereitschaft zu unregelmäßigen Arbeitszeiten

► Beschäftigungsmöglichkeiten und Arbeitsmarktsituation

Beschäftigungsmöglichkeiten im Angestelltenverhältnis eröffnen sich bei Agenturen für Veranstaltungsorganisation, Werbung und Public Relations sowie in Marketingabteilungen großer Unternehmen (Event-Marketing). Außerdem ist eine selbstständige Tätigkeit für unterschiedliche AuftraggeberInnen möglich.

► Karrierechancen und Einkommensperspektiven

Mit der nötigen beruflichen Erfahrung bietet sich Event-ManagerInnen die Möglichkeit, selbstständig eine Agentur für Veranstaltungsorganisation zu führen. Der Berufseinstieg erfolgt in der Regel auf der AssistentInnenebene, wobei das Einkommen in etwa zwischen € 2.100,- und € 2.600,- brutto pro Monat beträgt.

► Aus- und Weiterbildung

- Handelsakademie, Höhere Lehranstalt für Tourismus, Höhere Lehranstalt für wirtschaftliche Berufe mit Schwerpunkt Eventmanagement
- FH-Studiengänge Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement (Bachelor, Master/Kufstein), Tourism and Leisure Management (Bachelor, Master/Krems)
- Uni-Studium Betriebswirtschaft (Bachelor, Master/Graz, Klagenfurt, Wien)
- Sport- und Eventmanagement (Bachelor, Master/Privatuniversität Schloss Seeburg, Seekirchen am Wallersee)
- Eventmanagement (Hochschullehrgang, Masterlehrgang/St. Pölten)

Eventmanagement und kreatives Eventmarketing schaffen in Kombination neue Formen professioneller Veranstaltungskultur und arbeiten mit interaktiven Inszenierungen und durchgeplanten Präsentationsformen mit starken Aktivierungseffekten. Events sind Präsentationsformen der Zukunft und haben eine starke Kommunikations- und Marketingfunktion, verknüpft mit hohem Erlebnischarakter.

Information zum
Universitätslehrgang
Eventmanagement und
Eventmarketing
ARGE Bildungsmanagement
www.bildungsmanagement.ac.at

*Die genauen Adressen
finden Sie im Adressteil.*



KulturmanagerIn

► Aufgabenbereiche und Tätigkeiten

Die Hauptaufgabe von KulturmanagerInnen ist es, die notwendigen finanziellen und organisatorischen Rahmenbedingungen für kulturelle Angebote (z.B. Ausstellungen, Musikveranstaltungen, Theater, Film, Literatur, Kleinkunst) zu schaffen. Gleich, ob sie nun Finanzierungsmodelle für bestimmte Projekte entwickeln oder gezielt das Interesse an Kunst und Kultur in der Öffentlichkeit wecken – KulturmanagerInnen übernehmen Führungsaufgaben, Planung, Organisation und Marketing für kulturelle Einrichtungen und Projekte.

► Berufsanforderungen

Betriebswirtschaftskenntnisse; Rechnungswesen-Kenntnisse (z.B. Controlling und Finanzplanung); Projektmanagement-Kenntnisse; Marketing- und PR-Kenntnisse; Kulturvermittlungskennntnisse (z.B. Programmplanung und -konzeption, Kulturproduktion); Event-Management; Fremdsprachen-Kenntnisse; gute Kenntnis der Kulturszene; Kunstverständnis; Organisationstalent; Allgemeinbildung; Kommunikationsstärke; Flexibilität; Reisebereitschaft; Bereitschaft zu unregelmäßigen Arbeitszeiten

► Beschäftigungsmöglichkeiten und Arbeitsmarktsituation

Beschäftigungsmöglichkeiten eröffnen sich grundsätzlich in allen Kultureinrichtungen, etwa Museen, Ausstellungszentren, Theatern, bei Veranstaltungsagenturen oder in der öffentlichen Kulturverwaltung. Vermehrt sind KulturmanagerInnen auch als selbstständige UnternehmerInnen tätig. Die Zahl der Arbeitsplätze im Bereich Kulturmanagement ist in Österreich eher beschränkt.

► Karrierechancen und Einkommensperspektiven

Der Berufseinstieg erfolgt in der Regel auf der AssistentInnenebene (auch als ProjektmitarbeiterIn oder in Form von Praktika), wobei das Einkommen in etwa zwischen € 1.800,- und € 2.400,- brutto pro Monat beträgt.

► Aus- und Weiterbildung

- FH-Studiengänge Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement (Bachelor, Master/Kufstein), Ausstellungsdesign (Master/Graz)
- Uni-Studien im Bereich Kunst und Kultur, kombiniert mit Weiterbildungsveranstaltungen z.B. in Betriebswirtschaft
- Universitätslehrgänge art & economy (Wien), Kulturmanagement (Wien), ecm – educating/curating/managing (Wien)
- Weiterbildungsangebote am Institut für Kulturkonzepte (Wien)

Kulturmanager/innen sind heutzutage nicht mehr nur auf den oberen Führungsetagen etablierter Kulturinstitutionen. Mehr denn je ist professionelles Kulturmanagement auch in Kulturämtern von Gemeinden, Vereinen sowie kleineren und mittleren Veranstaltungsbetrieben gefragt.

Information zum
Diplomlehrgang
Kulturmanagement
WIFI Tirol
www.tirol.wifi.at

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.



Kunst- und KulturvermittlerIn

► Aufgabenbereiche und Tätigkeiten

Kunst- und KulturvermittlerInnen, auch Kultur- oder MuseumspädagogInnen genannt, entwickeln und vermitteln Kunst- und Kulturangebote für unterschiedliche Zielgruppen (z. B. für Kinder und Jugendliche). Die Form der Vermittlung kann sehr unterschiedlich sein: Das Tätigkeitsfeld von Kunst- und KulturvermittlerInnen umfasst z. B. die zielgruppengerechte Aufbereitung von Informationen in Ausstellungen, die Leitung von Führungen in Museen, das Entwickeln von Workshops und Werkstätten, aber auch die Erstellung von Info- und Werbematerialien sowie Öffentlichkeitsarbeit.

► Berufsanforderungen

Kulturvermittlungskennnisse (z. B. Ausstellungsgestaltung, Kulturpädagogik, Museologie, Programmplanung und -konzeption); pädagogische Kenntnisse; didaktische Kenntnisse; Projektmanagement-Kenntnisse; Marketing- und PR-Kenntnisse; Event-Management; Fremdsprachen-Kenntnisse; Organisations-talent; Allgemeinbildung; Kommunikationsstärke; Kontaktfreude

► Beschäftigungsmöglichkeiten und Arbeitsmarktsituation

Kunst- und KulturvermittlerInnen sind vor allem in traditionellen Kulturinstitutionen wie Museen, Ausstellungen, Kulturvereinen, Theatern oder im Rahmen von Kunst- und Kulturprojekten tätig. Nach einigen Jahren Berufserfahrung ist auch eine selbstständige Berufsausübung möglich.

► Karrierechancen und Einkommensperspektiven

Der Berufseinstieg erfolgt in der Regel auf der AssistentInnenebene (auch als ProjektmitarbeiterIn oder in Form von Praktika). Das Einkommen liegt zu Beginn der beruflichen Karriere in etwa zwischen € 1.800,- und € 2.400,- brutto pro Monat.

► Aus- und Weiterbildung

- Uni-Studium Kunstgeschichte (Bachelor, Master/Graz, Innsbruck, Salzburg, Wien), Studien im Bereich Kunst und Kultur, kombiniert mit Weiterbildungsveranstaltungen z. B. in Pädagogik
- Universitätslehrgänge art & economy (Wien), Kulturmanagement (Wien), ecm – educating/curating/managing (Wien)
- Exhibition Development – Ausstellungsdesign und -management (Certified Program/Donau-Universität Krems)
- Weiterbildungsangebote am Institut für Kulturkonzepte (Wien)

Ein/e KulturvermittlerIn initiiert und gestaltet professionell eigeninitiativ und/oder auftragsorientiert Kommunikationsprozesse mit BesucherInnen über Objekte in Museen und Ausstellungen. Zielgruppen dieser Vermittlungsarbeit sind Menschen aller Altersstufen und aller sozialen und kulturellen Schichten.

Berufsdefinition,
Österreichischer Verband
der KulturvermittlerInnen
im Museums- und
Ausstellungswesen
www.kulturvermittlerinnen.at

*Die genauen Adressen
finden Sie im Adressteil.*



VeranstaltungstechnikerIn



► Aufgabenbereiche und Tätigkeiten

Wenn es darum geht, bei Konzerten, Events, Bühnenproduktionen, Sportveranstaltungen oder auch Messen, Kongressen und Tagungen für guten Sound und effektvolle Beleuchtung zu sorgen, sind VeranstaltungstechnikerInnen gefragt. Ihre Aufgaben reichen von der technischen Planung (Auswahl der technischen Anlagen, die sich für den jeweiligen Veranstaltungsort eignen) über den fachgerechten Bühnen- und Kulissenaufbau, die Montage und Installation der Licht- und Tonanlagen bis hin zur Bedienung und Überwachung der (zum Teil computergesteuerten) Anlagen.

► Berufsanforderungen

Veranstaltungstechnik-Kenntnisse (z.B. Beleuchtungs- und Beschallungsanlagen, Tontechnik, Lichttechnik, Videotechnik, Sicherheitstechnik, Bühnentechnik); Elektronik- und Elektrotechnik-Kenntnisse; Elektrische Energietechnik-Kenntnisse; Multimedia-Kenntnisse; Brandschutzbestimmungen; gute körperliche Kondition; Schwindelfreiheit; gutes Gehör; Teamfähigkeit; Flexibilität; Reisebereitschaft; Bereitschaft zu unregelmäßigen Arbeitszeiten

► Beschäftigungsmöglichkeiten und Arbeitsmarktsituation

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen bei Agenturen für Veranstaltungsorganisation und für Veranstaltungstechnik und darüber hinaus bei Theatern, Konzerthäusern, Kultur- und Kongresszentren, Konzert- und Event-VeranstalterInnen, Festspielunternehmen, zum Teil auch bei Film und Fernsehen.

► Karrierechancen und Einkommensperspektiven

VeranstaltungstechnikerInnen können zu TeamleiterInnen sowie zu GeschäftsführerInnen facheinschlägiger Unternehmen aufsteigen. Das Einstiegs-einkommen liegt in etwa zwischen € 1.900,- und € 2.500,- brutto pro Monat.

► Aus- und Weiterbildung

- Lehrberuf VeranstaltungstechnikerIn
- Fachschule für Elektronik, Fachschule für Elektrotechnik
- Höhere Lehranstalt für Elektronik, Höhere Lehranstalt für Elektrotechnik
- Kolleg für Elektronik, Kolleg für Elektrotechnik
- Werkmeisterschule Veranstaltungs- und Eventtechnik (Akademie der Österreichischen Theatertechnischen Gesellschaft m. b. H., Wien)
- Event Engineering (Bachelor/New Design University – Privatuniversität der Kreativwirtschaft, St. Pölten)

Es ist eine faszinierende Arbeit mit viel Abwechslung und immer an anderen Orten. Jede Location hat ihre Tücken und man ist dauernd vor neue Herausforderungen gestellt. Technische Pannen vor Publikum sind peinlich für die Leute auf der Bühne, wenn zum Beispiel nur das Mikro einmal kurz nicht funktioniert, wird sofort klar, wie sehr es auf die Leute hinter der Bühne ankommt. Es hat schon seinen Grund, dass alle Stars – und jeder, der eine Bühne betritt – am Ende der Show auch um Applaus für die technische Crew bitten.

Bühne frei für Event-Technik!
www.technik-rockt.at

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.



► Weitere Berufe des Berufsfeldes



Fundraising-ManagerIn

Fundraising-ManagerInnen sind für die Mittelakquisition bzw. Mittelbeschaffung und die damit verbundenen PR- und Marketing-Maßnahmen in gemeinnützigen sozialen und kulturellen Einrichtungen und Projekten zuständig.

Dabei versuchen sie, SponsorInnen zu gewinnen und betreuen bereits vorhandene SponsorInnen, um Geldmittel und andere Unterstützungen (Sach- und Personalleistungen) zu erhalten. Sie sind Bindeglied zwischen den Organisationen und den SpenderInnen. Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen vor allem in Non-Profit-Organisationen und Vereinen.

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.

Aus- und Weiterbildung:

- FH-Studiengänge Nonprofit-, Sozial- und Gesundheitsmanagement (Bachelor/Innsbruck), Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement (Bachelor, Master/Kufstein)
- Uni-Studien Betriebswirtschaft (Bachelor, Master/Graz, Klagenfurt, Wien), Sozialwirtschaft (Bachelor, Master/Linz)
- Weiterbildungsmöglichkeiten bieten der Fundraising Verband Austria (Wien), die NPO-Akademie (Wien), das bfi (Berufsförderungsinstitut) und das WIFI (Wirtschaftsförderungsinstitut).



GaleristIn

GaleristInnen präsentieren einem kunstinteressierten Publikum Grafiken, Gemälde, Plastiken, Skulpturen, Fotografien, Textilkunst oder andere Kunstgegenstände. Sie kontaktieren bildende KünstlerInnen (z. B. KunstgrafikerInnen, MalerInnen, BildhauerInnen), wählen erfolgversprechende Kunstwerke aus, vereinbaren dafür einen Preis und stellen diese in ihrer Galerie aus. Zur Eröffnung von Sonderausstellungen veranstalten die GaleristInnen eine Vernissage, zu der sie jene KundInnen – zumeist KunstsammlerInnen – einladen, die Gefallen an dem Stil der jeweiligen KünstlerInnen finden. An Verkaufserfolgen sind sie prozentuell beteiligt. Da Galerien in der Regel nur wenige MitarbeiterInnen beschäftigen, sind die Berufschancen im Angestelltenverhältnis sehr beschränkt.

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.

Aus- und Weiterbildung:

- Für die Tätigkeit als GaleristIn ist keine bestimmte Ausbildung vorgeschrieben, umfassendes Wissen über Kunststile, über das aktuelle Kunstgeschehen sowie kaufmännisches Know-how sind jedoch unbedingt notwendig.
- FH-Studiengang Ausstellungsdesign (Master/Graz)
- Uni-Studien Bildende Kunst (Diplom/Linz, Wien), Kunstgeschichte (Bachelor, Master/Graz, Innsbruck, Salzburg, Wien)
- Universitätslehrgänge art & economy (Wien), ecm – educating/curating/managing (Wien)



KuratorIn

Die Hauptaufgabe von KuratorInnen liegt in der Konzeption, Planung und Gestaltung von Ausstellungen bzw. Beiträgen zu (internationalen) Ausstellungen und in der Betreuung von Sammlungen. Sie bringen dabei ihre Kenntnisse der Kunstgeschichte bzw. der Gegenwartskunst ein sowie ihre Kontakte zu KünstlerInnen. Sie erarbeiten Ausstellungskonzepte auf Basis eines Themas oder einer geschichtlichen Zeitspanne, sie verhandeln mit LeihgeberInnen wie Museen oder privaten SammlerInnen und KünstlerInnen, um eine schlüssige Auswahl von Kunstwerken präsentieren zu können. Auch das Konzept der Hängung der Kunstwerke (Reihenfolge, Platzierung) wird von den KuratorInnen erstellt. Die beruflichen Möglichkeiten sind in Österreich eher beschränkt. Viele KuratorInnen sind nebenberuflich, neben ihrer Tätigkeit in Museen und Galerien, oft in der Kulturpublizistik tätig.

Aus- und Weiterbildung:

- Für die Tätigkeit als GaleristIn ist keine bestimmte Ausbildung vorgeschrieben, umfassendes Wissen über Kunststile, über das aktuelle Kunstgeschehen sowie kaufmännisches Know-how sind jedoch unbedingt notwendig.
- FH-Studiengang Ausstellungsdesign (Master/Graz)
- Uni-Studium Kunstgeschichte (Bachelor, Master/Graz, Innsbruck, Salzburg, Wien)
- Universitätslehrgänge art & economy (Wien), ecm – educating/curating/managing (Wien)

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.



KünstleragentIn

KünstleragentInnen haben Kunstschaffende, wie zum Beispiel SängerInnen, MusikerInnen, SchauspielerInnen oder AutorInnen, unter Vertrag. Sie haben die Aufgabe, VeranstalterInnen auf die KünstlerInnen aufmerksam zu machen, Auftrittsmöglichkeiten oder Engagements zu arrangieren und die KünstlerInnen bei Honorarverhandlungen zu beraten. Durch gezielte Werbe- und PR-Maßnahmen, etwa die Erstellung und Verbreitung von Informations- und Demomaterialien über das Schaffen der KünstlerInnen, erhöhen sie deren Bekanntheit. Mit der Publicity steigen auch Gagen und Honorare, an denen die AgentInnen finanziell beteiligt sind. Arbeitsmarktchancen für KünstleragentInnen bestehen vor allem im Bereich der klassischen Kultur (Theater, klassische Musik) und im Volksmusiksektor. In anderen Kultursparten dagegen, etwa der Literatur, ist die Tätigkeit der AgentInnen in Österreich noch wenig etabliert.

Aus- und Weiterbildung:

- Handelsakademie, Höhere Lehranstalt für wirtschaftliche Berufe
- Uni-Studien im Bereich Kunst, Musik oder Literatur, kombiniert mit Weiterbildungsveranstaltungen z. B. in Betriebswirtschaft
- Universitätslehrgänge Kulturmanagement (Wien), Music Management (Krems)

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.

► Medienwissenschaft und Kunsttheorie

► Charakteristika & Trends

MedienwissenschaftlerInnen und KunsttheoretikerInnen erforschen Strukturen und Inhalte der (Massen-)Medien (Printmedien, Internet, Film und Fernsehen, Hörfunk) bzw. Kunst (Angewandte Kunst, Bildende Kunst, Darstellende Kunst, Literatur, Musik). Die wissenschaftliche Forschungsarbeit beinhaltet die ausführliche Literaturrecherche, die Anwendung entsprechender wissenschaftlicher Methoden, das Verfassen von wissenschaftlichen Publikationen und die Präsentation der Ergebnisse gegenüber AuftraggeberInnen, der wissenschaftlichen Fachwelt sowie gegebenenfalls der breiteren Öffentlichkeit.

Wissenschaftliche Forschung auf diesen Gebieten wird vor allem an Universitäten, aber auch an einigen außeruniversitären Forschungsstellen betrieben. Knappe staatliche Budgets führen dazu, dass kaum neue Stellen vonseiten der öffentlichen Hand geschaffen werden. Nichtstaatliche Institutionen (z.B. Vereine) übernehmen eine zunehmend wichtigere Rolle in der Durchführung von Forschungsprojekten. Viele AbsolventInnen versuchen, sich in diesem schwierigen Umfeld als freie WissenschaftlerInnen zu etablieren, indem sie Universitäten einschlägige Lektorate anbieten und wissenschaftliche Projekte über Drittmittel, Förderungen, Fonds oder Stiftungen finanzieren.

Wer eine wissenschaftliche Laufbahn anstrebt, muss die Fähigkeit zum analytisch-strukturierten Arbeiten, sprachliches Ausdrucksvermögen und didaktische Fähigkeiten mitbringen. Für die Durchführung von Forschungsarbeiten sind Organisationstalent, Teamfähigkeit und Kenntnisse in Projektmanagement von Vorteil. Mit dem Einstieg in eine entsprechende Position sind vielfältige Anforderungen verbunden, die von den jungen WissenschaftlerInnen und ForscherInnen innovatives Denken und Engagement verlangen. So müssen neue Ideen entwickelt, Forschungsgebiete erschlossen und AuftraggeberInnen sowie Forschungsförderungen akquiriert werden.

► Literaturtipps

Zeitschriften:

Bühne – Österreichs Theater- und Kulturmagazin

Parnass – Kunstmagazin

Volltext – Zeitung für Literatur

Fachbücher:

Allkemper, Alo; Eke, Norbert O.: Literaturwissenschaft. Eine Einführung in die Literaturwissenschaft. UTB, 2016.

Balme, Christopher: Einführung in die Theaterwissenschaft. Erich Schmidt Verlag, 2014.

Keil, Werner: Musikgeschichte im Überblick. UTB, 2014.

Pfisterer, Ulrich: Kunstgeschichte zur Einführung. Junius Verlag, 2016.

Sucharowski, Wolfgang: Kommunikationswissenschaft. Eine Einführung. Narr Francke Attempto Verlag, 2016.



► Berufsübersicht



KommunikationswissenschaftlerIn

KunsthistorikerIn

LiteraturwissenschaftlerIn

MusikwissenschaftlerIn

TheaterwissenschaftlerIn



MediendidaktikerIn

► Miniglossar

[Akustik] Lehre vom Schall und seiner Ausbreitung

[Didaktik] Theorie und Praxis des Lehrens und Lernens

[Dramaturgie] Aufbau, Struktur und Gestaltung eines Theaterstücks oder Films

[E-Learning] engl. electronic learning; Lernformen, die durch digitale Medien unterstützt werden, z.B. durch Lernsoftware, Videokonferenzen, Online-Lernplattformen

[Habilitation] Erwerb der Lehrbefugnis an einer Universität durch Schreiben einer wissenschaftlichen Arbeit; höchste akademische Prüfung in Österreich

[Ikongrafie] wissenschaftliche Methode der Kunstgeschichte zur Deutung von Werken der Bildenden Kunst

[Inhaltsanalyse] systematische Untersuchung von Textinhalten nach bestimmten Kriterien

[Lektorat] Lehrauftrag (z. B. Vorlesung, Übung) an einer Universität

[Medienlinguistik] Zweig der Sprachwissenschaft, der sich mit der Sprache und Sprachverwendung in Medien beschäftigt

[Musikethnologie] untersucht Musik in ihrem kulturellen und gesellschaftlichen Kontext; beschäftigt sich vor allem mit außereuropäischer Musik und europäischer Volksmusik

[RezipientInnen] ZuseherInnen, BetrachterInnen, HörerInnen oder LeserInnen



KommunikationswissenschaftlerIn

Im Alltag verstehen wir unter „Kommunikation“ soviel wie „Mitteilung“, „Verbindung“, „Verkehr“ oder „Austausch“. Auch ein Blick in die Geschichte des Wortes, in seine Etymologie, bestätigt diese Auffassung: Kommunikation ist von dem lateinischen Wort „communicare“ abgeleitet, das soviel wie „gemeinsam machen, (mit)teilen, Anteil haben“ bedeutet. Das alltägliche Reden über Kommunikation und die Tatsache, dass wir offenbar überall und jederzeit auf Phänomene stoßen, die mit dem Wort „Kommunikation“ bezeichnet werden, erschwert die Phänomene der Kommunikationswissenschaft entscheidend.

In: Beck, Klaus:
Kommunikationswissenschaft.
UTB, 2013.

*Die genauen Adressen
finden Sie im Adressteil.*

► Aufgabenbereiche und Tätigkeiten

KommunikationswissenschaftlerInnen untersuchen insbesondere die Inhalte von (Massen-)Medien und deren Wirkung auf verschiedene Personengruppen. Weitere Forschungsschwerpunkte der wissenschaftlichen Beschäftigung mit Kommunikation sind die Untersuchung der Mediengeschichte, der MedienakteurInnen und -organisationen, des Medienkonsums und der Mediennutzung sowie der Rezeption gesellschaftlicher und politischer Veränderungen in den verschiedenen Medien. Um diese Fragestellungen zu beantworten, nutzen KommunikationswissenschaftlerInnen diverse Forschungsinstrumente, wie die Inhaltsanalyse, die Befragung oder die Beobachtung.

► Berufsanforderungen

Beherrschung der Theorien, Methoden und Forschungsinstrumente der Kommunikationswissenschaft; Multimedia-Kenntnisse; Projektmanagement-Kenntnisse; Statistik-Kenntnisse; didaktische Kenntnisse; journalistische Fachkenntnisse; Marketing- und PR-Kenntnisse; Allgemeinbildung; analytische Fähigkeiten; Kommunikationsstärke (z. B. Präsentationsfähigkeiten, Texterstellung); Organisationstalent; Teamfähigkeit

► Beschäftigungsmöglichkeiten und Arbeitsmarktsituation

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen in der Forschung und Lehre an Universitäten und bei Forschungsinstituten. KommunikationswissenschaftlerInnen sind auch in den Bereichen Werbung, Public Relations, Markt- und Meinungsforschung, für Medien und Verlage sowie für Unternehmensberatungen tätig. Der Bedarf an KommunikationswissenschaftlerInnen ist eher gering.

► Karrierechancen und Einkommensperspektiven

Der Berufseinstieg an einer Universität erfolgt meist als wissenschaftlicheR MitarbeiterIn oder UniversitätsassistentIn. Wissenschaftliche MitarbeiterInnen an Forschungsinstituten können zu ProjektleiterInnen und AbteilungsleiterInnen aufsteigen. Das Einkommen beträgt zu Beginn der beruflichen Laufbahn zwischen € 2.400,- und € 2.700,- brutto im Monat.

► Aus- und Weiterbildung

- Uni-Studien Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Salzburg), Medien- und Kommunikationswissenschaften (Bachelor/Klagenfurt), Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Wien), Communication Science (Master/Wien), Medien (Master/Innsbruck), Medien, Kommunikation und Kultur (Master/Klagenfurt)
- Die persönliche Weiterbildung besteht in erster Linie durch das Studium einschlägiger Fachliteratur sowie die Teilnahme an fachspezifischen Tagungen und Kongressen.



LiteraturwissenschaftlerIn

► Aufgabenbereiche und Tätigkeiten

LiteraturwissenschaftlerInnen untersuchen, analysieren und interpretieren Werke der Literatur (z.B. Gedichte, Erzählungen, Romane, Theaterstücke) unter geschichtlichen, gesellschaftlichen, kulturellen, psychologischen und stilistischen Aspekten. Dadurch versuchen sie beispielsweise Erkenntnisse über kulturelle und historische Entstehungszusammenhänge zu gewinnen. Teilgebiete der Literaturwissenschaft sind vor allem Literaturgeschichte, Literaturtheorie, Interpretation und Kritik. Die Vergleichende Literaturwissenschaft beschäftigt sich mit dem Vergleich von Literatur über Landes- und Sprachgrenzen hinweg.

► Berufsanforderungen

Beherrschung der Theorien, Methoden und Forschungsinstrumente der Literaturwissenschaft; umfassende Werkkenntnisse im Bereich Literatur; ausgezeichnete Fremdsprachen-Kenntnisse; Projektmanagement-Kenntnisse; didaktische Kenntnisse; Allgemeinbildung; analytische Fähigkeiten; Kommunikationsstärke (z.B. Präsentationsfähigkeiten, Texterstellung); Organisations-talent; Teamfähigkeit

► Beschäftigungsmöglichkeiten und Arbeitsmarktsituation

LiteraturwissenschaftlerInnen arbeiten vorwiegend in Forschung und Lehre an universitären Instituten, in sehr geringem Ausmaß auch in außeruniversitären Einrichtungen (z.B. Literaturgesellschaften). Die Konkurrenz auf dem Arbeitsmarkt ist groß, die Jobaussichten sind eher ungünstig.

► Karrierechancen und Einkommensperspektiven

Der Berufseinstieg an einer Universität erfolgt meist als WissenschaftlicheR MitarbeiterIn oder UniversitätsassistentIn. Das Einkommen für Literaturwissen-schafterInnen beträgt zu Beginn ihrer Laufbahn ungefähr zwischen € 2.400,- und € 2.700,- brutto im Monat.

► Aus- und Weiterbildung

- Uni Studien im Bereich Sprachen und philologische Kulturwissenschaften, Antike Literatur-, Geistes- und Rezeptionsgeschichte (Bachelor, Master/ Salzburg), Vergleichende Literaturwissenschaft (Bachelor, Master/Innsbruck, Wien), Sprachkunst (Bachelor/Wien), Anglophone Literatures and Cultures (Master/Wien), Austrian Studies – Cultures, Literatures, Languages (Master/ Wien), English Studies and the Creative Industries (Master/Salzburg), Sprachliche und literarische Varietäten in der frankophonen Welt (Master/ Innsbruck), Vergleichende Literatur- und Kulturwissenschaft (Master/Salzburg)
- Die persönliche Weiterbildung besteht in erster Linie durch das Studium einschlägiger Fachliteratur sowie die Teilnahme an fachspezifischen Tagungen und Kongressen.

Literaturwissenschaften beschäftigen sich mit Literatur. Erforscht werden nicht ausschließlich Werke des literarischen Kanons, sondern auch Werbesprüche, Trivalliteratur, politische Reden oder theoretische Texte. In den Gegenstandsbereich der Vergleichenden Literaturwissenschaft fallen außer schriftsprachlichen Texten auch Film, TV-Serien, Tanz, Körper- und Verhaltenssprache, Fotografie, Comics etc. – wobei der literarische Text als Anker- und Ausgangspunkt immer im Zentrum unseres Faches steht.

Profil Vergleichende Literaturwissenschaft
Universität Innsbruck
www.uibk.ac.at

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.



► Weitere Berufe des Berufsfeldes



KunsthistorikerIn

KunsthistorikerInnen beschäftigen sich wissenschaftlich mit Werken der bildenden Kunst. Neben den klassischen Gattungen – Architektur, Malerei, Grafik, Bildhauerei und Kunstgewerbe – können sich KunsthistorikerInnen auch mit Fotografie, Film- und Videokunst, Design, Alltagskunst oder multimedialer Kunst auseinandersetzen. Um verschiedene künstlerische, historische oder auch gesellschaftliche Aspekte eines Kunstwerks zu erfassen, bedienen sich KunsthistorikerInnen verschiedener wissenschaftlicher Methoden, wie z. B. inhaltliche und ikonografische Analyse, Analyse der Datierung bzw. Datierungszuschreibung, Stilkritik, vergleichende Beschreibung der formalen Eigenschaften von Kunstwerken, Analyse weiterer Zeitdokumente. Beschäftigungsmöglichkeiten bieten u. a. wissenschaftliche Institutionen, Sammlungen, Museen oder Medien (z. B. als JournalistInnen).

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.

Aus- und Weiterbildung:

- Uni-Studium Kunstgeschichte (Bachelor, Master/Graz, Innsbruck, Salzburg, Wien)
- Die persönliche Weiterbildung besteht in erster Linie durch das Studium einschlägiger Fachliteratur sowie die Teilnahme an fachspezifischen Tagungen und Kongressen.



MediendidaktikerIn

MediendidaktikerInnen beschäftigen sich mit der Nutzung und Funktion von Medien in Lehr- und Lernprozessen. Sie entwickeln Lehr- und Lernkonzepte für unterschiedliche Zielgruppen (z. B. Kinder, Erwachsene) und erstellen medien-gestützte Unterrichtsmaterialien. Dazu zählen Formen des E-Learnings wie z. B. Lernsoftware, Online-Lernplattformen, digitale Lernspiele, Unterrichtsfilme oder auch virtuelle Klassenzimmer und Hörsäle. MediendidaktikerInnen sind oft ausgebildete PädagogInnen oder LehrerInnen. Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen u. a. in der Forschung, bei Aus- und Weiterbildungsinstitutionen, (Schulbuch-)Verlagen, Multimedia-Agenturen oder Softwareunternehmen.

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.

Aus- und Weiterbildung:

- Lehramtsstudium an einer Pädagogischen Hochschule oder Universität
- Uni-Studien Bildungswissenschaft (Bachelor, Master/Wien), Erziehungswissenschaft (Bachelor/Innsbruck, Master/Salzburg), Erziehungswissenschaft (Bachelor/Klagenfurt, Master/Innsbruck), Pädagogik (Bachelor/Graz, Salzburg), Erwachsenen- und Berufsbildung (Master/Klagenfurt), Weiterbildung – Lebensbegleitende Bildung (Master/Graz)
- Informationsmanagement und E-Learning (Hochschullehrgang/Private Pädagogische Hochschule der Diözese Linz)
- Universitätslehrgang eEducation – eLearning & Social Media Learning (Krems)



MusikwissenschaftlerIn

MusikwissenschaftlerInnen beschäftigen sich mit den geschichtlichen, gesellschaftlichen, physikalischen und psychologischen Aspekten von Musik. So setzen sie sich mit der historischen Entwicklung der Musik, ihren Entstehungszusammenhängen oder mit den Werken wichtiger KomponistInnen auseinander (Musikgeschichte). Weiters untersuchen sie Phänomene der Akustik und erforschen die Musik weltweit in ihrem kulturellen Zusammenhang (Musikethnologie). MusikwissenschaftlerInnen arbeiten an Universitäten (Forschung und Lehre), außeruniversitären Forschungsinstituten, Musikarchiven, Verlagen, in Opern- und Konzerthäusern, im Musikmanagement sowie in der Musikwirtschaft. Die Zahl neuer Arbeitsplätze ist sehr beschränkt.

Aus- und Weiterbildung:

- Uni-Studien Musikologie (Bachelor, Master/Graz), Musikwissenschaft (Bachelor, Master/Wien, Innsbruck), Musik- und Tanzwissenschaft (Bachelor, Master/Salzburg)
- Die persönliche Weiterbildung besteht in erster Linie durch das Studium einschlägiger Fachliteratur sowie die Teilnahme an fachspezifischen Tagungen und Kongressen.

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.



TheaterwissenschaftlerIn

TheaterwissenschaftlerInnen befassen sich mit verschiedenen Aspekten des Theaters, z. B. mit Theatergeschichte, der Analyse von Inszenierungen, Werken und Inhalten, mit Theater-, Film- und Medientheorie, Schauspiel, Dramaturgie, Bühnenbild, Kostümen oder Publikums- und Rezeptionsforschung. Auch technische, organisatorische und rechtliche Aspekte des Theaterwesens zählen zu ihrem Tätigkeitsfeld. TheaterwissenschaftlerInnen finden Beschäftigungsmöglichkeiten in Theatern oder anderen Kultureinrichtungen im Bereich Film, Musik oder Tanz. Außerdem sind sie in der Forschung und Lehre an universitären oder außeruniversitären Forschungseinrichtungen, in Schauspielschulen, in Museen oder im Journalismus tätig.

Aus- und Weiterbildung:

- Uni-Studien Theater-, Film- und Medienwissenschaft (Bachelor/Wien), Theater-, Film- und Mediengeschichte (Master/Wien), Theater-, Film- und Medientheorie (Master/Wien)
- Die persönliche Weiterbildung besteht in erster Linie durch das Studium einschlägiger Fachliteratur sowie die Teilnahme an fachspezifischen Tagungen und Kongressen.

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.

► Neue Medien

► Charakteristika & Trends

Rund 85% aller ÖsterreicherInnen nutzen das Internet – vor allem um Online-Zeitungen und -Magazine zu lesen, für Online-Shopping und Bankgeschäfte, um gesundheits- und reisebezogene Informationen zu recherchieren und um in sozialen Netzwerken sowie mittels Internettelefonie zu kommunizieren. Die mobile Internet-Nutzung hat in den vergangenen Jahren stark zugelegt: Mehr als drei Viertel der Internet-UserInnen nutzen Smartphones, Tablets oder Notebooks für den Internetzugang unterwegs. Das mobile Internet ist ein Wachstumsmarkt: Der mobile Daten-Traffic wird sich laut ExpertInnen in den nächsten Jahren vervielfachen. Unternehmen und Institutionen werden daher verstärkt Websites für die Nutzung auf mobilen Geräten optimieren, neue Apps designen, Mobile Shopping, Banking, Payment (mobile Bezahlsysteme) und Booking weiterentwickeln und auch auf Mobile Marketing setzen.

Viele Unternehmen haben das Potenzial von Social Media bereits erkannt und nutzen soziale Netzwerke für Marketing, Werbung und PR. Kompetente Social-Media-ExpertInnen sind gefragt, um Social-Media-Strategien in Unternehmen zu entwickeln und umzusetzen. Die sozialen Medien sind in einem ständigen Wandel. Neben etablierte Player wie Facebook, Twitter und YouTube treten neue Anbieter – die sozialen Medien differenzieren sich aus: Dienste zum Teilen von Fotos und Videos boomen, die private Kommunikation verlagert sich zunehmend Richtung Instant Messaging.

Wen es in die Welt der „Neuen Medien“ zieht, sollte aufgrund der rasanten Entwicklung und den laufenden technischen Neuerungen eine hohe Weiterbildungsbereitschaft mitbringen. Eine wichtige Grundvoraussetzung für viele Berufe des Berufsfeldes „Neue Medien“ ist auch interdisziplinäres und vernetztes Denken. DesignerInnen sollten u. a. in der Lage sein, unterschiedliche visuelle Aufgaben zu lösen und darüber hinaus auch etwas von Programmierung verstehen. Umgekehrt sollten TechnikerInnen auch grafisches Design mitdenken können. Redaktionell, organisatorisch oder beratend tätige Personen sollten sowohl über technisches Grundlagenwissen verfügen als auch gestalterisches Gefühl besitzen.

Schon während der Ausbildung empfiehlt es sich, einschlägige Kontakte zu knüpfen und praktische Arbeitserfahrung zu sammeln. Neben den spezialisierten Anbietern von Internet-Kommunikations- und -Informationsdiensten, Werbeagenturen, Grafikbüros und IT-Unternehmen beschäftigen auch Zeitungen, Magazine, Verlage, Nachrichtenagenturen, Rundfunk- und Fernsehanstalten sowie große Wirtschaftsunternehmen Personen mit Fachkenntnissen im Bereich der Neuen Medien.

► Literaturtipps

Zeitschriften:

Computerwelt – www.computerwelt.at

t3n Magazin – www.t3n.de

Fachbücher:

KeBler (Düweke), Esther; Rabsch, Stefan; Mandic, Mirko: Erfolgreiche Websites. SEO, SEM, Online-Marketing, Kundenbindung, Usability. Rheinwerk Computing, 2015.

Pein, Vivian: Der Social Media Manager. Handbuch für Ausbildung und Beruf. Rheinwerk Computing, 2015.

Wirtz, Bernd W.: Medien- und Internetmanagement. Springer Gabler, 2016.



► Berufsübersicht



Social-Media-BeraterIn
Usability Engineer (m/w)



Compositing Artist (m/w)
siehe „Grafik und Fotografie“
Computeranimations-DesignerIn
3D-DesignerIn
Game-DesignerIn
InformationsdesignerIn
siehe „Grafik und Fotografie“
MediengestalterIn
Web-DesignerIn



KonzepterIn
TechnischeR RedakteurIn



Content-ManagerIn
ProjektmanagerIn (Media)
SEO-/SEA-ManagerIn
Social-Media-ManagerIn



DatenjournalistIn
siehe „Zeitungen und Verlage“
Online-RedakteurIn



App-EntwicklerIn
Interface-DesignerIn
MedieninformatikerIn

► Miniglossar

[App] Kurzform von *application*; Anwendungsprogramm/Anwendungssoftware; im Sprachgebrauch Anwendung für Smartphones und Tablet-Computer

[Augmented Reality] erweiterte Realität; computergestützte Erweiterung der wahrgenommenen Welt, z. B. durch Einblendung von Informationen auf einem Smartphone-Display bei der Betrachtung der Umgebung durch die Kamera

[Barrierefreies Internet] Web-Angebote, die unabhängig von technischen und/oder persönlichen Möglichkeiten einen uneingeschränkten (barrierefreien) Zugang ermöglichen

[Content] engl. für Inhalt; Text-, Bild-, Ton- oder Video- Medieninhalte

[Eye-Tracking] wissenschaftliche Methode, die die Blickbewegungen (z. B. lange betrachtete Punkte, schnelle Augenbewegungen) einer Person registriert und aufzeichnet

[Keyword-Advertising] Werbeanzeigen in den Ergebnislisten von Suchmaschinen; die Anzeigen erscheinen in Textform, abhängig von den eingegebenen Schlüsselwörtern (Keywords), z. B. Google AdWords

[SEA] Abkürzung für *Search Engine Advertising*; Suchmaschinenwerbung

[SEM] Abkürzung für *Search Engine Marketing*; Suchmaschinenmarketing

[SEO] Abkürzung für *Search Engine Optimization*; Suchmaschinenoptimierung

[Social Media Monitoring] systematische Beobachtung und Analyse von Social-Media-Kanälen und -Beiträgen

[Storyboard] Szenenbuch; gezeichnete Version eines Drehbuchs oder Konzepts

[Usability] Benutzbarkeit, BenutzerInnenfreundlichkeit; beschreibt die Nutzungsqualität, die der/die UserIn in der Interaktion mit (z. B.) einem Computersystem oder einer Software in einem bestimmten Nutzungskontext erlebt

[User Experience] NutzerInnenenerfahrung, NutzerInnenenerlebnis; umfasst alle Aspekte (z. B. auch Erwartungen, Emotionen, Reaktionen) der Interaktion eines Benutzers/einer Benutzerin mit (z. B.) einem Computersystem oder einer Software

[Virtual Reality] virtuelle Realität; computergenerierte Welt, die Wirklichkeit mittels Computergrafik simuliert



Content-ManagerIn

Content-Manager betreuen ein Web-Angebot oder Rubriken davon – und das nicht nur redaktionell. Sie konzipieren die inhaltliche Struktur, setzen Themen, produzieren Inhalte, kümmern sich um die Vermarktung und sind eine Schnittstelle zu Zulieferern und Kunden.

Ihr täglich Brot sind Inhalte.
Content-Manager
(Berufsjournal)
FOCUS Online
www.focus.de

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.

► Aufgabenbereiche und Tätigkeiten

Content-ManagerInnen beschäftigen sich mit der professionellen Aufbereitung von Inhalten für Websites. Dabei zählen sowohl die Konzeption der textlichen und audiovisuellen Inhalte, deren Beschaffung, die technische Einbindung als auch die laufende Pflege und Qualitätskontrolle zu ihren Aufgaben. Je nach Größe der zu betreuenden Websites erstellen sie die Inhalte auch selbst oder koordinieren MitarbeiterInnen in den Bereichen Redaktion, Grafik, Programmierung und Marketing. Content-ManagerInnen beschäftigen sich intensiv mit den Zielgruppen ihres Unternehmens, sie kennen die Welt der Online-Medien sehr genau und verfolgen deren Weiterentwicklung und Trends.

► Beruhsanforderungen

Content Management; Content-Management-Systeme (z.B. TYPO3); Datenbank-Anwendungskenntnisse; journalistische Fachkenntnisse; Multimedia-Kenntnisse; Social Media; SEO – Suchmaschinenoptimierung; Grafik-Software-Kenntnisse (z. B. Bildbearbeitungsprogramme); Marketing- und PR-Kenntnisse; Programmiersprachen-Kenntnisse (z. B. HTML); Fremdsprachen-Kenntnisse; Allgemeinbildung; Kommunikationsstärke; Kontaktfreude; unternehmerisches Denken; Lernbereitschaft

► Beschäftigungsmöglichkeiten und Arbeitsmarktsituation

Beschäftigungsmöglichkeiten (vorwiegend im Angestelltenverhältnis) bestehen in allen Bereichen der Content-Industrie, insbesondere bei Online-Diensten, Anbietern von Fachdatenbanken, Multimedia-Agenturen und Fachverlagen sowie grundsätzlich bei Unternehmen aller Branchen sowie Institutionen und Organisationen mit größeren Internetauftritten.

► Karrierechancen und Einkommensperspektiven

Am Anfang ihrer Tätigkeit bewegt sich das Einkommen von Content-ManagerInnen zwischen € 1.900,- und € 2.500,- brutto im Monat.

► Aus- und Weiterbildung

- FH-Studiengänge Content-Produktion und Digitales Medienmanagement (Bachelor/Wien), Information, Medien, Kommunikation (Bachelor/Eisenstadt), Journalismus und Medienmanagement (Bachelor/Wien), Kommunikation, Wissen, Medien (Bachelor, Master/Hagenberg), Content-Strategie/Content Strategy (Master/Graz), Journalismus und Neue Medien (Master/Wien)
- Uni-Studien Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Salzburg), Medien- und Kommunikationswissenschaften (Bachelor/Klagenfurt), Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Wien)



Game-DesignerIn



► Aufgabenbereiche und Tätigkeiten

Game-DesignerInnen entwickeln und produzieren Computerspiele. Sie sind für das künstlerische Gesamtkonzept verantwortlich. Game-DesignerInnen kreieren die Spielregeln, legen Personen bzw. Figuren und Handlungen fest, erstellen das Storyboard und hauchen dem Spiel durch Texte, Bilder, Animationen, Musik, Geräusche sowie Special Effects Leben ein. In größeren Unternehmen koordinieren sie ein Projektteam aus ProgrammiererInnen, GrafikerInnen, Sound-DesignerInnen, Computeranimations-DesignerInnen und 3D-DesignerInnen.

► Berufsanforderungen

Multimedia-Kenntnisse (z. B. Game-Development, Game-Design, Multimedia-Konzeption, Storyboard-Erstellung, Computeranimation, 3D-Design); Softwareentwicklungskennntnisse; Grafik-Kenntnisse; Grafik-Software-Kenntnisse; Medientechnik und -design; Programmiersprachen-Kenntnisse; Projektmanagement-Kenntnisse; Fremdsprachen-Kenntnisse; analytische Fähigkeiten; ästhetisches Gefühl; Aufgeschlossenheit; Konzentrationsfähigkeit; Genauigkeit; Qualitätsbewusstsein; Serviceorientierung; Teamfähigkeit

► Beschäftigungsmöglichkeiten und Arbeitsmarktsituation

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen bei Softwareunternehmen, die sich auf die Produktion von Computerspielen spezialisiert haben. Die Entwicklung von Computerspielen ist international von großer Bedeutung, in Österreich allerdings ein relativ kleiner Arbeitsmarkt.

► Karrierechancen und Einkommensperspektiven

Erfolgreiche Game-DesignerInnen können in die Geschäftsführung von Softwareunternehmen aufsteigen oder sich mit einem eigenen Unternehmen selbstständig machen. Am Beginn ihrer beruflichen Laufbahn können sie zwischen € 2.500,- und € 3.100,- brutto im Monat verdienen.

► Aus- und Weiterbildung

- Höhere Lehranstalt für Medien, Ausbildungsschwerpunkt Gamedesign (Wien)
- Game Art & 3D Animation/Game Art Animation (Diploma, Bachelor/SAE Institute Wien)
- FH-Studiengänge im Bereich Informatik, MultiMediaTechnology (Bachelor, Master/Salzburg), Digital Arts (Master/Hagenberg), Game Engineering und Simulation (Master/Wien), Interactive Media (Master/Hagenberg)
- Uni-Studien im Bereich Informatik, Medieninformatik und Visual Computing (Bachelor/Wien), Interface Cultures (Master/Linz), Medieninformatik (Master/Wien)

Für ein neues Spiel wird zunächst ein Exposé angefertigt. Gefällt die Spielidee, verfassen die Entwickler unter Berücksichtigung von Zeit- und Budgetvorgaben das Konzept für die Realisierung. Die Gamedesigner beschreiben die Geschichte, arbeiten den Inhalt und die Charaktere aus und entwickeln das Spielgeschehen sowie die Interaktionsmöglichkeiten. Dabei arbeiten sie eng mit Programmierern, Grafikern, Textern und Illustratoren zusammen.

Spieleentwickler müssen nicht Informatik studiert haben
Zeit Online
www.zeit.de
14.4.2015

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.



Online-RedakteurIn

Der große Unterschied zwischen einem Online-Medium und einem Print-Medium, ist, dass der Leser in wenigen Sekunden entscheidet, ob er den Artikel lesen will oder nicht. Für diese Entscheidung steht ihm nur ein Titel und Untertitel und ev. ein Bild zur Verfügung. Daher spielt eine sehr große Rolle, wie diese Elemente eines Textes gestaltet sind. Die Texte selber werden nicht linear gelesen, sondern die User springen herum, scannen die Seite und entscheiden sehr schnell, ob sie weiterlesen oder zum nächsten Punkt weitergehen. Das Wichtigste sollte immer am Beginn eines Satzes, einer Aufzählung oder in den Zwischentiteln stehen.

Goethe kann kein Clickbait
Gerlinde Hinterleitner,
Chefredakteurin derstandard.at
im Gespräch am Round Table
In: The Gap Online
www.thegap.at
8.5.2014

*Die genauen Adressen
finden Sie im Adressteil.*

► Aufgabenbereiche und Tätigkeiten

Online-RedakteurInnen recherchieren Informationen unterschiedlichster Art (Nachrichten, Unterhaltung, Statistiken etc.), verfassen, redigieren und aktualisieren Texte. Einen besonderen Schwerpunkt in ihrer Arbeit stellt die onlinerechte Aufbereitung der Informationen und deren technische Umsetzung dar. Dazu zählen unter anderem die übersichtliche Gliederung der Texte, die Verlinkung (innerhalb des redaktionellen Angebots und zu externen Websites), Bildbearbeitung, die ansprechende Gestaltung und das Zusammenspiel von multimedialen Elementen. Darüber hinaus kümmern sie sich z. B. um die konzeptionelle Weiterentwicklung des Internetauftritts und um Social-Media-Aktivitäten.

► Beruhsanforderungen

Journalistische Fachkenntnisse (z. B. Recherche, journalistisches Schreiben, Nachrichten editieren); Multimedia-Kenntnisse (z. B. Mixed-Media-Nutzung, Neue Medien); Content-Management-Systeme; Grafik-, Web-Design- und Bildbearbeitungssoftware-Kenntnisse; Programmiersprachen-Kenntnisse (z. B. HTML); Marketing- und PR-Kenntnisse; Social-Media-Kenntnisse; SEO – Suchmaschinenoptimierung; Englisch-Kenntnisse; perfekte Rechtschreibung; Schreibtalent; Kommunikationsstärke (z. B. Texterstellung, schriftliche Ausdrucksfähigkeit); Allgemeinwissen; Teamfähigkeit; Einsatzbereitschaft; Lernbereitschaft

► Beschäftigungsmöglichkeiten und Arbeitsmarktsituation

Beschäftigungsmöglichkeiten bieten sich vor allem in Online-Redaktionen von Zeitungs- und Zeitschriftenverlagen, Nachrichtenagenturen, Radio- und Fernsehanstalten, in Werbe-, PR- und Multimedia-Agenturen sowie auch bei größeren Wirtschaftsunternehmen oder öffentlichen Institutionen.

► Karrierechancen und Einkommensperspektiven

Vereinzelt können Online-RedakteurInnen die Leitung des Online-Ressorts eines Medienunternehmens übernehmen. EinsteigerInnen erhalten üblicherweise ein Anfangsgehalt von € 2.300,- bis € 2.900,- brutto im Monat.

► Aus- und Weiterbildung

- FH-Studiengänge Journalismus und Medienmanagement (Bachelor/Wien), Journalismus und Public Relations (Bachelor/Graz), Journalismus und Neue Medien (Master/Wien)
- Uni-Studien im Bereich Medien- und Kommunikationswissenschaft
- Weiterbildungen bieten z. B. das Kuratorium für Journalistenausbildung und das Forum Journalismus und Medien Wien.
- Universitätslehrgänge Qualitätsjournalismus (Krems), Quality Journalism and New Technologies (Krems)



ProjektmanagerIn (Media)



► Aufgabenbereiche und Tätigkeiten

ProjektmanagerInnen (Media) sind für die gesamte Abwicklung von Multimedia-Projekten (z.B. Websites, Apps, Computerspiele etc.) verantwortlich. Sie steuern die einzelnen Projektgruppen und koordinieren die Tätigkeiten von KonzepterInnen, ProgrammiererInnen und DesignerInnen. ProjektmanagerInnen (Media) wirken an der inhaltlichen und technischen Konzeption und Realisierung eines Produktes mit, sorgen für die Einhaltung von Zeitplänen und Budgets und sind für die Qualitätskontrolle zuständig. Eine weitere wichtige Aufgabe ist die Beratung der AuftraggeberInnen.

► Beruhsanforderungen

Multimedia-Kenntnisse; Projektmanagement-Kenntnisse (z.B. Zeitplanung, Projektorganisation, Projektkalkulation); Softwareentwicklungskennntnisse (z.B. Qualitätsmanagement in der Softwareentwicklung); Social-Media-Kenntnisse; KundInnenbetreuungskennntnisse; analytische Fähigkeiten; Führungsqualitäten; Kommunikationsstärke; Problemlösungsfähigkeit; konzeptionelle Fähigkeiten; Teamfähigkeit; unternehmerisches Denken; Berufserfahrung

► Beschäftigungsmöglichkeiten und Arbeitsmarktsituation

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen bei Multimedia-Agenturen, Verlagen, Werbe- und PR-Büros sowie Softwareunternehmen.

► Karrierechancen und Einkommensperspektiven

ProjektmanagerInnen (Media) arbeiten bevor sie Projektverantwortung übernehmen z.B. in den Bereichen Konzeption, Entwicklung oder Design. Am Beginn sind Gehälter zwischen € 2.000,- und € 2.800,- brutto im Monat möglich, nach einigen Jahren Berufserfahrung zwischen € 2.800,- und € 4.000,-.

► Aus- und Weiterbildung

- FH-Studiengänge Projektmanagement und IT (Bachelor/Wien), Web Business & Technology (Bachelor/Kufstein), Projektmanagement und Organisation (Master/Wien)
- Uni-Studien im Bereich Informatik, Medieninformatik und Visual Computing (Bachelor/Wien), Medieninformatik (Master/Wien)
- Universitätslehrgänge Crossmedia Design & Development (Krems), Kommunikation und Management (Krems)

Die Aufgaben eines Projektmanagers umfassen: Die Planung, das Controlling, die Steuerung und die Organisation des Projektes, die Wahrnehmung der Projektinteressen, Sicherung der Realisierung der Projektziele, Koordination des Projektteams und der Projektmitarbeiter, Vertreten des Projekts nach außen und die Vermarktung.

pma – Projekt Management Austria
www.p-m-a.at

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.



Social-Media-ManagerIn

► Aufgabenbereiche und Tätigkeiten

Social-Media-ManagerInnen entwickeln Strategien für Social-Media-Plattformen (z. B. Facebook, Twitter) und setzen diese um. Sie organisieren die Social-Media-Aktivitäten (v. a. soziale Netzwerke, Blogs, Foren, Wikis) mit dem Ziel, die Marke zu stärken und neue KundInnen zu gewinnen bzw. bestehende KundInnen an das Unternehmen zu binden. Dafür stehen Social-Media-ManagerInnen intensiv in direktem Kontakt mit den jeweiligen Zielgruppen, betreuen die redaktionellen Inhalte der Social-Media-Plattformen und analysieren und beobachten die veröffentlichten Beiträge (Social Media Monitoring).

► Beruhsanforderungen

Social-Media-Kenntnisse (z.B. Social Media Marketing, Social Media Monitoring, Bearbeitung von Social-Media-Inhalten); Marketing- und PR-Kenntnisse; Multimedia-Kenntnisse; Projektmanagement-Kenntnisse; KundInnenbetreuungskenntnisse; Fremdsprachen-Kenntnisse; konzeptionelle Fähigkeiten; Allgemeinbildung; Kreativität; Kommunikationsstärke; KundInnenorientierung; Kontaktfreude; unternehmerisches Denken; hohe Eigenverantwortung; Teamfähigkeit

► Beschäftigungsmöglichkeiten und Arbeitsmarktsituation

Social-Media-ManagerInnen arbeiten in Unternehmen aller Branchen, die Social-Media-Aktivitäten für Marketing, PR oder auch Recruiting einsetzen. Durch das starke Interesse von Unternehmen, ihre Marken, Produkte und ihr Unternehmen professionell in den sozialen Medien zu präsentieren, ergibt sich für Social-Media-ManagerInnen ein vielseitiger Tätigkeitsbereich.

► Karrierechancen und Einkommensperspektiven

Bei entsprechender Berufserfahrung besteht die Möglichkeit, selbstständig als Social-Media-BeraterIn tätig zu werden. Das Einstiegsgehalt liegt zwischen € 2.300,- und € 2.900,- brutto pro Monat.

► Aus- und Weiterbildung

- Handelsakademie, Ausbildungsschwerpunkt Management für Medientechnik und Mediendesign inkl. Social Media (Schärding)
- FH-Studiengänge Marketing und Electronic Business (Bachelor/Steyr), Marketing und Kommunikationsmanagement (Bachelor/Kufstein), Kommunikation, Wissen, Medien (Bachelor, Master/Hagenberg), Content-Strategie/Content Strategy (Master/Graz), Digital Marketing (Master/Kufstein)
- Uni-Studien im Bereich Medien- und Kommunikationswissenschaft
- Werbe Akademie des WIFI (Wien)
- Digital Business (Akademischer Lehrgang, Master-Lehrgang/Technikum Wien Academy)

(...) wer denkt, dass die einzige Aufgabe eines Social Media-Managers/einer Social Media-Managerin darin besteht, auf facebook zu posten, ist weit gefehlt. Denn grundsätzlich besteht der Arbeitsalltag aus der Entwicklung und strategischen Umsetzung des gesamten Social Media-Auftritts des Unternehmens. Welche „Message“ möchte das Unternehmen nach außen tragen? Auf welchen Online-Plattformen möchte es präsent sein? Insbesondere auch die Suche nach neuen Trends hört für Social Media-ManagerInnen nie auf.

Social Media Manager/in:
Jung und aufstrebend
WU (Wirtschaftsuniversität Wien)
www.wu.ac.at
18.1.2016

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.



Technische RedakteurIn

► Aufgabenbereiche und Tätigkeiten

Technische RedakteurInnen erstellen Dokumentationen technischer Produkte, Geräte und Abläufe in Form von (oft mehrsprachigen) Handbüchern, Betriebs- und Bedienungsanleitungen, Produktkatalogen, Schulungsunterlagen oder Online-Hilfen und -Tutorials. Ziel ist es, komplexe technische Sachverhalte verständlich und zielgruppenorientiert zu formulieren. Neben der externen technischen Dokumentation, die sich an die BenutzerInnen wendet, ist ein zweites wichtiges Tätigkeitsfeld für Technische RedakteurInnen die interne Dokumentation (z. B. Konstruktionsunterlagen, Analysen). Außerdem erstellen Technische RedakteurInnen in Zusammenarbeit mit Marketing-Fachleuten und TechnikerInnen Marketingunterlagen, Werbemittel und Demonstrationsprogramme, um neue Produkte zu vermarkten.

► Beruhsanforderungen

Technische Redaktion und Dokumentation; journalistische Fachkenntnisse; Fremdsprachen-Kenntnisse (v. a. Technisches Englisch); Fachsprachenkenntnisse; technisches Fachwissen; Multimedia-Kenntnisse; Grafik-Kenntnisse; Content-Management-Systeme; Marketing- und PR-Kenntnisse; Kenntnis berufsspezifischer Rechtsgrundlagen (z. B. berufsspezifische Normen); Kommunikationsstärke (z. B. schriftliche Ausdrucksfähigkeit, verständliche Beschreibung komplizierter technischer Sachverhalte); Teamfähigkeit

► Beschäftigungsmöglichkeiten und Arbeitsmarktsituation

Technische RedakteurInnen arbeiten bei Hersteller- und Produktionsfirmen technischer Produkte. Es handelt sich dabei z. B. um Softwarefirmen, Unternehmen im Bereich der industriellen Fertigung, des Maschinen-, Anlagen- und Fahrzeugbaus sowie der Elektronik- und Telekommunikationsbranche. Beschäftigungsmöglichkeiten ergeben sich vor allem bei großen Unternehmen.

► Karrierechancen und Einkommensperspektiven

Technische RedakteurInnen können in der Regel mit einer festen Anstellung rechnen. Die Aufstiegsmöglichkeiten sind beschränkt, vereinzelt können sie ins Projekt- oder Produktmanagement aufsteigen. Beim beruflichen Einstieg verdienen sie zwischen € 2.600,- bis € 2.900,- brutto im Monat.

► Aus- und Weiterbildung

- FH-Studiengang Produktdesign und Technische Kommunikation (Bachelor/Wels)
- Weiterbildungsmöglichkeiten im Bereich Technische Dokumentation/Redaktion bietet das WIFI (Wirtschaftsförderungsinstitut).
- Universitätslehrgang Technische Kommunikation (Krems)

Technische Redakteure entwickeln Konzepte für die Dokumentationen, recherchieren wichtige Produktinformationen, definieren den Informationsbedarf der Zielgruppe, gewährleisten, dass rechtliche und normative Anforderungen erfüllt sind, verfassen Texte, erstellen Sicherheitshinweise, koordinieren die Übersetzungen und prüfen die Qualität der Dokumentation.

Technischer Redakteur. Ein Medienberuf mit Zukunft
Gesellschaft für Technische Kommunikation e. V. – tekomm.de

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.



Web-DesignerIn

Wenn eine Webseite auf allen Geräten – vom Smartphone über den Desktop bis zum Smart TV – optimal dargestellt werden soll, kommt heute Responsive Webdesign zum Einsatz. Doch auch das beste Design ist nicht automatisch nutzerfreundlich. Damit eine responsive Seite auch bei der Usability punktet, muss die Navigation konsistent sein und die unterschiedlichen Eingabemethoden müssen berücksichtigt werden.

Simon Loebel: Für Touch, Tap und Fernbedienung. So geht Usability-Optimierung für Responsive Webdesign
t3n Magazin
www.t3n.de
17.12.2015

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.

► Aufgabenbereiche und Tätigkeiten

Web-DesignerInnen entwerfen, entwickeln und gestalten Websites. Dabei bringen sie grafische Kenntnisse (z.B. Design, Bildbearbeitung, Layout), technische Kenntnisse (z.B. Programmiersprachen) und Know-how im Bereich Usability (z.B. Strukturierung und NutzerInnenführung, barrierefreies Webdesign) in ihre Arbeit ein. Sie beraten KundInnen über technische und gestalterische Möglichkeiten und präsentieren Gestaltungskonzepte und Entwürfe. Sie erstellen eine Navigationsstruktur und beachten bei der Gestaltung Aspekte wie Übersichtlichkeit, Bildsprache, Typografie, Einsatz von Farben, Design-Trends und technische Standards.

► Beruhsanforderungen

Grafik-, Web-Design- und Bildbearbeitungssoftware-Kenntnisse; Multimedia-Kenntnisse; Grafik-Kenntnisse; Internet-Entwicklungs- und Administrationskenntnisse; Content-Management-Systeme; Datenbank-Kenntnisse; Programmiersprachen-Kenntnisse; Medientechnik und -design; Softwareentwicklungskennntnisse; KundInnenbetreuungskenntnisse; Kommunikationsstärke (z.B. Präsentationsfähigkeiten); analytische Fähigkeiten; ästhetisches Gefühl; Konzentrationsfähigkeit; Genauigkeit; Qualitätsbewusstsein; Serviceorientierung; Teamfähigkeit

► Beschäftigungsmöglichkeiten und Arbeitsmarktsituation

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen vor allem bei Grafikstudios, Werbe- und Multimedia-Agenturen sowie Softwareunternehmen. Viele Web-DesignerInnen arbeiten freiberuflich für Unternehmen unterschiedlichster Branchen. Kompetente Web-DesignerInnen haben gute Chancen am Arbeitsmarkt.

► Karrierechancen und Einkommensperspektiven

Web-DesignerInnen können nach einigen Jahren Berufserfahrung zu ProjektmanagerInnen aufsteigen. Die Einstiegsgehälter bewegen sich zwischen € 2.200,- und € 3.100,- brutto monatlich.

► Aus- und Weiterbildung

- Höhere Lehranstalt für Grafik- und Kommunikationsdesign (Graz, Innsbruck, Linz, Salzburg, Wien)
- Kolleg für Design, Ausbildungszweig Grafik- und Kommunikations-Design (Linz, Wien)
- FH-Studiengänge im Bereich Informatik, Informationsdesign (Bachelor/ Graz), InterMedia (Bachelor, Master/Dornbirn), Medientechnik und -design (Bachelor/Hagenberg), MultiMediaArt (Bachelor, Master/Salzburg), Web Business & Technology (Bachelor/Kufstein)
- Uni-Studien in den Bereichen Informatik und Grafik



► Weitere Berufe des Berufsfeldes

App-EntwicklerIn

App-EntwicklerInnen sind Software-EntwicklerInnen, die auf mobile Apps – also Anwendungssoftware für mobile Geräte wie Smartphones und Tablet-PCs bzw. mobile Betriebssysteme – spezialisiert sind. Das Spektrum der Apps umfasst z.B. Nachrichten, Nachschlagewerke, Lernen, Shopping, Spiele, Ratgeber, Kommunikation und Unternehmens-Apps. App-EntwicklerInnen übernehmen verschiedene Aufgaben im Rahmen der Softwareentwicklung, wie z.B. Anforderungen ermitteln, Softwarearchitektur entwerfen, Programmieren, Testen, technische Dokumentation. Zentral sind dafür Kenntnisse von Programmiersprachen sowie der Eigenheiten unterschiedlicher Plattformen (z.B. Android, Apple, Windows). Kreative App-EntwicklerInnen mit fundierten Programmierkenntnissen sind am Arbeitsmarkt gefragt. Sie arbeiten vor allem bei Softwareentwicklungsunternehmen und Agenturen oder sind freiberuflich für unterschiedliche AuftraggeberInnen tätig.

Aus- und Weiterbildung:

- FH-Studiengänge im Bereich Informatik, Web Business & Technology (Bachelor/Kufstein), Mobile Computing (Bachelor, Master/Hagenberg), MultiMediaTechnology (Bachelor, Master/Salzburg), IT & Mobile Security (Master/Kapfenberg)
- Uni-Studien im Bereich Informatik, Software & Information Engineering (Bachelor/Wien), Softwareentwicklung-Wirtschaft (Bachelor, Master/Graz), Medieninformatik (Master/Wien), Engineering & Internet Computing (Master/Wien)

*Die genauen Adressen
finden Sie im Adressteil.*

Computeranimations-DesignerIn

Computeranimations-DesignerInnen entwerfen und produzieren animierte (=bewegte) Computerbilder für Filme, Computerspiele, Anwendungen, technische Konstruktionen und Simulationen. Die Aufgaben reichen von kommerziellen Arbeiten (z.B. Computerspiele, Werbung) bis zu rein künstlerischen Tätigkeiten (z.B. Animationsfilme). Computeranimationen spielen sowohl im Multimedia-Design als auch in der Filmproduktion (z.B. Spielfilme, Werbefilme, Industriefilme) eine bedeutende Rolle. Beschäftigungsmöglichkeiten bieten sich in Werbe- und Multimedia-Agenturen, Grafikstudios, Film- und Videoproduktionsfirmen und Fernsehanstalten.

Aus- und Weiterbildung:

- Digital Film Production (Diploma, Bachelor/SAE Institute Wien)
- FH-Studiengänge im Bereich Informatik, MultiMediaTechnology (Bachelor, Master/Salzburg), Digital Arts (Master/Hagenberg), Game Engineering und Simulation (Master/Wien)
- Uni-Studien in den Bereichen Informatik und Grafik

*Die genauen Adressen
finden Sie im Adressteil.*



3D-DesignerIn

3D-DesignerInnen erstellen dreidimensionale Computergrafiken für Software, Websites, Computerspiele, Filme, multimediale Informations- und Orientierungssysteme, technische Dokumentationen, technische Konstruktionen, Architekturvisualisierungen oder auch für den medizinischen Bereich.

Ein wichtiger Aufgabenschwerpunkt liegt in der Gestaltung virtueller Realitäten (visuelle Darstellung z.B. von Personen oder Dingen), die vor allem im technischen Bereich zum Einsatz kommen. 3D-DesignerInnen arbeiten für Verlage, Grafik- und Werbebüros, Multimedia-Agenturen, Softwareunternehmen und technische Konzerne. 3D-DesignerInnen haben gute Chancen am Arbeitsmarkt.

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.

Aus- und Weiterbildung:

- FH-Studiengänge im Bereich Informatik, Industrial Design (Bachelor, Master/Graz), MultiMediaTechnology (Bachelor, Master/Salzburg), Digital Arts (Master/Hagenberg), Game Engineering und Simulation (Master/Wien)
- Uni-Studien in den Bereichen Informatik und Grafik



Interface-DesignerIn

Interface-DesignerInnen sind ExpertInnen für die benutzerInnenfreundliche Gestaltung von Schnittstellen (Interfaces) zwischen Menschen und Maschinen. Sie beschäftigen sich mit Fragen der Interaktion zwischen UserInnen und Computern bzw. Anwendungen, konzipieren und gestalten BenutzerInnenoberflächen. Sie sorgen für eine einfache Bedienbarkeit und eine übersichtliche Informationsdarstellung auf Bildschirmen, entwerfen Prototypen, beachten dabei Designrichtlinien (z.B. Farben und Layout betreffend) und entwickeln Elemente, um die Bedienbarkeit zu optimieren (z.B. Steuerelemente, Buttons, Icons, Symbole, Dialogfelder etc.). Während des Entwicklungsprozesses stimmen sie sich mit anderen Fachleuten im Team (z.B. Software-EntwicklerInnen, ProgrammiererInnen) ab. User-Interface-DesignerInnen sind v.a. bei Softwareentwicklungsunternehmen und Designagenturen beschäftigt.

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.

Aus- und Weiterbildung:

- FH-Studiengänge im Bereich Informatik, Hardware-Software-Design (Bachelor/Hagenberg), MultiMediaTechnology (Bachelor, Master/Salzburg), Communication, Media, Sound and Interaction Design (Master/Graz), Human-Centered Computing (Master/Hagenberg), Interactive Media (Master/Hagenberg)
- Uni-Studien im Bereich Informatik, Medieninformatik und Visual Computing (Bachelor/Wien), Interface Cultures (Master/Linz), Medieninformatik (Master/Wien)



KonzepterIn

KonzepterInnen beschäftigen sich mit dem inhaltlichen Entwurf sowie der Planung von Online- und Multimedia-Produktionen und Werbekampagnen (z. B. Internet-Auftritte, Social-Media-Kampagnen). Nach der Analyse der KundInnenwünsche entwickeln sie Konzepte zur Aufgabenstellung, legen die Kommunikations- und Gestaltungsmittel sowie die einzelnen Schritte der Produktion fest, die in Zusammenarbeit mit einem Team aus TechnikerInnen, GrafikerInnen, TexterInnen und ProjektmanagerInnen realisiert werden. Beschäftigungsmöglichkeiten (freiberuflich oder angestellt) ergeben sich vor allem bei Multimedia-, Werbe- und PR-Agenturen sowie in Werbe- und PR-Abteilungen großer Unternehmen und Institutionen.

Aus- und Weiterbildung:

- Höhere Lehranstalt oder Handelsakademie mit Ausbildungsschwerpunkten Mediendesign oder Multimedia
- FH-Studiengänge Content-Produktion und Digitales Medienmanagement (Bachelor/Wien), Marketing und Kommunikationsmanagement (Bachelor/Kufstein), Media- und Kommunikationsberatung (Bachelor, Master/St. Pölten), Content-Strategie/Content Strategy (Master/Graz), Digital Marketing (Master/Kufstein), Kommunikationsmanagement (Master/Wien)
- Uni-Studien im Bereich Medien- und Kommunikationswissenschaft

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.



MediengestalterIn

MediengestalterInnen arbeiten an der Schnittstelle von Kommunikation und Gestaltung. Das breite Tätigkeitsspektrum bietet MediengestalterInnen Spezialisierungsmöglichkeiten in unterschiedlichen Bereichen. Mediengestaltung im Bereich der Printmedien umfasst z. B. Bücher, Zeitungen, Magazine, Infobroschüren und Werbeplakate, wobei die Grenzen zu anderen Gebieten fließend verlaufen. Die Gestaltung von digitalen Medien beinhaltet das gesamte Spektrum, von der Gestaltung und Planung verschiedener Anwendungen über Websites bis hin zu 2D-/3D-Computergrafiken. Einen weiteren Gestaltungsbereich stellen audiovisuelle Aufgaben wie Werbespots, Audio- und Videoclips dar. Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen für MediengestalterInnen – je nach Ausbildungsschwerpunkt – zum Beispiel bei Werbefirmen, Multimedia-Agenturen, Softwareunternehmen, Rundfunkanstalten, Verlagen oder Filmproduktionsfirmen.

Aus- und Weiterbildung:

- Lehrberuf Medienfachmann/Medienfachfrau – Mediendesign
- Höhere Lehranstalt oder Handelsakademie mit Ausbildungsschwerpunkten Mediendesign oder Multimedia
- FH-Studiengänge Informationsdesign (Bachelor/Graz), InterMedia (Bachelor, Master/Dornbirn), Medientechnik (Bachelor/St. Pölten), Medientechnik und -design (Bachelor/Hagenberg), MultiMediaArt (Bachelor, Master/Salzburg)
- Uni-Studien im Bereich Grafik

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.



MedieninformatikerIn

MedieninformatikerInnen besitzen fachübergreifende Kenntnisse auf den Gebieten der Informatik und der Mediengestaltung. Aufgabengebiete sind z. B. die Entwicklung von multimedialen, interaktiven Informationssystemen, das Design von Anwendungen (z. B. mobile Apps, E-Learning/Lernsoftware, Game-Design), Computergrafik, Visualisierung, Augmented und Virtual Reality, Mensch-Computer-Interaktion und User Experience. Bei einer Spezialisierung auf künstlerisch ausgerichtete Bereiche ergeben sich z. B. auch Möglichkeiten im Bereich der Videoproduktion. Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen vor allem bei IT-Unternehmen – von Consulting bis Softwareentwicklung –, Multimedia- und Werbeagenturen sowie Grafikstudios.

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.

Aus- und Weiterbildung:

- FH-Studiengänge im Bereich Informatik, Medientechnik und -design (Bachelor/Hagenberg), MultiMediaTechnology (Bachelor, Master/Salzburg), Human-Centered Computing (Master/Hagenberg), Interactive Media (Master/Hagenberg), Softwareentwicklung (Master/Wien)
- Uni-Studien im Bereich Informatik, Medieninformatik und Visual Computing (Bachelor/Wien), Interface Cultures (Master/Linz), Medieninformatik (Master/Wien)



SEO-/SEA-ManagerIn

SEO-/SEA-ManagerInnen sind für die Planung und Umsetzung von Suchmaschinenmarketing (SEM)-Aktivitäten verantwortlich. Sie sorgen durch Maßnahmen zur Suchmaschinenoptimierung (SEO) dafür, dass Webinhalte von UserInnen schnell und einfach gefunden werden bzw. für ein gutes Suchmaschinenranking von Webseiten. SEO-/SEA-ManagerInnen definieren z. B. Keywords (Schlagwörter), über die der Content rasch gefunden werden soll und erstellen suchmaschinengerechte Webinhalte. Sie sind auch für die Suchmaschinenwerbung (SEA) zuständig und schalten z. B. Textanzeigen in Suchmaschinen (Keyword-Advertising). Weitere Aufgaben sind die laufende Beobachtung und Analyse der Suchmaschinenrankings und des Traffic. SEO-/SEA-ManagerInnen arbeiten vor allem in Media-Agenturen und Unternehmen aller Branchen mit eigenen Online-Marketing-Aktivitäten.

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.

Aus- und Weiterbildung:

- FH-Studiengänge Content-Produktion und Digitales Medienmanagement (Bachelor/Wien), Information, Medien, Kommunikation (Bachelor/Eisenstadt), Marketing und Electronic Business (Bachelor/Steier), Marketing und Kommunikationsmanagement (Bachelor/Kufstein)
- Uni-Studien im Bereich Medien- und Kommunikationswissenschaft
- Universitätslehrgang Online Media Marketing (Krems)
- Weiterbildungsmöglichkeiten im Bereich SEM/SEO/SEA bieten das bfi (Berufsförderungsinstitut) und das WIFI (Wirtschaftsförderungsinstitut).



Social-Media-BeraterIn

Social-Media-BeraterInnen entwerfen strategische Social-Media-Konzepte für Unternehmen, Institutionen und Organisationen. Ziel ihrer Tätigkeit ist es, dass ihre AuftraggeberInnen erfolgreich in sozialen Netzwerken aktiv sind. Dazu gehört z.B. die Interaktion (der Dialog) mit UserInnen bzw. KundInnen, ein positives Bild des Unternehmens/der Organisation in der Öffentlichkeit zu schaffen und ein Unternehmen und seine Produkte bzw. Dienstleistungen bekannter zu machen. Social-Media-BeraterInnen führen eine Bestandsaufnahme durch, beraten, welche Social-Media-Kanäle geeignet sind, geben Ziele vor und wählen Dienstleister aus. Sie führen auch Seminare und Workshops in Unternehmen durch, um MitarbeiterInnen zu schulen. Social-Media-BeraterInnen sind oft selbstständig für Unternehmen aller Branchen, Institutionen und Organisationen tätig. Sie können auch bei Unternehmensberatungen und Agenturen angestellt sein.

Aus- und Weiterbildung:

- FH-Studiengänge Marketing und Electronic Business (Bachelor/Steyr), Marketing und Kommunikationsmanagement (Bachelor/Kufstein), Media- und Kommunikationsberatung (Bachelor, Master/St. Pölten), Content-Strategie/Content Strategy (Master/Graz), Digital Marketing (Master/Kufstein)
- Uni-Studien im Bereich Medien- und Kommunikationswissenschaft
- Digital Business (Akademischer Lehrgang, Master-Lehrgang/Technikum Wien Academy)
- Universitätslehrgang Social Media and Global Communication (Krems)

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.



Usability Engineer (m/w)

Usability Engineers sind ExpertInnen für BenutzerInnenfreundlichkeit von Computersystemen. Sie analysieren z.B. Software, Websites und Bedienoberflächen von Automaten oder Geräten im Hinblick auf ihre BenutzerInnenfreundlichkeit. Dazu zählen z.B. Effektivität, Effizienz und Zufriedenheit. Sie erarbeiten Vorschläge zur Verbesserung dieser Systeme und neue Konzepte sowie Prototypen. Zur Evaluation stehen Usability Engineers unterschiedliche Methoden und Verfahren zur Verfügung: Sie überprüfen die Qualitätskriterien anhand von Guidelines und Checklisten, führen Befragungen und Usability-Tests durch – dabei kommt z.B. Tracking-Software zur Registrierung von Mausklicks oder Tastatureingaben oder Eye-Tracking zum Einsatz. Beschäftigungsmöglichkeiten ergeben sich insbesondere bei IT-Unternehmen und Forschungseinrichtungen.

Aus- und Weiterbildung:

- FH-Studiengänge im Bereich Informatik, Hardware-Software-Design (Bachelor/Hagenberg), MultiMediaTechnology (Bachelor, Master/Salzburg), Communication, Media, Sound and Interaction Design (Master/Graz), Human-Centered Computing (Master/Hagenberg)
- Uni-Studien im Bereich Informatik

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.

► Radio und Fernsehen

► Charakteristika & Trends

Während Fernsehen von mehr als 90% der österreichischen Haushalte digital empfangen wird, bleibt das Radio vorerst analog. Die digitale Übertragungstechnik für das Radio, DAB – Digital Audio Broadcasting, konnte sich bisher nicht durchsetzen. Beim digitalen Fernsehen haben sich verschiedene Übertragungsstandards etabliert: DVB-T/DVB-T2 über Antenne, DVB-S/DVB-S2 über Satellit und DVB-C über Kabel. Am meisten verbreitet ist beim österreichischen TV-Publikum der digitale Satellitenempfang.

Bei der Mediennutzung liegt das Fernsehen weiterhin vor dem Radio und dem Internet, aber das Nutzungsverhalten ist im Wandel. Second Screen, d.h. die Nutzung eines zweiten Bildschirms parallel zum TV, um zusätzliche Informationen aufzurufen oder mit anderen ZuseherInnen zu kommunizieren, zeigt besonders beim jüngeren Publikum eine steigende Tendenz. Video-on-Demand- bzw. Streaming-Dienste (wie z.B. Netflix), die einen von der Sendezeit unabhängigen Film- und Serienkonsum ermöglichen, werden zunehmend genutzt. Dem verstärkten Wunsch nach zeitunabhängiger Verfügbarkeit von TV- und auch Radio-Programmangeboten tragen die etablierten TV- und Radiosender mit Online-Mediatheken und On-Demand-Angeboten Rechnung. Auch wenn Video-on-Demand populärer wird, überwiegt der klassische Fernsehkonsum: Rund drei Viertel der ÖsterreicherInnen nutzen das sogenannte lineare Programmangebot.

Um die Aufmerksamkeit des Publikums zu gewinnen, sind moderne Programmkonzepte gefragt. Social TV und Social Radio sind Beispiele dafür. Social Media wird dabei mit TV bzw. Radio kombiniert, indem ZuseherInnen bzw. ZuhörerInnen kommentieren, diskutieren und sich mit anderen NutzerInnen bzw. der Redaktion austauschen.

An die Radio- und FernsehmacherInnen werden daher hohe Anforderungen gestellt, z.B. Themen crossmedial zu denken und umzusetzen oder auch redaktionelle und technische Aufgaben gleichermaßen abzudecken. Trotz Zeitdruck und Arbeitszeiten rund um die Uhr muss die Qualität der Beiträge garantiert werden, schließlich wird jeder Fehler von vielen Menschen wahrgenommen.

Produktionen werden vermehrt von externen Dienstleistern für Radio- und Fernsehanstalten erbracht; kreative Köpfe finden hier weitere berufliche Möglichkeiten. Neben dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk bestehen Beschäftigungsmöglichkeiten bei den überregionalen und regionalen Privatrado- und Privatfernsehsendern. Die Radio- und Fernsehlandschaft ist in Österreich aber stark vom ORF dominiert: 3 von 4 gehörten Radiominuten und rund ein Drittel der gesamten TV-Nutzungszeit entfallen auf einen ORF-Sender. Ob bei einem öffentlich-rechtlichen oder privaten Sender: Der Berufseinstieg erfolgt meist durch Praktika bzw. Volontariate. Zu Beginn der beruflichen Laufbahn sind freie Mitarbeit und Tätigkeiten auf Werkvertragsbasis häufig, die Konkurrenz um die verfügbaren Stellen ist groß.

► Literaturtipps

Fachbücher:

Moj, Daniel; Ordolff, Martin: Fernsehjournalismus. UVK, 2015.

Rossié, Michael: Frei sprechen in Radio, Fernsehen und vor Publikum. Ein Training für Moderatoren und Redner. Springer VS, 2013.

Von La Roche, Walther; Buchholz, Axel (Hg.): Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk. Springer VS, 2016.



► Berufsübersicht



CutterIn

siehe „Film, Video und Tonträger“

InformationsgrafikerIn

siehe „Grafik und Fotografie“

Kameramann/Kamerafrau

siehe „Film, Video und Tonträger“

MaskenbildnerIn

siehe „Film, Video und Tonträger“

On-Air-DesignerIn/TV-DesignerIn



Sound-DesignerIn

siehe „Film, Video und Tonträger“



MedienarchivarIn

ProduktionsleiterIn

siehe „Film, Video und Tonträger“



ModeratorIn

MusikprogrammiererIn

Online-RedakteurIn

siehe „Neue Medien“

Radio- und FernsehredakteurIn

VideojournalistIn



BeleuchterIn

siehe „Film, Video und Tonträger“

BildmischerIn

StudiotechnikerIn

TonmeisterIn

siehe „Film, Video und Tonträger“



DialogautorIn

Storyliner (m/w)

► Miniglossar

[DVB-T] Kürzel für Digital Video Broadcasting-Terrestrial; terrestrische (erdgebundene) Variante von digitalem Videorundfunk (DVB), die z. B. in Europa als Standard für die Übertragung von digitalem Fernsehen per Antenne verwendet wird; der Nachfolgestandard ist DVB-T2

[HDTV] engl. High Definition Television; hochauflösendes Fernsehen

[Jingle] eine einprägsame Tonfolge. Erkennungsmelodie eines Senders bzw. eines Programmes; auch Sound- oder Audio-Logo genannt

[lineares Fernsehen] direkt empfangenes, zeitlich an den Programmablauf eines TV-Senders gebundenes Fernsehen

[nicht-lineares Fernsehen] zeitversetzte Nutzung von TV-Sendungen und -Filmen, z. B. durch Mediatheken

[On Air] auf Sendung

[On-Demand] auf Abruf, auf Anforderung; z. B. Video-on-Demand bezeichnet Videos, die von einem Online-Dienst als Download oder Stream abgerufen werden können

[Scripted Reality] „Realität nach Drehbuch“; Fernsehformat, das den Eindruck einer Dokumentation erweckt, aber einem Drehbuch folgt; die Handlungen werden von (Laien-) Schauspielern dargestellt

[Scriptwriting] Drehbuchschreiben

[Seifenoper] engl. soap opera; ein- oder mehrmals wöchentlich ausgestrahlte Fernsehserie mit mehreren unabhängig voneinander verlaufenden Handlungen, ohne vorher festgelegtes Ende (Endlosserie)

[Storyline] Handlungslinie, Handlungsstrang

[Telenovela] spanisch für Fernsehroman; Fernsehserie mit einer Haupthandlung und verknüpften Nebenhandlungen, vorher festgelegtem Ende und begrenzter Laufzeit

[Trailer] werbender Videoclip mit Ausschnitten (z. B.) aus einem Film oder einer Sendung



ModeratorIn

Mitte der 1990er Jahre gab es die ersten regionalen TV-Sender, 1995 die ersten Privatradios und 2001 das erste private österreichweite TV. Mittlerweile gibt es in Österreich ca. 70 Radiosender und 140 TV-Sender. Ganz abgesehen von den Möglichkeiten via Internet, hat sich hier die Zukunftsbranche im Medienbereich entwickelt.

Information zum Lehrgang zum
Radio- und TV Moderator
WIFI Steiermark
www.stmk.wifi.at

► Aufgabenbereiche und Tätigkeiten

Radio- und FernsehmoderatorInnen führen durch Nachrichten- und Magazinsendungen sowie Talkshows. FernsehmoderatorInnen erläutern das Thema, leiten Filmbeiträge ein, erklären Grafiken, stellen Fragen an KorrespondentInnen und ReporterInnen am Schauplatz des aktuellen Geschehens oder führen Interviews mit Studiogästen. Im Radio gehört auch das An- und Abmoderieren der Musiknummern zu ihren Aufgaben. Vor der Sendung recherchieren ModeratorInnen Informationen zu den Themen der Sendung, planen gemeinsam mit den RedakteurInnen die Inhalte und den Ablauf und verfassen ihre Moderationstexte.

► Berufsanforderungen

Journalistische Fachkenntnisse (z.B. Interviewführung, Recherche, Fernsehjournalismus, Radiojournalismus); Audio- und Video-Produktionskenntnisse; Multimedia-Kenntnisse; Sprechtechnik; Fremdsprachen-Kenntnisse; gute Mikrofonstimme; telegenese Auftreten (für TV); Allgemeinbildung; Interesse am Zeitgeschehen; Aufgeschlossenheit; Kommunikationsstärke (z.B. Moderationstätigkeit; Präsentationsfähigkeiten, Schlagfertigkeit); Gelassenheit (z.B. bei technischen Pannen); Kontaktfreude; Schauspieltalent; Teamfähigkeit

► Beschäftigungsmöglichkeiten und Arbeitsmarktsituation

Beschäftigungsmöglichkeiten für ModeratorInnen bestehen bei öffentlichen und privaten Fernseh- und Rundfunkanstalten. Weiters haben ModeratorInnen die Möglichkeit, bei Sport-, Unterhaltungs- und Kulturveranstaltungen, Firmenpräsentationen, Messen oder bei Podiumsdiskussionen zu moderieren.

► Karrierechancen und Einkommensperspektiven

Einstiegsmöglichkeiten in den Beruf bieten die Tätigkeiten als RedakteurIn oder SprecherIn. Das Einkommen von ModeratorInnen ist weitgehend vom Ausmaß ihrer Tätigkeit und ihrer Bekanntheit abhängig und wird individuell mit dem jeweiligen Arbeitgeber vereinbart.

► Aus- und Weiterbildung

- FH-Studiengänge Journalismus und Medienmanagement (Bachelor/Wien), Journalismus und Neue Medien (Master/Wien)
- Uni-Studien Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Salzburg), Medien- und Kommunikationswissenschaften (Bachelor/Klagenfurt), Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Wien)
- Weiterbildungen bieten z. B. das Kuratorium für Journalistenausbildung und das Forum Journalismus und Medien Wien.
- Sprecherausbildung (Schule des Sprechens, Wien)
- Interne Weiterbildung bei Radio- und Fernsehsendern

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.



Radio- und FernsehredakteurIn

► Aufgabenbereiche und Tätigkeiten

Radio- und FernsehredakteurInnen gestalten Beiträge für Nachrichten-, Magazin-, Kultur-, Sport- und Unterhaltungssendungen. Sie planen in den Redaktionskonferenzen mit den MitarbeiterInnen der jeweiligen Ressorts (z. B. Politik, Wirtschaft, Kultur, Sport) die Beitragsthemen. Sie recherchieren aktuelle Geschehnisse, beschaffen Informationen und durchforsten Archivmaterial (z. B. frühere Radio- und Fernsehbeiträge), um die Hintergründe der Story zu beleuchten. Interviews mit Persönlichkeiten und ExpertInnen gehören ebenso zu ihrem Alltag wie die Teilnahme an Pressekonferenzen. Je nach zeitlichen Vorgaben sowie abhängig von den personellen Ressourcen schneiden Radio- und FernsehredakteurInnen ihre Beiträge zum Teil auch selbst.

► Berufsanforderungen

Journalistische Fachkenntnisse (z. B. Recherche, journalistisches Schreiben, Nachrichten editieren, Fernsehjournalismus, Radiojournalismus); journalistische Darstellungsformen (z. B. Nachricht, Reportage); Audio- und Video-Produktionskenntnisse; Multimedia-Kenntnisse; Fremdsprachen-Kenntnisse; Allgemeinbildung; Interesse am Zeitgeschehen; Aufgeschlossenheit; Kommunikationsstärke (z. B. Texterstellung, sprachliche Ausdrucksfähigkeit); Einsatzbereitschaft; Flexibilität; Lernbereitschaft; Teamfähigkeit

► Beschäftigungsmöglichkeiten und Arbeitsmarktsituation

Radio- und FernsehredakteurInnen sind in Hörfunk- und Fernsehredaktionen beschäftigt. Die Entstehung von Privatrado- und Privatfernsehstationen hat die Beschäftigungsmöglichkeiten erweitert, allerdings gibt es bei einer insgesamt relativ kleinen Beschäftigtenzahl eine hohe BewerberInnenzahl.

► Karrierechancen und Einkommensperspektiven

RedakteurInnen können zum/zur Chefln vom Dienst, RessortleiterIn und ChefredakteurIn aufsteigen. Sie arbeiten entweder freiberuflich oder sind bei Radio- und Fernsehanstalten angestellt. Ihr Einstiegseinkommen bewegt sich bei einer Vollzeitbeschäftigung zwischen € 2.300,- und € 2.900,- brutto pro Monat.

► Aus- und Weiterbildung

- FH-Studiengänge Journalismus und Medienmanagement (Bachelor/Wien), Journalismus und Neue Medien (Master/Wien)
- Uni-Studien Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Salzburg), Medien- und Kommunikationswissenschaften (Bachelor/Klagenfurt), Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Wien)
- Weiterbildungen bieten z. B. das Kuratorium für Journalistenausbildung und das Forum Journalismus und Medien Wien.
- Universitätslehrgänge Medienlehrgang (Graz), Qualitätsjournalismus (Krems)

Radio und Fernsehen funktionieren nur in guter Teamarbeit zwischen den Redakteuren/innen, die das Programm planen und zusammen stellen, den Reporter/innen, Kameraleuten und Tontechnikern am Ereignisort, der Fernsehregie und der Hörfunktechnik, dem Archiv, der Verwaltung, den Assistentinnen, Kabelhilfen und vielen anderen.

Hörfunk und Fernsehen
Westdeutscher Rundfunk
www1.wdr.de

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.



StudiotechnikerIn

► Aufgabenbereiche und Tätigkeiten

StudiotechnikerInnen bzw. TontechnikerInnen sind mit der tontechnischen Produktion und Gestaltung von Fernseh- und Radiobeiträgen (z. B. Nachrichten- und Magazinsendungen), Hörspielen, Musikaufnahmen, Tonträgern, Filmen und Videos beschäftigt. Sie wählen die für die Produktion benötigte Tontechnik aus (z. B. Mikrofone, Aufnahmegeräte, Mischpult), positionieren und bedienen diese. StudiotechnikerInnen mischen bei Tonaufzeichnungen und Übertragungen unterschiedliche Tonquellen am Mischpult und sorgen für eine optimale Tonqualität. Die Wartung und Reparatur der tontechnischen Geräte zählt auch zu ihrem Tätigkeitsprofil.

► Berufsanforderungen

Tontechnik (z. B. Akustik, Tonaufnahmen, Tonbearbeitung, Tonschnitt, Mastering); Multimedia-Kenntnisse; Elektroakustik und Tonstudiotechnik; Veranstaltungstechnik-Kenntnisse (z. B. akustische Anlagen, Elektroakustik-Geräte, Studiotechnik); Englisch-Kenntnisse; gutes Gehör; technisches Verständnis; Teamfähigkeit; Einsatzbereitschaft; Flexibilität; Organisationstalent

► Beschäftigungsmöglichkeiten und Arbeitsmarktsituation

Beschäftigungsmöglichkeiten für StudiotechnikerInnen bestehen bei Rundfunk- und Fernsehanstalten, in Aufnahmestudios, bei Filmproduktionsfirmen sowie bei Agenturen für Veranstaltungsorganisation.

► Karrierechancen und Einkommensperspektiven

StudiotechnikerInnen beginnen ihre berufliche Laufbahn in der Regel als StudioassistentInnen. Aufstiegsmöglichkeiten bestehen zum/zur StudioleiterIn oder bei entsprechender Weiterbildung zum/zur TonmeisterIn. Das Einstiegseinkommen liegt in etwa zwischen € 1.900,- und € 2.200,- brutto pro Monat.

► Aus- und Weiterbildung

- Lehrberuf VeranstaltungstechnikerIn
- Höhere Lehranstalt für Medien, Ausbildungsschwerpunkt Film (Graz)
- Audio Engineering/Audio Production (Diploma, Bachelor/SAE Institute Wien)
- Uni-Studien Elektrotechnik-Toningenieur (Bachelor, Master/Graz), Tonmeister (Diplom/Wien)

Welche klanglichen Veränderungen sind zu erwarten, wenn man die Mikrofonposition oder den Wandlertyp wechselt, im Aufnahmerraum einen Vorhang schließt oder auch nur ein paar Stühle verschiebt? Wie lässt sich der Wunsch von Musiker oder Produzent nach mehr „Luftigkeit“ oder „Kern“ in physikalisch-technische Begriffe übersetzen? (...) Der Techniker, Tonmeister, Audio Engineer oder Sounddesigner sollte mit solchen Fragen umgehen können.

In: Görne, Thomas: Tontechnik. Carl Hanser Verlag, 2014.

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.



VideojournalistIn



► Aufgabenbereiche und Tätigkeiten

VideojournalistInnen liefern Beiträge für Fernsehsender, Online-Medien und Video-Portale. Ihre Aufgaben vereinen die Tätigkeiten von JournalistInnen, Kameraleuten, SprecherInnen und CutterInnen in einer Person. VideojournalistInnen recherchieren Informationen, drehen am Ort des Geschehens, nehmen Interviews mit der Kamera und dem Mikrofon auf, schreiben den Text für die SprecherInnen, nehmen diesen auf und schneiden das Bild- und Tonmaterial.

► Beruhsanforderungen

Journalistische Fachkenntnisse (z.B. Recherche, Interviewführung); journalistische Darstellungsformen (z.B. Nachricht, Reportage); Filmproduktion; Fernsehproduktion; Multimedia-Kenntnisse;ameratechnik; Videotechnik; Filmschnitt; Audio- und Videosoftware; dramaturgisches Verständnis; ästhetisches Gefühl; technisches Verständnis; Blick für eine gute Bildkomposition; Kommunikationsstärke (z.B. sprachliche Ausdrucksfähigkeit); Belastbarkeit; Bereitschaft zu unregelmäßigen Arbeitszeiten; Selbstständigkeit

► Beschäftigungsmöglichkeiten und Arbeitsmarktsituation

ArbeitgeberInnen bzw. AuftraggeberInnen sind öffentliche und private Fernsehsender, Online-Medien, Zeitungen, Film- und Videoproduktionsfirmen sowie Multimedia-Agenturen. Video Content gewinnt an Bedeutung, kompetente VideojournalistInnen werden am Arbeitsmarkt daher nachgefragt.

► Karrierechancen und Einkommensperspektiven

Der Berufseinstieg erfolgt zumeist über ein journalistisches Volontariat oder über freie Mitarbeit. Die Anfangsgehälter Vollzeit arbeitender angestellter VideojournalistInnen liegen zwischen € 1.900,- und € 2.300,- brutto monatlich. Selbstständig tätige VideojournalistInnen werden nach Tagessatz oder nach Werk bzw. einer vereinbarten Pauschale bezahlt. Die Honorare variieren je nach AuftraggeberIn.

► Aus- und Weiterbildung

- FH-Studiengänge Journalismus und Medienmanagement (Bachelor/Wien), Journalismus und Public Relations (Bachelor/Graz), Journalismus und Neue Medien (Master/Wien)
- Uni-Studien Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Salzburg), Medien- und Kommunikationswissenschaften (Bachelor/Klagenfurt), Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Wien)
- Weiterbildungen bieten z. B. das Kuratorium für Journalistenausbildung und das Forum Journalismus und Medien Wien.
- Akademischer Lehrgang Videojournalismus (FHWien der WKW, WIFI Wien)

Längst ist das bewegte Bild nicht mehr auf das Fernsehen beschränkt – klassische Printmedien nutzen es für ihre Webseiten, die Online-Werbung entdeckt seine emotionale Wirkung. Was sich nicht geändert hat, sind die Anforderungen an gut gemachte Videos. Die Zuseher wollen außerdem gut erzählte Geschichten. Dazu braucht der Gestalter das entsprechende Know-how (...).

Information zum
Diplomlehrgang
Videoreporter/in
Kuratorium für
Journalistenausbildung
www.kfj.at

*Die genauen Adressen
finden Sie im Adressteil.*



► Weitere Berufe des Berufsfeldes



BildmischerIn

BildmischerInnen sind bei Fernsehaufzeichnungen und -übertragungen (im Speziellen bei Live-Sendungen) für die Gestaltung von Bildfolgen und die Auswahl der Bildquellen (z.B. verschiedene Kameras, Studioaufnahmen, gespeicherte Filmbeiträge, Grafiken, Standbilder, Inserts) verantwortlich.

Vor Sende- bzw. Aufnahmebeginn entwickelt der/die BildmischerIn gemeinsam mit dem/der RegisseurIn einen genauen Zeit- und Ablaufplan der Sendung. Während der Sendung bedienen BildmischerInnen das Mischpult, über das sie nach Anweisung der Regie den Wechsel der Bildquellen steuern (z.B. Studiokameras, externe Zuspelungen). BildmischerInnen können die Bildregie auch eigenverantwortlich übernehmen.

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.

Aus- und Weiterbildung:

- Filmschule Wien, FMZ – Film und Medienzentrum Margareten (Wien)
- Höhere Lehranstalt für Medien, Ausbildungsschwerpunkt Film (Graz)
- Kolleg für Medientechnik und Medienmanagement, Ausbildungszweig Fotografie und audiovisuelle Medien/Multimedia (Wien)
- Digital Film Production (Diploma, Bachelor/SAE Institute Wien)
- FH-Studiengänge Film-, TV- und Medienproduktion (Bachelor/Wien), Medientechnik (Bachelor/St. Pölten), Medientechnik und -design (Bachelor/Hagenberg)



DialogautorIn

DialogautorInnen schreiben – meist im Team – die Einzeldrehbücher für lange laufende bzw. täglich/wöchentlich ausgestrahlte Fernsehformate wie Soap-Operas, Telenovelas, Scripted Reality-Serien sowie Comedy-Sendungen, aber auch für Computerspiele (z.B. Online-Rollenspiele).

Sie arbeiten in dem Bereich Scriptwriting eng mit anderen DialogautorInnen, Storylinern sowie dem/der ChefautorIn zusammen.

Als Orientierung für das Schreiben der Dialoge dient ihnen dabei die Storyline. Der Arbeitsmarkt in Österreich ist relativ klein. DialogautorInnen finden Beschäftigungsmöglichkeiten bei Fernsehanstalten, Produktionsfirmen und Computerspiele-Entwicklern.

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.

Aus- und Weiterbildung:

- Uni-Studien Buch und Dramaturgie (Bachelor, Master/Wien), Deutsche Philologie/Germanistik (Bachelor, Master/Graz, Innsbruck, Klagenfurt, Salzburg, Wien), Theater-, Film- und Medienwissenschaft (Bachelor/Wien), Theater-, Film- und Medientheorie (Master/Wien)
- Lectures, Workshops und Seminare des Drehbuchforums Wien



MedienarchivarIn

MedienarchivarInnen verwalten Fernseh- und Radiobeiträge, Musikstücke, Zeitungsartikel, Bilder und Fotos mithilfe von digitalen Informationssystemen. Sie kennzeichnen die gespeicherten Materialien mit Archivnummern und beschreiben sie kurz und prägnant (z. B. Titel, Thema, Länge). Weiters ordnen sie jedem Bild-, Ton- oder Textdokument Schlagworte zu, die einer bestimmten Suchsystematik entsprechen und das rasche Wiederfinden ermöglichen. MedienarchivarInnen bereiten die Mediendatenbanken für den direkten Zugriff – zum Teil auch für Außenstehende über das Internet – auf. Sie sorgen weiters für die fachgerechte Aufbewahrung historischer Bild- und Tondokumente und deren Digitalisierung. Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen vor allem bei Rundfunk- und Fernsehanstalten, Verlagshäusern, Filmverleihen, öffentlichen und privaten Archiven, in Bibliotheken sowie bei Dokumentationsstellen. Der Arbeitsmarkt ist eher klein.

Aus- und Weiterbildung:

- Lehrberuf Archiv-, Bibliotheks- und InformationsassistentIn
- FH-Studiengänge Information, Medien, Kommunikation (Bachelor/Eisenstadt), Informationsmanagement (Bachelor, Master/Graz)
- Uni-Studien Informationsmanagement (Bachelor, Master/Klagenfurt), Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Salzburg), Medien- und Kommunikationswissenschaften (Bachelor/Klagenfurt), Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Wien)
- Universitätslehrgang Library and Information Studies (Graz, Innsbruck, Salzburg, Wien)

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.



MusikprogrammiererIn

MusikprogrammiererInnen treffen die zielgruppenspezifische Musikauswahl eines Radiosenders. Sie wählen, entsprechend dem Hörfunkformat und der „Musikfarbe“ (z. B. Oldies, Rock/Pop, Alternative, Klassik, Volksmusik) des Radiosenders, eine Anzahl von Musiktiteln aus und erstellen Playlists mithilfe von Musikprogrammierungssoftware. Dabei wird die Rotation, d. h. wie häufig ein Titel am Tag oder in der Woche gesendet werden soll, berücksichtigt. Für die Musikplanung müssen die Titel in Kategorien bzw. Gruppen und Untergruppen eingeteilt und mit Merkmalen versehen werden (z. B. Gruppen wie Neuheiten, aktuelle Hits, Merkmale wie Interpret, Stimmung etc.). MusikprogrammiererInnen haben, unabhängig von ihrem eigenen Musikgeschmack, einen guten Überblick über das gesamte Musikangebot. Beschäftigungsmöglichkeiten bieten öffentliche und private Radiosender.

Aus- und Weiterbildung:

- Für MusikprogrammiererInnen gibt es keine spezielle Ausbildung. So eignet sich der Beruf insbesondere für musikinteressierte Radio-RedakteurInnen, die über entsprechende Musik- und Computerkenntnisse verfügen.

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.



On-Air-DesignerIn/TV-DesignerIn

On-Air-DesignerInnen/TV-DesignerInnen konzipieren und gestalten das Erscheinungsbild von Fernsehsendern und Fernsehsendungen. Ziel ist es, für den jeweiligen Sender bzw. die Sendung einen hohen Wiedererkennungswert zu schaffen. Sie entwerfen Designs für neue Sendungen und entwickeln bestehende Designs weiter. Darüber hinaus gestalten sie auch Eigenwerbungen für Sender und Sendungen (On Air Promotion), Trailer, Imagefilme und 2D/3D-Animationen. Die visuellen Auftritte von TV-Sendern, Sendungsdesigns und Programmhinweise werden immer aufwendiger produziert. On-Air-DesignerInnen benötigen daher für ihre Tätigkeit ausgezeichnete Grafik-, Animations- und Compositing-Software-Kenntnisse. Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen vor allem bei TV-Sendern, Filmproduktionsfirmen, aber auch bei Werbe- und Multimedia-Agenturen.

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.

Aus- und Weiterbildung:

- Höhere Lehranstalt für Grafik- und Kommunikationsdesign (Graz, Innsbruck, Linz, Salzburg, Wien), Höhere Lehranstalt für Medien, Ausbildungsschwerpunkt Film (Graz)
- Kolleg für Medientechnik und Medienmanagement, Ausbildungszweig Fotografie und audiovisuelle Medien/Multimedia (Wien)
- Digital Film Production (Diploma, Bachelor/SAE Institute Wien)
- FH-Studiengänge Film-, TV- und Medienproduktion (Bachelor/Wien), Informationsdesign (Bachelor/Graz), InterMedia (Bachelor, Master/Dornbirn), Medientechnik und -design (Bachelor/Hagenberg), MultiMediaTechnology (Bachelor, Master/Salzburg), Digitale Medientechnologien (Master/St. Pölten)
- Uni-Studien Bildtechnik und Kamera (Bachelor/Wien), Digital Art – Compositing (Master/Wien)



Storyliner (m/w)

Storyliner arbeiten – meist im Team – an der Entwicklung und Umsetzung von Serien (vor allem Soap-Operas und Telenovelas), die täglich bzw. wöchentlich ausgestrahlt werden. Die Biografien der Figuren, die Rollenprofile, werden in der sogenannten „Bibel“ festgelegt. Die Storyliner entwickeln einen Plan, nach dem sich die Handlung entwickelt und liefern eine detaillierte Beschreibung der einzelnen Szenen. Die Arbeit der Storyliner dient den DialogautorInnen als Grundlage. Storyliner arbeiten meist unter großem Zeitdruck, da Soap-Operas und Telenovelas meist fünfmal pro Woche ausgestrahlt werden. Der Arbeitsmarkt für Storyliner ist in Österreich noch sehr klein. Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen vor allem im freischaffenden Bereich und bei TV-Anstalten.

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.

Aus- und Weiterbildung:

- Uni-Studien Buch und Dramaturgie (Bachelor, Master/Wien), Deutsche Philologie/Germanistik (Bachelor, Master/Graz, Innsbruck, Klagenfurt, Salzburg, Wien), Theater-, Film- und Medienwissenschaft (Bachelor/Wien)
- Lectures, Workshops und Seminare des Drehbuchforums Wien

Ausbildungskompass

für Ausbildungsmöglichkeiten in Österreich

Der Ausbildungskompass bietet detaillierte Informationen über die Bildungsmöglichkeiten und Ausbildungseinrichtungen in Österreich.

Im Ausbildungskompass finden Sie heraus, welche Ausbildungen es in Ihrer Umgebung gibt.



BERUFS-INFOS ONLINE

www.ams.at/ausbildungskompass



► Theater und Musik

► Charakteristika & Trends

Das Berufsfeld „Theater und Musik“ übt eine hohe Anziehungskraft auf junge Menschen aus. Viele träumen davon, SchauspielerIn, RegisseurIn, BühnenbildnerIn oder MusikerIn zu werden. Die künstlerischen Anforderungen sind für diese Berufe allerdings sehr hoch. Die oft schwierige Jobsuche erfordert ein überdurchschnittliches Maß an Engagement und Durchhaltevermögen.

Die wirtschaftliche Situation der meisten Theaterbetriebe in Österreich ist angespannt. Öffentliche Subventionen spielen eine große Rolle, um Theateraufführungen überhaupt produzieren zu können. Die Zahl der fix angestellten MitarbeiterInnen ist bei großen Betrieben im Sinken begriffen, bei kleinen Theatern und freien Gruppen sind freiberufliche Engagements die Norm. Die Konkurrenz unter den BewerberInnen steigt, gleichzeitig gibt es aber auch für gute Leute Möglichkeiten, Theaterluft zu schnuppern – z.B. bei Theaterfestivals oder Sommertheatern.

Die beruflichen Möglichkeiten für MusikerInnen sind in den Bereichen der E- und U-Musik sehr unterschiedlich. E-MusikerInnen stehen einem vergleichsweise größeren etablierten Arbeitsmarkt gegenüber, der aus zahlreichen Orchestern und Ensembles besteht. Dennoch gibt es auch hier hohe Konkurrenz unter den BewerberInnen. Die beruflichen Chancen von E-MusikerInnen werden maßgeblich vom gewählten Instrument bestimmt. Die U-Musik bietet in Österreich geringe Möglichkeiten für eine hauptberufliche Arbeit. Die meisten U-MusikerInnen arbeiten in Bands, mitunter auch als StudiomusikerInnen für einzelne Produktionen.

Insbesondere im Bereich der U-Musik tätige MusikerInnen sollten sich der Möglichkeiten der Neuen Medien bewusst sein. So sind z.B. Grundkenntnisse im Schneiden und Abmischen eigener Songs und Videos von Vorteil. Das Internet bietet vielfältige Kommunikationskanäle (Musikportale, eigene Website, Blogs, YouTube, Facebook etc.), um auf eigene Projekte und Konzerte aufmerksam zu machen und mit interessierten Personen in Kontakt zu treten und zu bleiben. Die Chancen, die sich durch den Verkauf von Musiktiteln über Online-Musikdienste (als Download oder Stream) ergeben, sollten jedoch nicht überbewertet werden.

Im Berufsfeld „Theater und Musik“ ist es zu Beginn der Laufbahn besonders wichtig, bei Produktionen mitzuhelfen und persönliche Kontakte zur Szene aufzubauen. Die Messlatte hängt gerade bei der Bewerbung sehr hoch. Hier gilt es, sich den zukünftigen ArbeitgeberInnen von der besten Seite zu präsentieren. Wichtige berufliche Anforderungen sind – neben den spezifischen künstlerischen Fachkenntnissen – zeitliche und örtliche Flexibilität, Teamfähigkeit, Selbstdisziplin und Durchhaltevermögen.

► Literaturtipps

Zeitschriften:

Rondo – Das Klassik & Jazz Magazin

Theater heute

Fachbücher:

Hartewig, Wibke: Traumberuf Tänzer. Ausbildung, Einstieg, Praxis. Henschel Verlag, 2013.

Kolonko, Nils: Bandologie. 111 Marketing-Ideen für deine Band. Kolonko Books, 2013.

Moss, Larry: Schauspielen. Entdecke dein wahres Potenzial. Henschel Verlag, 2015.



► Berufsübersicht



BühnenbildnerIn
KostümbildnerIn
KulissenmalerIn
MaskenbildnerIn

siehe „Film, Video und Tonträger“

RegisseurIn

siehe „Film, Video und Tonträger“



MedienkomponistIn
MusikerIn
SängerIn
Singer-Songwriter (m/w)



DramaturgIn
Event-ManagerIn

*siehe „Kulturmanagement und
 Veranstaltungswesen“*

InspizientIn

RequisiteurIn

siehe „Film, Video und Tonträger“



Choreografin
MusicaldarstellerIn
SchauspielerIn
TänzerIn



BeleuchterIn

siehe „Film, Video und Tonträger“

BühnentechnikerIn

StudiotechnikerIn

siehe „Radio und Fernsehen“

VeranstaltungstechnikerIn

*siehe „Kulturmanagement und
 Veranstaltungswesen“*



AutorIn

siehe „Zeitungen und Verlage“



MusikwissenschaftlerIn

*siehe „Medienwissenschaft und
 Kunsttheorie“*

TheaterwissenschaftlerIn

*siehe „Medienwissenschaft und
 Kunsttheorie“*

► Miniglossar

[Corps de Ballet] Ballettgruppe

[E-Musik] „ernste“ Musik (z. B. Klassik)

[Gestik] Gesamtheit der Ausdrucksbewegungen des Körpers

[Intendanz] künstlerische Leitung und Geschäftsführung eines Theaters, Opernhauses, Festivals, einer Rundfunkanstalt

[Kabarett] Aufführung an einer Kleinkunsthöhne mit zumeist zeit- und sozialkritischem Inhalt

[Mimik] Mienenspiel, sichtbare Bewegungen des Gesichts

[Pantomime] Darstellung einer Handlung oder Situation durch Gestik und Mimik, ohne Worte

[Playback] Musik, die von einem Tonträger zugepielt und nicht live vorgetragen wird

[Requisiten] alle beweglichen Gegenstände, die zur Ausstattung eines Theaterstückes oder eines Films benötigt werden

[Schnürboden] im Theater Zwischendecke oberhalb der Bühne mit Vorrichtungen (z. B. Seile, Züge) zum Anheben und Herablassen (von Elementen) des Bühnenbildes

[Signation] Kennmelodie einer Radio- oder Fernsehsendung

[Soundcheck] Kontrolle und Testen der Einstellungen der Tonanlage vor Konzerten

[Synthesizer] Musikinstrument zur Erzeugung von elektronischen Tönen und Klängen

[U-Musik] Unterhaltungsmusik (z. B. Pop)



BühnentechnikerIn

► Aufgabenbereiche und Tätigkeiten

BühnentechnikerInnen kümmern sich um bühnentechnische Aufgabenstellungen, die sich aus der Inszenierung ergeben, und tragen damit zu einem reibungslosen Proben- und Vorstellungsablauf bei. Sie bauen die Bühne sowie die Bühnendekoration auf und helfen beim Ab- und Umbau der Kulissen. Außerdem bedienen und warten sie die Bühnentechnik (z. B. Drehbühne, senk- und hebbare Bodenelemente, Schnürboden, Lichttechnik, Tontechnik).

► Berufsanforderungen

Theater-Produktionskenntnisse; Bühnentechnik; Lichttechnik; Tontechnik; Elektroinstallation und Elektrohandwerk; Holz- und Metallbearbeitungskenntnisse; Befestigungstechnik; Veranstaltungstechnik-Kenntnisse; Brandschutzbestimmungen; Transportabwicklungskenntnisse; technisches Verständnis; handwerkliches Geschick; Flexibilität; körperliche Belastbarkeit; Teamfähigkeit; Bereitschaft zu unregelmäßigen Arbeitszeiten

► Beschäftigungsmöglichkeiten und Arbeitsmarktsituation

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen vor allem bei Theatern, Opernhäusern und Musicalbühnen (von Bund, Ländern oder privater Seite) sowie bei Filmproduktionsfirmen oder Fernsehanstalten.

► Karrierechancen und Einkommensperspektiven

BühnentechnikerInnen können zu technischen LeiterInnen aufsteigen. Das Einkommen liegt beim Berufseinstieg in etwa zwischen € 1.900,- und € 2.600,- brutto im Monat.

► Aus- und Weiterbildung

- Lehrberufe ElektronikerIn, ElektrotechnikerIn, VeranstaltungstechnikerIn, TischlerIn, Zimmerer/Zimmerin
- Fachschule für Elektronik, Fachschule für Elektrotechnik, Fachschule für Tischlerei
- Höhere Lehranstalt für Elektronik, Höhere Lehranstalt für Elektrotechnik, Höhere Lehranstalt für Innenarchitektur und Holztechnologien
- Event Engineering (Bachelor/New Design University – Privatuniversität der Kreativwirtschaft, St. Pölten)
- Weiterbildungsmöglichkeiten bieten das bfi (Berufsförderungsinstitut) und das WIFI (Wirtschaftsförderungsinstitut).

Zu den bühnentechnischen Einrichtungen zählt man üblicherweise:

- mechanische Systeme zur Gestaltung des Bühnen- und Zuschauerraumes (...),
- mechanische Systeme zum Bewegen von Bauelementen der Bühne, zur szenischen Gestaltung und für Verwandlungen zum Wechsel des Bühnenbildes,
- mechanische Systeme zum Fördern und Lagern von Dekorationselementen,
- mechanische Einrichtungen für den Brandschutz,
- Einrichtungen der Beleuchtungs- und Projektionstechnik,
- akustische Systeme der Tontechnik.

In: Grösel, Bruno:
Bühnentechnik.

Mechanische Einrichtungen.
Verlag Walter de Gruyter, 2015.

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.



InspizientIn



► Aufgabenbereiche und Tätigkeiten

InspizientInnen sorgen für den reibungslosen technischen und künstlerischen Spielablauf in Theater-, Opern-, Operetten- und Musicalvorstellungen. Bei den Proben sind sie als VermittlerInnen zwischen RegisseurInnen, KünstlerInnen und Bühnenpersonal tätig und dokumentieren die Regieanweisungen im Inspizientenbuch. Vor der Vorstellung überprüfen sie das Bühnenbild und die Requisiten, während des Stücks koordinieren sie die zeitlich exakten Einsätze von KünstlerInnen, BühnentechnikerInnen und BeleuchterInnen.

► Berufoanforderungen

Künstlerische Fachkenntnisse; Theater-Produktionskenntnisse; technisches Verständnis; Fremdsprachen-Kenntnisse; Organisationstalent; Reaktionsfähigkeit; Improvisationstalent; Konzentrationsfähigkeit; Kommunikationsstärke; Durchsetzungsvermögen; Teamfähigkeit; Selbstständigkeit; Bereitschaft zu unregelmäßigen Arbeitszeiten

► Beschäftigungsmöglichkeiten und Arbeitsmarktsituation

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen vor allem bei Theatern, Opernhäusern und Musicalbühnen (von Bund, Ländern oder privater Seite). Der Arbeitsmarktbedarf an neuen InspizientInnen ist eher gering, gute und erfahrene Fachkräfte werden aber immer wieder gesucht.

► Karrierechancen und Einkommensperspektiven

InspizientInnen werden zumeist unter der Anleitung erfahrener KollegInnen auf ihre Aufgabe vorbereitet. Die Aufstiegsmöglichkeiten sind beschränkt, an großen Theater- und Opernhäusern können sie zu ChefinspizientInnen aufsteigen. Die Einstiegsgehälter betragen zu Beginn der beruflichen Laufbahn – je nach Größe des Theaters – zwischen € 1.900,- und € 2.600,- brutto monatlich.

► Aus- und Weiterbildung

- Für den Beruf des Inspizienten/der Inspizientin gibt es keine geregelte Ausbildung, eine künstlerische Vorbildung und Theatererfahrung werden allerdings in der Regel vorausgesetzt.
- Oft wird diese Tätigkeit von SchauspielerInnen, SängerInnen, TänzerInnen, RegieassistentInnen, BühnentechnikerInnen oder BeleuchterInnen ausgeübt.

Seitlich der Bühne steht das mit Monitoren, Sprechverbindungen sowie optischen und akustischen Signalanlagen ausgestattete Inspizientenpult, von dem aus er den Verlauf der Aufführung steuert. (...) Im Verlauf des Abends veranlasst der Inspizient anhand des von ihm eingerichteten Klavierauszugs oder Textbuchs alle dort auf die Note bzw. das Stichwort genau vermerkten Lichtwechsel, Toneinspielungen und szenischen Verwandlungen inklusive des Öffnens und Schließens des Vorhangs, nachdem er sich zuvor von der ordnungsgemäßen Einrichtung der Bühne überzeugt hat.

Berufsbild InspizientIn
Deutscher Bühnenverein
Bundesverband der Theater
und Orchester
www.buehnenverein.de

*Die genauen Adressen
finden Sie im Adressteil.*



MusikerIn

Was ist Musik für Sie?

Kunst und Musik sind gemeinsam eines der wertvollsten Güter auf der Welt, die unvergänglich sind und eine internationale Sprache innehaben. Jeder kann sie für sich entdecken (...).

Interview mit dem Pianisten
Philipp Scheucher
Talentebörse, Radio Ö1
<http://oe1.orf.at>
7.4.2016

*Die genauen Adressen
finden Sie im Adressteil.*

► Aufgabenbereiche und Tätigkeiten

MusikerInnen erarbeiten, interpretieren und spielen Musikstücke der E-Musik (z.B. klassische Musik) oder der U-Musik (z.B. Jazz, Pop, Rock, Volkstümliche Musik). Sie arbeiten in Gruppen (Orchester, Ensembles, Bands) oder als SolistInnen. Ihre berufliche Tätigkeit besteht aus Üben, Probenarbeit, Aufführungen sowie Studioaufnahmen. Darüber hinaus erteilen MusikerInnen oft auch Musikunterricht.

► Berufsanforderungen

Technische und künstlerische Beherrschung eines oder mehrerer Musikinstrumente (Saiten-, Blas-, Tasten- und Schlaginstrumente, elektronische Instrumente); Musikalität; gutes Gehör; Werkkenntnis im Bereich Musik; umfangreiches musikalisches Repertoire; Improvisationstalent; Fähigkeit zur Selbstdarstellung; Flexibilität; Reisebereitschaft; Bereitschaft zu unregelmäßigen Arbeitszeiten; Belastbarkeit; Teamfähigkeit; Selbstdisziplin; Durchhaltevermögen

► Beschäftigungsmöglichkeiten und Arbeitsmarktsituation

Die meisten MusikerInnen im Bereich der E-Musik sind in großen Berufsorchestern (Sinfonie- und Opernorchester) oder in kleineren Kammerensembles tätig. MusikerInnen im Bereich der U-Musik arbeiten meist in Bands, mitunter auch als StudiomusikerInnen. Nur wenige MusikerInnen können sich auf Dauer beruflich etablieren. Es dominieren freiberufliche Arbeitsverhältnisse. Viele MusikerInnen erteilen auch Musikunterricht.

► Karrierechancen und Einkommensperspektiven

Die Chancen für MusikerInnen, als SolistIn tätig zu werden, sind sehr beschränkt. Eine fixe Anstellung in Orchestern ist schwierig zu erreichen, da nur wenige Stellen zur Verfügung stehen und die Anforderungen sehr hoch sind. Persönliche Netzwerke sowie die Unterstützung durch professionelle AgentInnen gelten als das Um und Auf, um in der Musikbranche bestehen zu können. Das Einkommen von MusikerInnen ist weitgehend vom Ausmaß ihrer Engagements bzw. ihrer Aufträge und ihrem Bekanntheitsgrad abhängig.

► Aus- und Weiterbildung

- Zum Beruf MusikerIn führen Ausbildungen an Konservatorien, verschiedene Instrumentalstudien (Universität für Musik und darstellende Kunst Graz, Universität für Musik und darstellende Kunst Wien, Universität Mozarteum Salzburg) sowie Ausbildungen an einschlägigen Privatuniversitäten (Linz, Wien).
- Darüber hinaus gibt es eine Vielzahl an Weiterbildungsmöglichkeiten wie Universitätslehrgänge, Kurse, Workshops und Seminare.



SängerIn

► Aufgabenbereiche und Tätigkeiten

SängerInnen studieren Text und Melodie musikalischer Werke ein, setzen sich mit den jeweiligen Interpretationsmöglichkeiten auseinander und tragen als SolistInnen oder als ChorsängerInnen Gesangsstücke vor. Sie stellen in Opern, Operetten und Musicals verschiedenste Charaktere stimmlich und schauspielerisch dar, treten bei Konzerten und Musikveranstaltungen auf und arbeiten im Tonstudio an Aufnahmen. SängerInnen können auch bei Werbeproduktionen mitwirken und Gesangsunterricht geben. Sie arbeiten eng mit RegisseurInnen, DirigentInnen, MusikerInnen, ProduzentInnen und StudiotechnerInnen zusammen.

► Berufsanforderungen

Gesang; ausgeprägte Stimme; Musikalität; gutes Gehör; Werkkenntnis im Bereich Musik; umfangreiches musikalisches Repertoire; Stimmbildung; hohe Aufnahme- und Merkfähigkeit; Kreativität; Fähigkeit zur Selbstdarstellung; schauspielerische Begabung; Flexibilität; Reisebereitschaft; Bereitschaft zu unregelmäßigen Arbeitszeiten; Belastbarkeit; Teamfähigkeit; Selbstdisziplin; Durchhaltevermögen

► Beschäftigungsmöglichkeiten und Arbeitsmarktsituation

Ausgebildete SängerInnen arbeiten als SolistInnen oder ChorsängerInnen an Opern-, Operetten-, Theater- und Musicalbühnen. Darüber hinaus können sie an der Produktion von Rundfunkaufnahmen oder Tonträgern mitwirken und – bei höherem Bekanntheitsgrad – Konzerte geben. SängerInnen in der Unterhaltungsmusik treten bei Musikveranstaltungen auf, produzieren Einzeltitel und Alben oder singen für Werbeproduktionen. Die Arbeitsmarktsituation für SängerInnen ist eher ungünstig, die Konkurrenz in den meisten Sparten groß. SängerInnen erteilen darüber hinaus privat, zum Teil auch an Musikschulen, Gesangsunterricht.

► Karrierechancen und Einkommensperspektiven

Die Chancen für SängerInnen, als SolistIn tätig zu werden, sind sehr beschränkt. Das Einkommen von SängerInnen ist weitgehend vom Ausmaß ihrer Engagements bzw. ihrer Aufträge und ihrem Bekanntheitsgrad abhängig.

► Aus- und Weiterbildung

- Die Ausbildung von SängerInnen erfolgt an Konservatorien, durch das Uni-Studium Gesang (Universität für Musik und darstellende Kunst Graz, Universität für Musik und darstellende Kunst Wien, Universität Mozarteum Salzburg), an Privatuniversitäten (Linz, Wien) sowie durch private GesangslehrerInnen.
- Darüber hinaus gibt es eine Vielzahl an Weiterbildungsmöglichkeiten wie Universitätslehrgänge, Kurse, Workshops und Seminare.

Sänger müssen auch als Solisten Teamplayer sein, weil sie mit anderen Musikern in einem Gesamtgefüge zusammenarbeiten. Stressresistenz ist aufgrund der zahlreichen Reisen eine weitere wichtige Eigenschaft. Die Sänger müssen ihre Stimme pflegen, sorgsam mit ihr umgehen und sollten ihr Repertoire, besonders in der Oper, klug auswählen. Gesang auf höchstem Niveau ist eine auch körperlich anstrengende Arbeit, weshalb Sänger auch auf ihre Fitness achten müssen. Neben den Auftritten müssen auch Schon- und Lernzeiten für neue Stücke vom Sänger eingeplant werden.

Conrad Pramböck:
Operngagen. Nicht jeder verdient wie eine Netrebko
www.derstandard.at
7.10.2015

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.



SchauspielerIn

► Aufgabenbereiche und Tätigkeiten

Das Hauptaufgabengebiet von SchauspielerInnen ist die Darstellung einer Rolle im Rahmen einer Theaterinszenierung, eines Spielfilms oder einer Fernsehserie. In enger Zusammenarbeit mit dem/der RegisseurIn gestalten sie die einzelnen Rollenpartien (Sprache, Mimik, Gestik, Bewegung), nachdem sie sich eingehend mit dem Inhalt des Stücks oder des Films auseinandergesetzt haben. Ihr Arbeitstag ist vor allem von der Probenarbeit gekennzeichnet (Leseproben, Einstudieren bestimmter Bewegungen und Artikulationen, Spielproben).

► Berufsanforderungen

Künstlerische Fachkenntnisse (z.B. Darstellende Kunst, Literatur); Bühnen-, Film- und Fernseh-Produktionskenntnisse; Werk- und Rollenkenntnisse; Rollenstudium; Atem-, Stimm- und Sprechgestaltung; Stimmbildung; hohe Aufnahme- und Merkfähigkeit; Kreativität; Aufgeschlossenheit; gutes Auftreten; Bewegungstalent; Teamfähigkeit; Flexibilität; Reisebereitschaft; Bereitschaft zu unregelmäßigen Arbeitszeiten; Zielstrebigkeit; Selbstdisziplin; Durchhaltevermögen

► Beschäftigungsmöglichkeiten und Arbeitsmarktsituation

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen bei Theatern, bei Filmproduktionsunternehmen sowie bei Rundfunk- und Fernsehanstalten (Sprach-synchronisation von Filmen, Hörspielen). Viele hauptberuflich tätige SchauspielerInnen sind nicht fest angestellt, sondern arbeiten freiberuflich für einzelne Produktionen, die sich meist über mehrere Monate erstrecken. Die Beschäftigungschancen für SchauspielerInnen sind beschränkt.

► Karrierechancen und Einkommensperspektiven

SchauspielerInnen können zu EnsembleleiterInnen aufsteigen. Der Verdienst von SchauspielerInnen in kleinen Theatergruppen ist relativ gering und vom Ausmaß ihrer Engagements abhängig. In mittleren und großen Theatern liegen die Anfangsgehälter bei € 1.900,- bis € 2.500,- brutto monatlich.

► Aus- und Weiterbildung

- Die Ausbildung von SchauspielerInnen erfolgt an Konservatorien, durch das Uni-Studium Schauspiel (Universität für Musik und darstellende Kunst Graz, Universität für Musik und darstellende Kunst Wien, Universität Mozarteum Salzburg), an einschlägigen Privatuniversitäten (Linz, Wien) sowie durch private Schauspielschulen.
- Darüber hinaus gibt es eine Vielzahl an Weiterbildungsmöglichkeiten wie Universitätslehrgänge, Kurse, Workshops und Seminare.

Ich bereite mich gerne gut vor, egal ob in Theater, Fernsehen oder Film. Eine gute Vorbereitung gestattet eine größere Freiheit, im Moment zu arbeiten, weil dann eh immer alles anders ist, als man es sich vorstellt. Wenn man nicht vorbereitet ist, wird man eher unsicher und macht dann zu viel vom Falschen oder zu wenig vom Richtigen.

Interview mit dem Schauspieler
Nicholas Ofczarek
www.derstandard.at
10.4.2016

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.



TänzerIn

► Aufgabenbereiche und Tätigkeiten

TänzerInnen gestalten durch Bewegungen und Körperausdruck Tanzstücke bzw. Tanzrollen. Sie treten in Ballett-, Opern-, Operetten- und Musicalinszenierungen auf und wirken auch in Theaterstücken, Fernsehshows und Performances mit. Dabei drücken sie mit Tanz, Mimik und Gestik Gefühlszustände, Situationen und Handlungen aus. Sie treten entweder als SolistInnen oder Mitglieder eines Corps de Ballet oder Ensembles auf. Das Aufgabenfeld von TänzerInnen reicht vom klassischen Ballett über den Jazztanz bis zur freien Improvisation. Ihr Arbeitsalltag besteht aus Tanztraining, Probenarbeit und Aufführungen.

► Berufsanforderungen

Künstlerische Fachkenntnisse (z. B. Ballett, Modern Dance); Kenntnisse von Tanzstilen und in der Umsetzung choreografischer Vorgaben; Fremdsprachenkenntnisse; Bewegungstalent; Musikalität; räumliches Vorstellungsvermögen; Einsatzbereitschaft; interkulturelle Kompetenz; Reisebereitschaft; Bereitschaft zu unregelmäßigen Arbeitszeiten; Belastbarkeit; Teamfähigkeit; Selbstdisziplin; Durchhaltevermögen

► Beschäftigungsmöglichkeiten und Arbeitsmarktsituation

TänzerInnen arbeiten an Theater-, Operetten-, Opern- und Musicalbühnen, manchmal auch für Film- und Fernsehproduktionen. Die Nachfrage nach guten TänzerInnen ist konstant, allerdings besteht starke (auch internationale) Konkurrenz unter den BewerberInnen.

► Karrierechancen und Einkommensperspektiven

Die Aufstiegsmöglichkeiten für TänzerInnen sind beschränkt, nur wenige schaffen es zum/zur SolotänzerIn. TänzerInnen können aufgrund der hohen körperlichen Belastung ihren Beruf nicht unbegrenzt ausüben. Einige arbeiten nach ihrer aktiven Laufbahn als Choreografin oder TanzlehrerIn. Das Einkommen von TänzerInnen ist weitgehend vom Ausmaß ihrer Engagements und ihrem Bekanntheitsgrad abhängig.

► Aus- und Weiterbildung

- Eine Ausbildung zum/zur TänzerIn kann unter anderem an Konservatorien, privaten Ballettschulen und Tanzstudios sowie an Universitäten und Privatuniversitäten absolviert werden.
- Zeitgenössischer und klassischer Tanz (Bachelor/Musik und Kunst Privatuniversität der Stadt Wien – MUK), Zeitgenössischer Tanz – Bühnentanz/Performance/Pädagogik (Bachelor/Anton Bruckner Privatuniversität Linz), Zeitgenössischer Bühnentanz (Master/Anton Bruckner Privatuniversität Linz)
- Die Weiterbildung von TänzerInnen erfolgt in der beruflichen Praxis sowie durch die Teilnahme an Workshops und Seminaren.

Unsere Kunst ist es eben, mit unserem Körper Gefühle zu vermitteln, darin liegt der magische Moment, den wir fürs Publikum spürbar machen wollen. Die Musik tut dann noch ihr Übriges, um die jeweilige dramatische oder sinnliche Stimmung zu unterstreichen.

Interview mit Solotänzer
Eno Peci
Wiener Staatsballet
www.wiener-staatsoper.at

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.



► Weitere Berufe des Berufsfeldes



BühnenbildnerIn

BühnenbildnerInnen entwerfen und gestalten die Bühnenbilder für Theaterstücke, Tanzaufführungen, Opern, Operetten oder Musicals. In Absprache mit RegisseurInnen erstellen sie ein Konzept für die Gestaltung der Bühne und bestimmen die zu verwendenden Materialien. Sie kalkulieren die Kosten, organisieren und überwachen die Herstellung des Bühnenbildes. BühnenbildnerInnen finden Beschäftigung an Theaterhäusern, beim Fernsehen und bei Filmproduktionsfirmen, wobei die meisten für die Dauer einer Produktion engagiert werden. Die Berufschancen sind eher ungünstig.

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.

Aus- und Weiterbildung:

- Uni-Studium Bühnengestaltung (Diplom/Graz, Salzburg, Wien)



Choreografin

Choreografinnen entwickeln, gestalten und leiten Tänze für Opern- und Ballettaufführungen, Theaterstücke, Musicals, Musikrevuen, Performances oder Fernsehshows. Sie kümmern sich um den reibungslosen Ablauf der Proben, studieren mit den TänzerInnen einzelne Bewegungen und tänzerische Elemente ein, konzipieren die Abläufe und dokumentieren diese in Form schriftlicher Aufzeichnungen. Beschäftigungsmöglichkeiten ergeben sich insbesondere an Opern- und Operettenhäusern, an Theater- und Musicalbühnen sowie in Film- und Fernsehstudios. Ihre Tätigkeit erfordert die Zusammenarbeit mit vielen beteiligten Personen. Neben TänzerInnen sind dies beispielsweise Kostüm- und BühnenbildnerInnen, RegisseurInnen und InspizientInnen. Der Arbeitsmarktbedarf an Choreografinnen ist sehr gering.

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.

Aus- und Weiterbildung:

- Fast alle Choreografinnen sind ehemalige TänzerInnen. Neben einer langjährigen Tätigkeit als TänzerIn benötigen Choreografinnen pädagogisch-didaktische Fähigkeiten, Führungs- und Inszenierungskompetenz sowie Innovationskraft und Kreativität. Weiterbildung bedeutet in diesem Beruf vor allem die Auseinandersetzung mit verschiedensten Tanzstilen und choreografischen Strömungen.
- Uni-Studien Elementare Musik- und Tanzpädagogik (Bachelor, Master/Salzburg), Musiktheaterregie (Diplom/Wien)
- Zeitgenössische Tanzpädagogik (Bachelor/Musik und Kunst Privatuniversität der Stadt Wien – MUK), Zeitgenössischer Tanz – Bühnentanz/Performance/Pädagogik (Bachelor/Anton Bruckner Privatuniversität Linz), Tanzpädagogik – Movement Studies (Master/Anton Bruckner Privatuniversität Linz)



DramaturgIn

DramaturgInnen beraten die Intendanz eines Theaters bei der Erstellung des Spielplans sowie bei der künstlerischen Besetzung von Bühnenstücken. Sie lesen und wählen Theaterstücke aus und suchen nach neuen Stoffen für Aufführungen. Sie unterstützen die RegisseurInnen und SchauspielerInnen bei der Interpretation eines Werkes und erarbeiten ein umfassendes Verständnis des Theaterstückes. Ein weiteres Aufgabengebiet sind organisatorische Aufgaben, z. B. bereiten sie Inszenierungen und Produktionen vor, kümmern sich um die Aufführungsrechte, geben Textübersetzungen in Auftrag und betreiben Öffentlichkeitsarbeit. DramaturgInnen arbeiten in Österreich fast ausschließlich in großen Theaterhäusern, die Nachfrage am Arbeitsmarkt ist äußerst gering.

Aus- und Weiterbildung:

- Uni-Studien Buch und Dramaturgie (Bachelor, Master/Wien), Theater-, Film- und Medienwissenschaft (Bachelor/Wien), Theater-, Film- und Medien-geschichte (Master/Wien), Theater-, Film- und Medientheorie (Master/Wien)

*Die genauen Adressen
finden Sie im Adressteil.*



KostümbildnerIn

KostümbildnerInnen entwerfen und realisieren die Kostüme der DarstellerInnen für Bühnen- oder Filmproduktionen. Dabei besprechen sie sich mit RegisseurInnen und MaskenbildnerInnen, kalkulieren die Kosten der Kleiderherstellung, kaufen Stoffe und Materialien und überwachen die Fertigung der Kostüme in Schneidereien. Beschäftigungsmöglichkeiten ergeben sich an Opernhäusern, Theatern, Musicalbühnen, in der Filmbranche und beim Fernsehen. Vielfach erfolgt die Tätigkeit freiberuflich und projektbezogen. Der Arbeitsmarkt für KostümbildnerInnen ist klein, die beruflichen Chancen für BerufseinsteigerInnen gelten als eher schlecht.

Aus- und Weiterbildung:

- Fachschule für Mode, Fachschule für Mode und Bekleidungstechnik
- Höhere Lehranstalt für Mode, Höhere Lehranstalt für Mode und Bekleidungs-technik, Höhere Lehranstalt für Modedesign und Produktgestaltung
- Kolleg für Mode (Graz, Wien)
- Uni-Studien Fashion & Technology (Bachelor/Linz), textil.kunst.design (Bachelor, Master/Linz), Mode (Diplom/Wien)

*Die genauen Adressen
finden Sie im Adressteil.*



KulissenmalerIn

KulissenmalerInnen, auch TheatermalerInnen genannt, arbeiten eng mit BühnenbildnerInnen oder SzenenbildnerInnen zusammen, nach deren künstlerischem Konzept sie Theater- oder Filmkulissen bemalen. Je nach Aufgabenstellung und Trägermaterial (vor allem Stoff, Holz, Papier) entscheiden sie, welche Maltechnik und -utensilien (z. B. Pinsel, Bürsten, Air-Brush) zum Einsatz kommen. Der Malstil entspricht dem künstlerischen Gesamtkonzept der Bühnen- oder Filmgestaltung. Manchmal sind möglichst realistische Bilder anzufertigen, die zum Teil nach der Vorlage eines Fotos gemalt werden, manchmal ist ein abstrakter Stil vorgesehen. Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen insbesondere bei Theater- und Musicalbühnen sowie bei Filmproduktions- und Filmausstattungsfirmen.

*Die genauen Adressen
finden Sie im Adressteil.*

Aus- und Weiterbildung:

- Höhere Lehranstalt für Kunst und Design, Höhere Lehranstalt für Kunst und Gestaltung
- Uni-Studium Bühnengestaltung (Diplom/Graz, Salzburg, Wien)



MedienkomponistIn

MedienkomponistInnen schreiben Musik für Filme, Radio- und Fernsehsendungen (z. B. Signations), Werbespots, Multimedia-Programme oder Computerspiele und sorgen für die musikalische Umsetzung ihrer Werke. Dabei arbeiten sie eng mit ProduzentInnen, RegisseurInnen, InstrumentalmusikerInnen oder ProjektmanagerInnen zusammen. Sie arbeiten oft freiberuflich für Filmproduktionsfirmen, Radio- und Fernsehstationen, Werbestudios, Multimedia-Agenturen und Softwareunternehmen. In Österreich gibt es nur wenige hauptberufliche MedienkomponistInnen.

*Die genauen Adressen
finden Sie im Adressteil.*

Aus- und Weiterbildung:

- Uni-Studien Computermusik (Bachelor, Master/Graz), Komposition und Musiktheorie (Bachelor/Graz), Komposition (Bachelor, Master/Salzburg), Elektroakustische Komposition (Diplom/Wien), Komposition (Diplom/Wien), Komposition (Master/Graz)
- Komposition (Bachelor, Master/Anton Bruckner Privatuniversität Linz, Musik und Kunst Privatuniversität der Stadt Wien – MUK)



MusicaldarstellerIn

MusicaldarstellerInnen verkörpern Rollen in Musicals und gestalten diese gesanglich, tänzerisch und schauspielerisch. Sie spielen entweder als SolistInnen oder werden in Gruppenauftritten (z. B. Chor) eingesetzt. Ihr Arbeitsalltag besteht aus Gesangs- und Tanztraining, Probenarbeit und Aufführungen. Gute MusicaldarstellerInnen werden immer wieder gesucht, die (auch internationale) Konkurrenz unter den BewerberInnen ist allerdings sehr groß. Viele arbeiten freiberuflich für die Dauer einer Produktion und suchen nach Beendigung ihres Vertrages ein neues Engagement.

Aus- und Weiterbildung:

- Die Ausbildung von MusicaldarstellerInnen erfolgt an Konservatorien, durch Uni-Studien, an einschlägigen Privatuniversitäten (Linz, Wien) sowie durch private Schauspielschulen. Voraussetzung ist in der Regel eine Gesangs-, Schauspiel- bzw. Tanz-Grundausbildung.
- Uni-Studien Musikdramatische Darstellung (Master/Wien), Musiktheater (Master/Graz), Oper und Musiktheater (Master/Salzburg)
- Musikalisches Unterhaltungstheater (Bachelor/Musik und Kunst Privatuniversität der Stadt Wien – MUK)
- Die berufliche Weiterbildung erfolgt durch die Teilnahme an Kursen, Workshops und Seminaren.

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.



Singer-Songwriter (m/w)

Singer-Songwriter sind KünstlerInnen, die ihre eigenen Texte schreiben, die Musik komponieren, ihre Lieder vertonen und singen. Bei Auftritten und Aufnahmen begleiten sie ihren Gesang selbst mit einem Instrument – oft mit Gitarre oder Klavier oder auch anderen Instrumenten. Singer-Songwriter können auch mit einer Begleitband Konzerte geben. Neben Komponieren, Texten, Proben, Konzerten und Studioaufnahmen gehören auch organisatorische Tätigkeiten zu ihrem Arbeitsalltag – zum Beispiel kümmern sie sich um Auftritte und Engagements, handeln Verträge aus und vermarkten sich selbst. Singer-Songwriter können auch Kompositionen und Texte für andere KünstlerInnen schreiben. Im deutschsprachigen Raum ist auch der Begriff LiedermacherIn verbreitet.

Aus- und Weiterbildung:

- Für den Beruf Singer-Songwriter sind künstlerische Fachkenntnisse wie Gesang, das Beherrschen von Musikinstrumenten, Komposition und Musiktheorie erforderlich.
- Ausbildungen an Konservatorien, verschiedene Instrumentalstudien oder das Uni-Studium Gesang (Universität für Musik und darstellende Kunst Graz, Universität für Musik und darstellende Kunst Wien, Universität Mozarteum Salzburg) sowie Ausbildungen an einschlägigen Privatuniversitäten (Linz, Wien) können zum Beruf Singer-Songwriter führen.

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.

► Werbung und Public Relations

► Charakteristika & Trends

Werbung und PR sind zwei einander ergänzende Ansätze beim Versuch, auf das eigene Unternehmen und seine Produkte oder Dienstleistungen aufmerksam zu machen bzw. darüber zu informieren. In der Werbung geht es primär darum, Produkte und Dienstleistungen möglichst attraktiv erscheinen zu lassen, um diese erfolgreich zu verkaufen. Public Relations (PR) hingegen informiert verschiedene Öffentlichkeiten (z. B. JournalistInnen, KundInnen, PolitikerInnen) über die Arbeit eines Unternehmens oder einer Institution und versucht, dessen/deren Image zu formen. Kommunikationsabteilungen von Unternehmen und Agenturen setzen vermehrt auf integrierte Kommunikation, d. h. die strategische Vernetzung und den ergänzenden Einsatz aller Kommunikationsinstrumente und -maßnahmen.

In der Werbung geht es längst nicht mehr nur um klassische Werbespots oder Anzeigen. KundInnen über Direktwerbung anzusprechen, ist unverzichtbarer Bestandteil vieler Kampagnen. Im Bereich Public Relations bestehen spezialisierte Leistungsangebote wie Human Relations, Investor Relations oder Krisen- und Konflikt-PR. Auch die Neuen Medien nehmen einen Fixplatz in den Überlegungen der Werbe- und PR-Profis ein. Neben Werbeeinschaltungen auf bekannten Websites, Suchmaschinenmarketing oder dem Versenden von Newslettern zählen dazu auch Social Media Marketing und Social Media Relations. Die Nutzung sozialer Netzwerke wie Facebook oder Twitter, von Blogs und Video-Portalen für Marketing-, Werbe- bzw. PR-Zwecke. Content Marketing, d. h. mit nützlichen Informationen oder unterhaltenden Inhalten (z. B. Infografiken, Videos) Zielgruppen anzusprechen, gewinnt an Bedeutung. Auch Storytelling liegt im Trend.

Die Bedeutung von Werbung und Public Relations ist heute in fast allen Branchen unbestritten. Dementsprechend gibt es Bedarf an qualifizierten Fachkräften, die Konkurrenz um ausgeschriebene Stellen ist meist groß. Personen mit umfassenden Kenntnissen, z. B. sowohl mit Beratungs- als auch Organisationserfahrung (PR- und Werbeberatung, Mediaplanung), werden bessere Chancen vorfinden. Im Kreativbereich (z. B. Art Director, WerbetexterInnen) gibt es immer eine gewisse Nachfrage nach talentierten Personen. Kreativität ist im Berufsfeld wichtig, jedoch nur eine von vielen Voraussetzungen auf dem Weg zum Erfolg. Denn dieser basiert auch auf werbefachlichen Kenntnissen, der Fähigkeit, im Team zu arbeiten, der Beobachtung und Analyse neuer Trends und der sich laufend weiterentwickelnden Medienlandschaft sowie auf zielgruppengerechter Kommunikation.

► Literaturtipps

Zeitschriften:

bestseller

HORIZONT

Fachbücher:

Daske, Tom: Hello Brand. 10 neue Kommunikationstrends für Markenmacher. Redline Verlag, 2016.

Grabs, Anne; Bannour, Karim-Patrick; Vogl, Elisabeth: Follow me! Erfolgreiches Social Media Marketing mit Facebook, Twitter und Co. Rheinwerk Computing, 2014.

Hoffjann, Olaf: Public Relations. UTB, 2015.



► Berufsübersicht



AnzeigenkontakterIn

siehe „Zeitungen und Verlage“

KontakterIn

PR-BeraterIn

PressesprecherIn

Social-Media-BeraterIn

siehe „Neue Medien“

WerbeberaterIn



Art Director (m/w)

GrafikerIn/Grafik-DesignerIn

siehe „Grafik und Fotografie“



GhostwriterIn

WerbetexterIn



Account Planner (m/w)

Creative Director (m/w)

Event-ManagerIn

siehe „Kulturmanagement und Veranstaltungswesen“

KommunikationsmanagerIn

MediaplanerIn

Medienfachmann/Medienfachfrau – Marktkommunikation und Werbung

SEO-/SEA-ManagerIn

siehe „Neue Medien“

Social-Media-ManagerIn

siehe „Neue Medien“



KommunikationswissenschaftlerIn

siehe „Medienwissenschaft und Kunsttheorie“

► Miniglossar

[Account] bezeichnet in der Werbung einen/eine AgenturkundIn oder auch den Etat bzw. das Budget für ein Werbeprojekt

[Corporate Identity] Unternehmensidentität; Merkmale und Charakteristika eines Unternehmens

[Direktwerbung] Verbreitung von Werbebotschaften per Post, E-Mail, SMS, Flugblatt

[Fokusgruppe] moderierte Gruppendiskussion, die z. B. in der Markt- und Meinungsforschung eingesetzt wird

[Human Relations] umfasst Kommunikation, Information, Betriebsklima und zwischenmenschliche Beziehungen von MitarbeiterInnen und Führungskräften innerhalb eines Unternehmens

[Investor Relations] Finanzkommunikation; Kontaktpflege eines Unternehmens zu AktionärInnen, InvestorInnen und Finanzmedien

[Markenführung] engl. Brand Management; Aufbau und Entwicklung einer Marke, um einen hohen Wiedererkennungswert zu schaffen

[Marketing] Maßnahmen eines Unternehmens zur Absatzförderung

[Public Affairs] Vertretung der Interessen eines Unternehmens oder einer Institution bei EntscheidungsträgerInnen in Politik und Wirtschaft

[Public Relations] Öffentlichkeitsarbeit; Maßnahmen und Aktivitäten zum Aufbau und zur Pflege von Kontakten und Vertrauen in der Öffentlichkeit

[Slogan] kurzer und einprägsamer Leitspruch, z. B. eines Unternehmens oder eines Produktes

[Suchmaschinenmarketing] engl. Search Engine Marketing (SEM); Teil des Online-Marketings; Ziel ist, die Sichtbarkeit von Webseiten in Suchmaschinen zu verbessern und den Besuch von Webseiten zu erhöhen

[Storytelling] Geschichten erzählen; Technik, um mit einprägsamen Geschichten Werbe- und PR-Botschaften zu transportieren

[Teaser] ein Anreißer, der zum Weiterlesen, -hören, -sehen, -klicken verlocken soll



KommunikationsmanagerIn

► Aufgabenbereiche und Tätigkeiten

KommunikationsmanagerInnen sind für sämtliche Marketing-, PR- und Werbeaktivitäten eines Unternehmens verantwortlich. Sie unterstützen die Geschäftsführung bei öffentlichen Auftritten und pflegen die Beziehungen zu KundInnen, JournalistInnen und gegebenenfalls AktionärInnen. Sie koordinieren auch die betriebsinterne Kommunikation, z. B. mittels MitarbeiterInnenzeitschriften oder Intranet. Sie planen und realisieren PR- und Werbekampagnen (z. B. Pressemeldungen, Werbebriefe, Firmen-Blogs), sorgen für die Gestaltung des Geschäftsberichtes und organisieren KundInnenveranstaltungen (z. B. Produktpräsentationen). Zu ihren Aufgaben zählen auch die Markenführung sowie die Betreuung der Corporate Identity eines Unternehmens.

► Berufsanforderungen

Marketing- und PR-Kenntnisse; Fachkenntnisse im Tätigkeitsbereich des Unternehmens; Social-Media-Kenntnisse; Kommunikationsstärke (z. B. Verhandlungsstärke, Präsentationstechniken); gutes schriftliches und mündliches Ausdrucksvermögen; Organisationstalent; Führungsqualitäten; Durchsetzungsvermögen; gute Medienkontakte; diplomatisches Geschick; Zielorientierung; Belastbarkeit; gutes Auftreten; ausgeprägte Persönlichkeit

► Beschäftigungsmöglichkeiten und Arbeitsmarktsituation

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen insbesondere in den Marketing-, PR- und Werbeabteilungen großer Unternehmen aller Wirtschaftsbereiche, aber auch in Institutionen und Verbänden jeglicher Art. Die Arbeitsmarktchancen für KommunikationsmanagerInnen sind als gut zu bezeichnen.

► Karrierechancen und Einkommensperspektiven

KommunikationsmanagerIn ist eine Aufstiegsposition für SpezialistInnen aus den Bereichen Marketing, PR und Werbung mit mehrjähriger erfolgreicher Berufstätigkeit. Die Einstiegsgehälter bewegen sich zwischen € 2.400,- und € 2.700,- brutto monatlich.

► Aus- und Weiterbildung

- FH-Studiengänge Kommunikationswirtschaft (Bachelor/Wien), Marketing und Kommunikationsmanagement (Bachelor/Kufstein), Content-Strategie/Content Strategy (Master/Graz), Kommunikationsmanagement (Master/Wien)
- Uni-Studien Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Salzburg), Medien- und Kommunikationswissenschaften (Bachelor/Klagenfurt), Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Wien)
- Universitätslehrgänge Kommunikation und Management (Krems), PR und Integrierte Kommunikation (Krems), Public Communication (Wien)

Gute Kommunikation verfolgt grundsätzlich zwei Ziele:
 1. Erstens sichert Kommunikation den laufenden Betrieb durch Bewerbung der Produkte und Dienstleistungen. Hier kann Integrierte Kommunikation helfen, ein einheitliches Erscheinungsbild vor allem in der externen Kommunikation zu kreieren.
 2. Dient Kommunikation dazu, langfristige Erfolgspotenziale – sprich Reputation – aufzubauen. In diesem Fall liegt die Herausforderung in der Herstellung von organisatorischen Rahmenbedingungen, in der Abstimmung der Bedürfnisse aller Stakeholder (sowohl intern als auch extern) und im Management der Organisationskultur.

Information zum Master-Studiengang Kommunikationsmanagement FHWien der WKW www.fh-wien.ac.at

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.



KontakterIn



► Aufgabenbereiche und Tätigkeiten

KontakterInnen, auch Account-ManagerInnen genannt, sind für die Betreuung der AuftraggeberInnen in einer PR- oder Werbeagentur verantwortlich. Sie stellen den Kontakt zu den KundInnen her, beraten diese, legen Angebote und präsentieren Werbekonzepte. Dabei fungieren sie als Schnittstelle zum Kreativteam (z.B. GrafikerInnen und TexterInnen), dem sie alle KundInnenwünsche, Auftragsdetails oder Beschwerden weitergeben. Auch die Termin- und Erfolgskontrolle zählt zu ihren Aufgaben.

► Berufoanforderungen

Marketing- und PR-Kenntnisse; ausgeprägtes werbefachliches Wissen; KundInnenbetreuungskenntnisse; Multimedia-Kenntnisse; Social-Media-Kenntnisse; Kommunikationsstärke (z.B. Verhandlungsstärke, Präsentationstechniken); Kontaktfreude; gutes schriftliches und mündliches Ausdrucksvermögen; Organisationstalent; schnelle Auffassungsgabe; Verkaufsorientierung; Selbstständigkeit; Durchsetzungsvermögen; Teamfähigkeit

► Beschäftigungsmöglichkeiten und Arbeitsmarktsituation

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen bei PR- und Werbeagenturen, Multimedia-Firmen und Grafik-Studios, weiters in den Marketing-, PR- und Werbeabteilungen von großen Unternehmen und Institutionen. KundInnenorientierte KontakterInnen werden in der Werbebranche immer gebraucht, ein Trend, der auch in den nächsten Jahren weiter anhalten wird.

► Karrierechancen und Einkommensperspektiven

BerufseinsteigerInnen beginnen in Agenturen zumeist mit Assistenz-Aufgaben, bevor sie KontakterIn werden. Nach einigen Jahren können sie die Funktion Account Supervisor oder die Leitung von Werbeabteilungen übernehmen, ins Kommunikationsmanagement eines Unternehmens aufsteigen oder sich mit einer eigenen Agentur selbstständig machen. Das Anfangseinkommen bewegt sich zwischen € 1.700,- und € 2.400,- brutto pro Monat.

► Aus- und Weiterbildung

- Handelsakademie, Ausbildungsschwerpunkt Kommunikationsmanagement und Marketing
- Werbe Akademie des WIFI (Wien)
- FH-Studiengänge Marketing und Electronic Business (Bachelor/Steyr), Marketing und Kommunikationsmanagement (Bachelor/Kufstein), Marketing & Sales (Bachelor/Graz, Wien, Master/Krems), Media- und Kommunikationsberatung (Bachelor, Master/St. Pölten), Digital Marketing (Master/Kufstein)
- Universitätslehrgänge Marketing (Innsbruck), Marketing & Sales (Wien)
- Weiterbildungsmöglichkeiten bieten das bfi (Berufsförderungsinstitut) und das WIFI (Wirtschaftsförderungsinstitut).

Der Kontakter ist der Generalist in der Werbeagentur, der alle Kommunikationstechniken und auch die Beratungspsychologie beherrschen muss.

Die Hauptaufgabe des Kontakters besteht in der Koordination aller Abteilungen einer Werbeagentur zur optimalen Realisierung eines Kundenauftrages. Weiters ist er die Kontaktperson der Agentur zum Kunden, wobei die wichtigste Eigenschaft mit der Wirkung eines Katalysators zu vergleichen ist: Er muss Verstärker der Kundenanliegen sein, keinesfalls darf er als Filter zwischen Kunden und Agentur wirken.

Jobs in einer Werbeagentur
Fachgruppe Werbung & Marktkommunikation
Wirtschaftskammer Steiermark
www.werbe.at

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.



PR-BeraterIn

PR sind Mittler und Schnittstelle zwischen Unternehmen und Öffentlichkeit. Es gibt selten eine Öffentlichkeit, sondern immer eine Vielzahl von Teilöffentlichkeiten, sprich verschiedene Zielgruppen, die alle auf ihre spezielle Weise angesprochen werden müssen. Die Öffentlichkeit besteht nicht nur aus Konsumenten und Journalisten, sondern umfasst genauso die Mitarbeiter eines Unternehmens, Händler und Wettbewerber wie auch die kommunalen und überregionalen Verwaltungen. Öffentlichkeitsarbeit/ Public Relations vermittelt Standpunkte und ermöglicht Orientierung, um den politischen, den wirtschaftlichen und den sozialen Handlungsraum von Personen oder Organisationen im Prozess öffentlicher Meinungsbildung zu schaffen und zu sichern.

Rolle der PR
Public Relations Verband
Austria
www.prva.at

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.

► Aufgabenbereiche und Tätigkeiten

PR-BeraterInnen unterstützen Unternehmen und Institutionen in allen Fragen der Öffentlichkeitsarbeit. Sie sind für die Planung, Gestaltung und Durchführung von sämtlichen PR-Aktivitäten verantwortlich. PR-BeraterInnen sorgen für den Aufbau und die Pflege einer positiven Kommunikation zwischen Unternehmen, Medien und Öffentlichkeit. Sie schreiben Pressetexte, bereiten Interviews vor, organisieren Informationsveranstaltungen und pflegen die Kontakte zu JournalistInnen und KooperationspartnerInnen. Weiters führen PR-BeraterInnen regelmäßig Erfolgskontrollen ihrer PR-Maßnahmen durch (z. B. Beobachtung der Medienpräsenz) und betreuen interne Medien, wie z. B. MitarbeiterInnenzeitschriften.

► Berufsanforderungen

Marketing- und PR-Kenntnisse; Kommunikationsstärke (z. B. Verhandlungsstärke, Präsentationstechniken); gutes schriftliches und mündliches Ausdrucksvermögen; KundInnenbetreuungskenntnisse; gute Medienkontakte; Multimedia-Kenntnisse; Social-Media-Kenntnisse; Fremdsprachen-Kenntnisse; Networking Skills; Organisationstalent; Durchsetzungsvermögen; Teamfähigkeit; gutes Auftreten; ausgeprägte Persönlichkeit

► Beschäftigungsmöglichkeiten und Arbeitsmarktsituation

Beschäftigungsmöglichkeiten eröffnen sich in PR-Agenturen und Unternehmen mit Abteilungen für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit oder als selbstständige PR-BeraterInnen. AuftraggeberInnen sind Unternehmen, Medien, Verbände, Parteien, Einzelpersonen oder staatliche Organisationen. Die Arbeitsmarktchancen sind als gut zu bezeichnen.

► Karrierechancen und Einkommensperspektiven

BerufseinsteigerInnen beginnen in Agenturen mit Assistenz-Aufgaben, später werden sie mit Spezialverantwortlichkeiten (z. B. Social Media Relations) betraut. Nach einigen Jahren können PR-BeraterInnen Führungsaufgaben übernehmen. Das Anfangseinkommen bewegt sich zwischen € 1.900,- und € 2.500,- brutto pro Monat.

► Aus- und Weiterbildung

- FH-Studiengänge Journalismus und Public Relations (Bachelor/Graz), Kommunikationswirtschaft (Bachelor/Wien), Media- und Kommunikationsberatung (Bachelor, Master/St. Pölten)
- Uni-Studien Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Salzburg), Medien- und Kommunikationswissenschaften (Bachelor/Klagenfurt), Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Wien)
- Universitätslehrgänge Kommunikation und Management (Krems), PR und Integrierte Kommunikation (Krems), Public Communication (Wien)



PressesprecherIn



► Aufgabenbereiche und Tätigkeiten

PressesprecherInnen oder PressereferentInnen sind für alle Themengebiete der inner- und außerbetrieblichen Kommunikation von Unternehmen und Institutionen zuständig. Sie erstellen Presseunterlagen, organisieren Pressekonferenzen und geben Interviews. Darüber hinaus pflegen sie die Kontakte zu den Massenmedien (Presse, Radio, Fernsehen, Online-Medien) und versuchen, eine möglichst umfassende Berichterstattung über den/die AuftraggeberIn in den Medien zu erreichen. Weiters erstellen PressesprecherInnen Geschäfts- und Jahresberichte sowie Mitgliederzeitungen, aktualisieren Informationen auf Webseiten der Unternehmen und auf Social-Media-Plattformen.

► Berufsanforderungen

Marketing- und PR-Kenntnisse; journalistische Fachkenntnisse; Fachkenntnisse im Tätigkeitsbereich des Unternehmens; Kommunikationsstärke (z. B. Verhandlungsstärke, Präsentationstechniken); gutes schriftliches und mündliches Ausdrucksvermögen; Multimedia-Kenntnisse; Social-Media-Kenntnisse; Fremdsprachen-Kenntnisse; Organisationstalent; Durchsetzungsvermögen; gute Medienkontakte; diplomatisches Geschick; Teamfähigkeit; Zielorientierung; Belastbarkeit; gutes Auftreten; ausgeprägte Persönlichkeit

► Beschäftigungsmöglichkeiten und Arbeitsmarktsituation

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen in den PR-Abteilungen von Unternehmen aller Wirtschaftsbereiche sowie in Institutionen und Verbänden aller Art. Trotz großer Konkurrenz unter den BewerberInnen gibt es eine stetige Nachfrage nach qualifizierten PressesprecherInnen.

► Karrierechancen und Einkommensperspektiven

PressesprecherInnen können die Leitung von PR-Abteilungen übernehmen oder sich als PR-BeraterIn selbstständig machen. Die Einstiegsgehälter bewegen sich zwischen € 2.100,- und € 2.700,- brutto monatlich.

► Aus- und Weiterbildung

- FH-Studiengänge Journalismus und Public Relations (Bachelor/Graz), Kommunikationswirtschaft (Bachelor/Wien), Media- und Kommunikationsberatung (Bachelor, Master/St. Pölten), Kommunikationsmanagement (Master/Wien)
- Uni-Studien Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Salzburg), Medien- und Kommunikationswissenschaften (Bachelor/Klagenfurt), Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Wien)
- Universitätslehrgänge Kommunikation und Management (Krems), PR und Integrierte Kommunikation (Krems), Public Communication (Wien)

Was ist Public Relations? Es gibt zahlreiche, vorwiegend theoretisch-wissenschaftliche, Erklärungsversuche zu dieser Frage. Die Praxis ist im Gegenzug dazu allerdings einigermaßen klar. Public Relations ist, wenn man am Ende in der Zeitung steht. (...) Die Definition ist aber schon deshalb unvollständig, weil mit Public Relations nicht nur Zeitungen und die Medien überhaupt angesprochen werden sollen, sondern auch die Kunden, die Mitarbeiter, die Politik und weitere Adressaten je nach Aufgabenstellung.

In: Deg, Robert: Basiswissen Public Relations. Professionelle Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Springer VS, 2012.

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.



► Weitere Berufe des Berufsfeldes



Account Planner (m/w)

Account Planner (m/w), auch Strategische PlanerInnen genannt, entwickeln Strategien, um Marken, Produkte und Dienstleistungen erfolgreich am Markt zu positionieren, zu steuern und weiterzuentwickeln. Sie definieren Werbeziele und sorgen dafür, dass Werbebotschaften bei den jeweiligen Zielgruppen ankommen. Dabei beschäftigen sie sich intensiv mit dem Kaufverhalten und den Merkmalen (z. B. Alter, Interessen) der Zielgruppen. Sie erheben Daten, z. B. im Rahmen von Fokusgruppen, analysieren Markt- und Meinungsforschungsergebnisse und wissen über Trends Bescheid. Ihre Erkenntnisse geben sie an die Kreativabteilung weiter, die die Werbemittel gestaltet. Strategische PlanerInnen kontrollieren auch den Erfolg der Kommunikationsmaßnahmen. Sie sind vor allem bei Werbe- und Multimedia-Agenturen beschäftigt und können auch in der Marktforschung sowie in der Unternehmensberatung tätig sein.

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.

Aus- und Weiterbildung:

- FH-Studiengänge Marketing und Kommunikationsmanagement (Bachelor/Kufstein), Betriebswirtschaft und Wirtschaftspsychologie (Bachelor, Master/Wiener Neustadt), Marketing & Sales (Bachelor/Graz, Wien, Master/Krems), Consumer Affairs (Master/Wieselburg), Digital Marketing (Master/Kufstein)
- Uni-Studien Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (Bachelor/Wien), Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Salzburg), Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Wien), Psychologie (Bachelor, Master/Graz, Innsbruck, Klagenfurt, Salzburg, Wien), Marketing (Master/Wien)
- Universitätslehrgänge Marketing & Sales (Wien), Marketing Management (Krems)



Art Director (m/w)

Art Directors sind als „künstlerische LeiterInnen“ für die visuelle Gestaltung von Werbekampagnen und Werbemitteln (z. B. Plakate, Werbespots, Broschüren, Banner) verantwortlich. Als erfahrene GrafikerInnen leiten sie ein Team aus (u. a.) TexterInnen und GrafikerInnen und begleiten alle Produktionsschritte. Art Directors halten Besprechungen mit MitarbeiterInnen ab, beraten KundInnen und präsentieren Entwürfe bzw. Ergebnisse. Beschäftigungsmöglichkeiten bieten vor allem Werbeagenturen, Grafik-Studios, Werbe- und PR-Abteilungen von Unternehmen, Verlage, Zeitungen und Zeitschriften.

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.

Aus- und Weiterbildung:

- FH-Studiengänge Informationsdesign (Bachelor/Graz), InterMedia (Bachelor, Master/Dornbirn), Medientechnik und -design (Bachelor/Hagenberg), MultiMediaArt (Bachelor, Master/Salzburg)
- Uni-Studien Grafik (Diplom/Wien), Grafik Design (Diplom/Wien), Grafik und Werbung (Diplom/Wien), Grafik-Design und Fotografie (Bachelor/Linz), Visuelle Kommunikation (Master/Linz)



Creative Director (m/w)

Creative Directors sind für die Gesamtkonzeption von Werbekampagnen verantwortlich. Sie definieren Werbestrategien, entwickeln Werbebotschaften, legen Gestaltungsmittel fest und sorgen für deren Umsetzung durch Art Directors, WerbetexterInnen und GrafikerInnen. Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen bei Werbeagenturen und bei den Marketing-, PR- und Werbeabteilungen von Unternehmen. Creative Director ist eine Aufstiegsposition für WerbespezialistInnen mit langjähriger Berufserfahrung, die Zahl der Arbeitsplätze ist daher eher beschränkt.

Aus- und Weiterbildung:

- Höhere Lehranstalt für Grafik- und Kommunikationsdesign (Graz, Innsbruck, Linz, Salzburg, Wien)
- Fachausbildung für Grafikdesign an der Werbe Akademie des WIFI (Wien)
- Kolleg für Design, Ausbildungszweig Grafik- und Kommunikations-Design (Linz, Wien)
- FH-Studiengänge InterMedia (Bachelor, Master/Dornbirn), Medientechnik und -design (Bachelor/Hagenberg), MultiMediaArt (Bachelor, Master/Salzburg), Digital Arts (Master/Hagenberg)
- Uni-Studien Grafik (Diplom/Wien), Grafik Design (Diplom/Wien), Grafik und Werbung (Diplom/Wien), Grafik-Design und Fotografie (Bachelor/Linz), Visuelle Kommunikation (Master/Linz)

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.



GhostwriterIn

GhostwriterInnen verfassen für ihre AuftraggeberInnen z.B. Reden, Vorträge, Fachbücher, Ratgeber, Memoiren, schriftliche Diskussionsbeiträge, LeserInnenbriefe sowie Kommentare und Artikel in Zeitungen, Zeitschriften und Fachmagazinen. Ihre Aufgabe ist es, die Gedanken ihrer KundInnen in eine interessante, gut lesbare und zielgruppengerechte Form zu bringen. Sie selbst scheinen dabei nicht als AutorIn eines Werkes auf, sondern bleiben anonym. GhostwriterInnen arbeiten zumeist freiberuflich oder (in selteneren Fällen) auch im Angestelltenverhältnis für Verlage, Personen, Verbände, Institutionen und große Unternehmen mit hohem Kommunikationsbedarf.

Aus- und Weiterbildung:

- Viele GhostwriterInnen verfügen über ein abgeschlossenes Uni-Studium wie z. B. Deutsche Philologie/Germanistik, Geschichte, Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Rechtswissenschaften oder Volkswirtschaft.

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.



MediaplanerIn

MediaplanerInnen entscheiden, in welchen Medien und zu welchem Zeitpunkt bestimmte Werbebotschaften platziert werden. Dazu analysieren sie die Produkte am Medienmarkt (z.B. Zeitungen, Zeitschriften, Radio, Fernsehen und Internet) und beschäftigen sich mit der Wirkung von Werbebotschaften auf bestimmte Zielgruppen. Auf Basis dieser Erkenntnisse entwickeln sie entsprechende Werbestrategien. Darüber hinaus sind MediaplanerInnen für die Preisverhandlungen sowie den Kauf von Werbeflächen und -plätzen (z.B. Anzeigen, Banner, Sendezeiten) verantwortlich, kalkulieren verschiedene Varianten und kontrollieren den Erfolg ihrer Werbemaßnahmen. Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen bei Media- und Werbeagenturen sowie in Marketing-, PR- und Werbeabteilungen von Unternehmen.

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.

Aus- und Weiterbildung:

- Werbe Akademie des WIFI (Wien)
- FH-Studiengänge Kommunikationswirtschaft (Bachelor/Wien), Marketing & Sales (Bachelor/Graz, Wien, Master/Krems), Media- und Kommunikationsberatung (Bachelor, Master/St. Pölten)
- Uni-Studien Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Salzburg), Medien- und Kommunikationswissenschaften (Bachelor/Klagenfurt), Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Wien)
- Universitätslehrgänge Marketing (Innsbruck), Marketing & Sales (Wien), Marketing Management (Krems)



Medienfachmann/Medienfachfrau – Marktkommunikation und Werbung

Medienfachleute – Marktkommunikation und Werbung entwickeln im Team Konzepte und Strategien zur Marktkommunikation für Unternehmen und Institutionen, erarbeiten Kampagnen, Medienstrategien und Medienplanungen. Sie wählen z.B. den Einsatz der geeigneten Medien bzw. einen Media-Mix aus. Je nach Strategie und Zielgruppe entscheiden sie über den Einsatz von Printmedien (z.B. Zeitungen, Plakate) oder digitalen Medien (z.B. Websites, Social Media) und entwickeln Vorschläge für die Gestaltung. Zu ihren Aufgaben gehören auch die Recherche von Informationen für Werbekonzepte, Angebote für KundInnen zu erstellen, die Betreuung von KundInnen und das Vorbereiten und Durchführen von Präsentationen. Beschäftigungsmöglichkeiten ergeben sich vor allem in Werbe- und Multimedia-Agenturen, Verlagen und in Werbe-, Marketing- und PR-Abteilungen großer Unternehmen und Institutionen.

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.

Aus- und Weiterbildung:

- Lehrberuf Medienfachmann/Medienfachfrau – Marktkommunikation und Werbung
- Werbe Akademie des WIFI (Wien)
- FH-Studiengänge im Bereich Marketing und Kommunikationswirtschaft
- Uni-Studien im Bereich Medien- und Kommunikationswissenschaft



WerbeberaterIn

WerbeberaterInnen beraten Unternehmen und Institutionen bei der Planung und Durchführung ihrer Werbekonzepte. Darüber hinaus unterstützen sie ihre AuftraggeberInnen bei der Erstellung von Marketingmaßnahmen und bei der Festlegung interner und externer Kommunikationsstrategien. WerbeberaterInnen besprechen die Auswahl und Budgetierung der Werbemittel mit dem/ der AuftraggeberIn und sind für die Kontrolle des termingerechten Einsatzes der Werbemaßnahmen verantwortlich. Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen bei Werbeagenturen, Werbemittlern, Consultingunternehmen sowie Markt- und Meinungsforschungsinstitutionen. Aber auch in Unternehmen und Institutionen mit Marketingabteilungen sowie in Verlagen und den Massenmedien bieten sich Jobmöglichkeiten.

Aus- und Weiterbildung:

- FH-Studiengänge Marketing und Kommunikationsmanagement (Bachelor/Kufstein), Marketing & Sales (Bachelor/Graz, Wien, Master/Krems), Media- und Kommunikationsberatung (Bachelor, Master/St. Pölten), Content-Strategie/Content Strategy (Master/Graz)
- Uni-Studien Betriebswirtschaft (Bachelor, Master/Graz, Klagenfurt, Wien), Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Salzburg), Medien- und Kommunikationswissenschaften (Bachelor/Klagenfurt), Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Wien), Marketing (Master/Wien)
- Universitätslehrgänge Marketing (Innsbruck), Marketing & Sales (Wien), Marketing Management (Krems)

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.



WerbetexterIn

WerbetexterInnen (engl. Copywriter) setzen Werbebotschaften sprachlich um. Ihr Tätigkeitsfeld reicht vom Verfassen kurzer, prägnanter Slogans bis hin zu umfangreichen Texten für verschiedene Werbemittel (z. B. Anzeigen, Werbespots, Prospekte, Newsletter). Nach einem Briefing mit dem/der AuftraggeberIn bzw. KundIn erarbeiten TexterInnen ein Konzept, das sich am Produkt, an der Zielgruppe, am jeweiligen Medium und an der Unternehmenssprache (Corporate Language) orientiert und verfassen anschließend den Werbetext. Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen bei Werbe- und PR-Agenturen sowie in größeren Unternehmen mit eigenen Marketing-, PR- und Werbeabteilungen.

Aus- und Weiterbildung:

- Werbe Akademie des WIFI (Wien)
- Uni-Studien Deutsche Philologie/Germanistik (Bachelor, Master/Graz, Innsbruck, Klagenfurt, Salzburg, Wien), Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Salzburg), Medien- und Kommunikationswissenschaften (Bachelor/Klagenfurt), Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Wien), Theater-, Film- und Medienwissenschaft (Bachelor/Wien)

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.

► Zeitungen und Verlage

► Charakteristika & Trends

Die Digitalisierung und die Neuen Medien haben Verlage und Presse revolutioniert: Die Bedeutung von E-Books am Buchmarkt wächst kontinuierlich, Nachrichten sind über Smartphones und Tablet-PCs jederzeit abrufbar. Der Journalismus hat sich verändert: Die Interaktion mit der Community nimmt zu, LeserInnen liefern Inhalte, kommentieren und teilen Artikel. Soziale Medien eröffnen neue Recherchemöglichkeiten und crossmediale Darstellungsformen etablieren sich. Die Zukunft der Printmedien – im Besonderen der traditionellen Tageszeitung in Papierform – ist hingegen Gegenstand vieler Diskussionen. Eine zentrale Herausforderung für Zeitungen ist ein gelungenes Zusammenspiel von verschiedenen Kanälen, neuen und traditionellen journalistischen Darstellungsmöglichkeiten, Print- und Online-Angeboten. Qualität ist keine Frage des Mediums: Ob Print- oder Online – Qualitätszeitungen genießen eine hohe Glaubwürdigkeit bei ihren LeserInnen und zeichnen sich durch professionelle Recherche, gutes journalistisches Handwerk, Transparenz und Relevanz aus.

Entscheidend ist in diesem Zusammenhang die Frage nach der Finanzierung des Qualitätsjournalismus. Unter anderem führt die verstärkte Internetnutzung für viele Zeitungen zu einem Einnahmerückgang aus dem Verkauf von Zeitungen und Abonnements sowie Print-Anzeigen. Der Online-Werbeanteil steigt zwar, die Einnahmen liegen aber deutlich unter jenen aus der Printwerbung. Alternative Finanzierungsmodelle, wie z.B. Paywalls, konnten sich bisher nicht durchsetzen.

Crossmedia-Kompetenz – verschiedene Medien- und Kommunikationskanäle erfolgreich miteinander verbinden zu können – und Zukunftsstrategien zu entwickeln, wird zum entscheidenden Faktor am Stellenmarkt. Kaufmännisches und organisatorisches Talent gehören ebenso wie das „Marketing in eigener Sache“ zu den unabdingbaren Voraussetzungen für den ersten Karriereschritt. Journalistische Jobs sind sehr begehrt, es herrscht ein deutliches Überangebot sowohl an ausgebildeten, qualifizierten JournalistInnen als auch an PraktikantInnen. Volontariate bei Zeitungen oder Verlagen sind ein wichtiger Weg, um berufliche Praxis zu erwerben und sich einem potenziellen Arbeitgeber vorzustellen. Typische Beschäftigungsverhältnisse zu Beginn der Laufbahn sind immer öfter freie Mitarbeit und Tätigkeiten auf Werkvertragsbasis. Die Zahl der fixen Anstellungsverhältnisse nimmt dagegen ab.

► Literaturtipps

Zeitschriften:

manuskripte – Zeitschrift für Literatur

wespennest – zeitschrift für brauchbare texte und bilder

Fachbücher:

Fetzer, Günther: Berufsziel Lektorat. Tätigkeiten – Basiswissen – Wege in den Beruf. UTB, 2015.

Von Lucius, Wulf D.: Verlagswirtschaft. Ökonomische, rechtliche und organisatorische Grundlagen. UTB, 2014.

Wolf, Armin: Wozu brauchen wir noch Journalisten? Zwischen „Lügenpresse“, Roboter-Journalismus und Social-Media-Revolution (Theodor-Herzl-Vorlesung zur Poetik des Journalismus). Picus Verlag, 2016.



► **Berufsübersicht**



AnzeigenkontakterIn
Social-Media-BeraterIn
siehe „Neue Medien“



FotografIn
siehe „Grafik und Fotografie“
GrafikerIn/Grafik-DesignerIn
siehe „Grafik und Fotografie“
IllustratorIn
siehe „Grafik und Fotografie“
InformationsgrafikerIn
siehe „Grafik und Fotografie“
KarikaturistIn
siehe „Grafik und Fotografie“
LayouterIn



Buch- und MedienwirtschafterIn – Verlag
Content-ManagerIn
siehe „Neue Medien“
HerstellerIn (Verlag)/Producer (m/w)
MedienarchivarIn
siehe „Radio und Fernsehen“
Social-Media-ManagerIn
siehe „Neue Medien“
VerlegerIn



DatenjournalistIn
FotoredakteurIn
siehe „Grafik und Fotografie“
JournalistIn
Online-RedakteurIn
siehe „Neue Medien“



AutorIn
GhostwriterIn
siehe „Werbung und Public Relations“
KorrektorIn
ÜbersetzerIn
VerlagslektorIn

► **Miniglossar**

[Dolmetschen] mündliche Übertragung eines (meistens) gesprochenen Textes von einer Ausgangssprache in eine Zielsprache

[Electronic Publishing] Veröffentlichung von elektronischen Medien über das Internet oder auf einem Datenträger, z. B. E-Books, Podcasts, Blogs, Videos, Computerspiele

[HerausgeberIn] abgekürzt Hrsg. oder Hg.; Person, die Beiträge für ein Sammelwerk auswählt und zusammenstellt; in Zeitungs- und Zeitschriftenverlagen Person, die die publizistische Leitlinie vorgibt

[Lizenzvertrag] Vertrag, meist zwischen UrheberIn und Verlag, der die Vervielfältigung und Verbreitung eines Werkes oder Verwertungsformen, wie z. B. Übersetzungen, Filmrechte, Hörbücher, E-Books, Computerspiele, regelt

[Mediadaten] Informationen über Print- und Online-Medien für potenzielle WerbekundInnen, die z. B. Anzeigenpreise, Rabatte, redaktionelle Themen, Zielgruppen, Erscheinungstermine, Reichweite, Seitenaufrufe enthalten

[Paywall] Bezahlschranke oder Bezahlmauer; bestimmte Inhalte einer Webseite sind erst nach Bezahlung bzw. durch ein bezahltes Abonnement zugänglich

[Publizistik] lat. *publicare* bedeutet veröffentlichen; Wissenschaft von den Massenmedien und ihrer Wirkung; Publikationswesen

[Reportage] journalistische Darstellungsform, die Fakten und Informationen mit persönlichen Eindrücken von JournalistInnen kombiniert

[Satzspiegel] Nutzfläche einer Drucksache, die mit Text und Bildern gefüllt wird

[UrheberIn] Person, die z. B. ein literarisches, künstlerisches oder musikalisches Werk geschaffen hat



AnzeigenkontakterIn

► Aufgabenbereiche und Tätigkeiten

AnzeigenkontakterInnen werben KundInnen für Anzeigen, z.B. in Zeitungen, Zeitschriften, Prospekten, Veranstaltungsprogrammen, auf Werbeplakaten und Websites sowie in sozialen Netzwerken. Dabei arbeiten sie im Auftrag von Verlagen und Agenturen. Sie informieren ihre potenziellen KundInnen (zumeist Institutionen und Unternehmen) über Art, Auflage, Webstatistiken, Zielpublikum, Erscheinungstermine und Tarife der Werbeeinschaltungen. Die Anzeigenakquisition erfolgt am Telefon, über E-Mail oder im direkten Gespräch mit KundInnen. Darüber hinaus betreuen sie bereits bestehende AnzeigenkundInnen, erstellen Verkaufskonzepte und Mediadaten. AnzeigenkontakterInnen führen auch Marktanalysen und Erfolgskontrollen der einzelnen Maßnahmen durch.

► Berufsanforderungen

KundInnenbetreuungskenntnisse (z.B. Customer Relationship Management, StammkundInnenbetreuung); Marketing-Kenntnisse; Social-Media-Kenntnisse; verkäuferische Kenntnisse; Vertriebskenntnisse (z.B. NeukundInnenakquisition); Büroarbeitskenntnisse; EDV-Anwendungskenntnisse; Fremdsprachen-Kenntnisse; gutes Auftreten; Kommunikationsstärke (z.B. Verhandlungsstärke); Serviceorientierung; unternehmerisches Denken; Verkaufstalent

► Beschäftigungsmöglichkeiten und Arbeitsmarktsituation

Beschäftigungsmöglichkeiten eröffnen sich vor allem in Zeitungs-, Zeitschriften- und Buchverlagen, Medienunternehmen sowie in Werbe- und PR-Agenturen.

► Karrierechancen und Einkommensperspektiven

AnzeigenkontakterInnen können zu AnzeigenleiterInnen aufsteigen. Es bietet sich auch die Möglichkeit der selbstständigen Berufsausübung. Angestellte AnzeigenkontakterInnen können mit Einstiegsgehältern zwischen € 1.500,- und € 1.900,- brutto pro Monat (zuzüglich Provision) rechnen.

► Aus- und Weiterbildung

- Fachschule für wirtschaftliche Berufe, Handelsschule
- Handelsakademie
- Werbe Akademie des WIFI (Wien)
- FH-Studiengänge Marketing und Electronic Business (Bachelor/Steyr), Marketing und Kommunikationsmanagement (Bachelor/Kufstein), Marketing & Sales (Bachelor/Graz, Wien, Master/Krems), Media- und Kommunikationsberatung (Bachelor, Master/St. Pölten), Marketing- & Salesmanagement (Master/Wien)
- Universitätslehrgang Marketing & Sales (Wien)
- Weiterbildungsmöglichkeiten bieten das bfi (Berufsförderungsinstitut) und das WIFI (Wirtschaftsförderungsinstitut).

Anzeigenverkäufer sind Repräsentanten ihres Medienunternehmens, ihrer Publikation. Es wird von ihnen erwartet, die Vorzüge ihrer Publikation darzustellen und dabei den größtmöglichen Kundennutzen herauszuarbeiten. Es ist ihre Aufgabe, die Unterschrift des Kunden unter den Anzeigenauftrag zu bringen (...).

In: Szameitat, Thorsten: Praxiswissen Anzeigenverkauf. Springer Gabler, 2010.

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.



AutorIn

► Aufgabenbereiche und Tätigkeiten

Literarische AutorInnen (SchriftstellerInnen) entwickeln Buchideen und schreiben z. B. Erzählungen, Romane, Gedichte, Theaterstücke, Essays, Drehbücher, Hörspiele, Kabaretttexte oder Kinder- und Jugendbücher. SachautorInnen konzipieren und verfassen Ratgeber, Handbücher, (populär-)wissenschaftliche Werke, Kochbücher oder Reiseliteratur. AutorInnen bieten ihre Texte Verlagen, Zeitungen oder Zeitschriften an und erledigen organisatorische Arbeiten, die zu deren Veröffentlichung notwendig sind. Sie nehmen an Lesungen und Vorträgen teil, um ihren Werken zu Popularität zu verhelfen.

► Berufsanforderungen

Schriftstellerische Begabung; Literaturkenntnisse; journalistische Fachkenntnisse; Recherche; Branchenkenntnisse Verlagswesen, Print- und Online-Medien; EDV-Anwendungskenntnisse; Allgemeinbildung; Einsatzbereitschaft; Flexibilität; Kommunikationsstärke (z. B. schriftliche Ausdrucksfähigkeit); Fähigkeit, sich selbst zu vermarkten; Innovationskraft; Kreativität

► Beschäftigungsmöglichkeiten und Arbeitsmarktsituation

AutorInnen üben ihre Arbeit freiberuflich aus. Sie schreiben für Buch-, Zeitungs- und Zeitschriftenverlage, für Theaterbühnen, für Radio- und Fernsehanstalten sowie für Filmproduktionsfirmen. Ein kleinerer Teil der österreichischen literarischen AutorInnen arbeitet hauptberuflich, die Mehrzahl ist nebenberuflich tätig. Viele sichern sich durch einen „Brotberuf“ wirtschaftlich ab und arbeiten auch in anderen Berufen, z. B. als JournalistInnen. Auch SachbuchautorInnen sind in der überwiegenden Mehrheit nebenberuflich tätig.

► Karrierechancen und Einkommensperspektiven

Das Einkommen von AutorInnen ist abhängig vom Erfolg des Buches. Bei Verlagen sind Gewinnbeteiligungen und Tantiemen üblich. Nur wenige AutorInnen können von ihrer schriftstellerischen Tätigkeit leben.

► Aus- und Weiterbildung

- Viele AutorInnen haben z. B. ein geistes- oder kulturwissenschaftliches Uni-Studium abgeschlossen.
- Uni-Studium Sprachkunst (Bachelor/Wien)
- Uni-Studien in Deutschland: Literarisches Schreiben (Deutsches Literaturinstitut Leipzig), Kreatives Schreiben und Kulturjournalismus (Hildesheim)
- Teilnahme an Schreibwerkstätten, Workshops, Tagungen z. B. von Literaturhäusern oder der Schule für Dichtung (Wien)

Ein Beruf wird das Schreiben erst dann, wenn man nicht damit aufhört, sobald es anstrengend wird. Wie man anfängt und warum, wie man weitermacht und weshalb, das kann keine Schriftstellerin und kein Schriftsteller so sagen, dass daraus ein Rezept wird.

Dietmar Dath: Wie man Schriftsteller wird
Frankfurter Allgemeine
www.faz.net
13.3.2015

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.



JournalistIn

► Aufgabenbereiche und Tätigkeiten

JournalistInnen recherchieren Themen, Fakten, Zusammenhänge und Hintergründe, führen Interviews und setzen die Informationen in Nachrichten, Berichte, Reportagen und Meinungskommentare etc. um. Zumeist sind sie auf bestimmte Ressorts spezialisiert, z.B. Innen- und Außenpolitik, Chronik, Wirtschaft, Kultur, Wissenschaft, Lifestyle oder Sport. Zu dem Tätigkeitsfeld von JournalistInnen kann auch gehören, Fremdbeiträge zu überarbeiten, Fotos/ Grafiken zu beschaffen und zu bearbeiten, für ein ansprechendes Layout der Texte zu sorgen, Beiträge online zu stellen und in den sozialen Medien aktiv zu sein.

► Berufsanforderungen

Journalistische Fachkenntnisse (z. B. Recherche, Interviewführung, Nachrichten editieren, journalistisches Schreiben); journalistische Darstellungsformen (z. B. Nachricht, Bericht, Reportage); ressortspezifisches Fachwissen; Multimedia-Kenntnisse; Social-Media-Kenntnisse; perfekte Rechtschreibung; Schreibtalent; Kommunikationsstärke (z. B. Texterstellung, schriftliche Ausdrucksfähigkeit); Belastbarkeit; Allgemeinwissen; Teamfähigkeit; Bereitschaft zu unregelmäßigen Arbeitszeiten

► Beschäftigungsmöglichkeiten und Arbeitsmarktsituation

JournalistInnen arbeiten freiberuflich oder angestellt für Tageszeitungen, Wochenzeitungen, Zeitschriften und Magazine. Zwar werden besonders qualifizierte JournalistInnen immer interessante berufliche Möglichkeiten vorfinden, die Zahl der freien Stellen ist jedoch äußerst gering und die Konkurrenz am Arbeitsmarkt sehr groß.

► Karrierechancen und Einkommensperspektiven

Der Berufseinstieg erfolgt zumeist über ein Volontariat oder über freie Mitarbeit. Die Anfangsgehälter Vollzeit arbeitender freier MitarbeiterInnen und angestellter JournalistInnen liegen zwischen € 1.900,- bis € 2.500,- brutto monatlich. Aufstiegspositionen sind RessortleiterIn, ChefredakteurIn oder HerausgeberIn.

► Aus- und Weiterbildung

- FH-Studiengänge Journalismus und Medienmanagement (Bachelor/Wien), Journalismus und Public Relations (Bachelor/Graz), Journalismus und Neue Medien (Master/Wien)
- Uni-Studien im Bereich Medien- und Kommunikationswissenschaft
- Universitätslehrgänge Medienlehrgang (Graz), Qualitätsjournalismus (Krems), Sportjournalismus (Salzburg)
- Weiterbildungen bieten z. B. das Kuratorium für Journalistenausbildung und das Forum Journalismus und Medien Wien.

Journalisten beobachten, berichten, zeigen auf. Dabei erzählen sie in klaren Worten, beschreiben, stellen Zusammenhänge her. Und sie sind dabei glaubwürdig, denn sie haben zuverlässig recherchiert. Dadurch unterscheiden sie ihre Arbeit von allem anderen, was im Informationsfluss schwimmt. Wo Journalismus draufsteht, ist Zuverlässigkeit drin.

Journalismus, den wir meinen
Österreichische
Medienakademie
Kuratorium für
Journalistenausbildung
www.kfj.at/journalismus

*Die genauen Adressen
finden Sie im Adressteil.*



ÜbersetzerIn



► Aufgabenbereiche und Tätigkeiten

ÜbersetzerInnen übertragen Fachtexte (z. B. aus den Bereichen Wissenschaft, Wirtschaft, Recht) und literarische Texte (z. B. Romane, Krimis, Kurzgeschichten, Kinderbücher, Lyrik, Theaterstücke) von einer Sprache (Ausgangssprache) in eine andere (Zielsprache). Zu Beginn arbeiten sich ÜbersetzerInnen in den Text und das Thema ein. Bevor der Text in der Endfassung an den Verlag oder Auftraggeber abgegeben werden kann, erstellen ÜbersetzerInnen Rohfassungen und führen mehrere Korrekturläufe durch.

► Berufsanforderungen

Fremdsprachen-Kenntnisse; Fachsprachenkenntnisse; Kenntnisse im Übersetzen und/oder Dolmetschen (z. B. Übersetzungssoftware, Übersetzungsmanagement); EDV-Anwendungskenntnisse; Lektorat; Branchenkenntnisse Verlagswesen; interkulturelle Kompetenz; Kommunikationsstärke (z. B. Texterstellung, schriftliche Ausdrucksfähigkeit); Reisebereitschaft; Ausdauer; Konzentrationsfähigkeit

► Beschäftigungsmöglichkeiten und Arbeitsmarktsituation

ÜbersetzerInnen sind zumeist freiberuflich für Übersetzungsagenturen, Verlage, Medien, Unternehmen, öffentliche Institutionen, nationale und internationale Organisationen tätig. Besonders zu Beginn einer Laufbahn als selbstständige ÜbersetzerIn kann es zu Auftragslücken kommen.

► Karrierechancen und Einkommensperspektiven

Freiberufliche ÜbersetzerInnen üben ihre Tätigkeit teils im Homeoffice, teils in Bürogemeinschaften aus. Die Gehälter der freien ÜbersetzerInnen variieren je nach Auftragslage. Das Honorar wird nach Textmenge – z. B. nach Normseiten (30 Zeilen zu je 60 Anschlägen ergeben eine Normseite) – bemessen. ÜbersetzerInnen können auch Pauschalsätze mit ihren AuftraggeberInnen vereinbaren. Zum Teil sind ÜbersetzerInnen auch angestellt. Ihr Einstiegseinkommen liegt zwischen € 1.800,- und € 2.000,- brutto monatlich.

► Aus- und Weiterbildung

- Uni-Studien Deutsch und transkulturelle Kommunikation (Bachelor/Graz), Transkulturelle Kommunikation (Bachelor/Graz, Wien), Translationswissenschaft (Bachelor, Master/Innsbruck), Translation (Master/Wien), Übersetzen (Master/Graz)
- Wichtig für die Weiterbildung sind regelmäßige Auslandsaufenthalte, die Lektüre fremdsprachiger Zeitungen und Fachartikel sowie die Teilnahme an Kursen (z. B. bei Berufsverbänden im Bereich Dolmetschen und Übersetzen).

Übersetzen ist ein hochkomplexer Vorgang, der nicht nur Fremdsprachenkenntnisse erfordert, sondern übersetzerische Kompetenz, d. h. die Fähigkeit einen Ausgangstext sprachlich, fachlich, und idiomatisch korrekt unter Berücksichtigung der Textfunktion in die Zielsprache übertragen zu können.

UNIVERSITAS Austria
Berufsverband für
Dolmetschen und Übersetzen
www.translationsplattform.at

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.



VerlagslektorIn

Das ist es, was ein Lektor macht: Fragen stellen. Warum handelt eine Romanfigur im Text, wie sie handelt? Gibt es Widersprüche, Sackgassen, Lücken im Text? Man muss aufmerksam sein, sich wie ein Spürhund durch den Text arbeiten.

Auf der Suche nach Sackgassen und Widersprüchen im Buch
Frankfurter Neue Presse
www.fnp.de
16.10.2015

► Aufgabenbereiche und Tätigkeiten

VerlagslektorInnen konzipieren und betreuen Buchprojekte und kümmern sich um die mittel- und langfristige Planung des Verlagsprogramms. Sie beurteilen und prüfen Manuskripte, bearbeiten diese inhaltlich und lesen Korrektur (Rechtschreibung, Grammatik und Zeichensetzung). VerlagslektorInnen stehen in Kontakt mit AutorInnen und handeln Verträge aus. Außerdem machen sie Vorschläge zur Gestaltung, geben das Werk zum Druck frei und begleiten den Herstellungsprozess. Sie präsentieren die Bücher auf Messen, organisieren Lesungen und betreiben Werbung und Pressearbeit.

► Berufsanforderungen

Lektorat; exzellente Deutschkenntnisse (Rechtschreibung, Zeichensetzung, Grammatik); Projektmanagement-Kenntnisse; Recherche; EDV-Anwendungskenntnisse; Kenntnis berufsspezifischer Rechtsgrundlagen (z.B. Grundlagen des Medienrechts); Marketing- und PR-Kenntnisse; Drucktechnik-Kenntnisse (z.B. Druckverfahren); Grafik-Kenntnisse (z.B. Printproduktion, Layout); Multimedia-Kenntnisse; Fremdsprachen-Kenntnisse; Kommunikationsstärke (z.B. Texterstellung, schriftliche Ausdrucksfähigkeit); Allgemeinbildung; Konzentrationsfähigkeit; Organisationstalent; interdisziplinäre Zusammenarbeit; Zuverlässigkeit; Genauigkeit

► Beschäftigungsmöglichkeiten und Arbeitsmarktsituation

Beschäftigungsmöglichkeiten eröffnen sich bei Buchverlagen. In Österreich ist die Zahl der freien Stellen sehr klein, der Bedarf an VerlagslektorInnen daher eher beschränkt. Ein Teil der VerlagslektorInnen ist selbstständig tätig.

► Karrierechancen und Einkommensperspektiven

BerufseinsteigerInnen durchlaufen in der Regel verschiedene Abteilungen, bevor sie im Lektorat arbeiten, oder sie beginnen als LektoratsassistentInnen. Erfolgreiche VerlagslektorInnen können zu CheflektorInnen oder in die Geschäftsführung eines Verlages aufsteigen. Das Einstiegsgehalt bewegt sich zwischen € 1.800,- und € 2.500,- brutto im Monat.

► Aus- und Weiterbildung

- Aufgrund der hohen Spezialisierung innerhalb des Verlagswesens arbeiten AbsolventInnen verschiedenster Uni-Studien, z.B. Deutsche Philologie/Germanistik, Vergleichende Literaturwissenschaft, Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Betriebswirtschaft, Rechtswissenschaften, Biologie, Humanmedizin, Ingenieurwissenschaften, in Schulbuchverlagen auch AbsolventInnen eines Lehramtsstudiums, in diesem Beruf.
- Universitätslehrgang Digital Media Publishing – Innovatives und Medienkonvergentes Publizieren (Krems)

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.



► Weitere Berufe des Berufsfeldes



Buch- und MedienwirtschafterIn – Verlag

Buch- und MedienwirtschafterInnen – Verlag arbeiten im kaufmännischen und organisatorischen Bereich in Verlagen, die meist Bücher und Zeitschriften, aber auch Produkte anderer Medienbereiche (z. B. Hörbücher, E-Books, Software) herausgeben. Dazu gehören etwa die Vorbereitung von AutorInnen- und Lizenzverträgen und Aufgaben im Bereich der Herstellung von Verlagsprodukten (z. B. Angebote von Druckereien einholen, Papier- und Einbandarten auswählen). Weiters stellen sie Verzeichnisse und Kataloge des Verlags zusammen, ermitteln Marktsegmente für die Platzierung der Produkte (Werbung, Veranstaltungen, Fachmessen usw.) und wirken bei der Präsentation der Verlagsprodukte mit. Im kaufmännischen Bereich führen sie die Kalkulation der Verlagsprojekte durch, ermitteln den Verkaufspreis, arbeiten in der betrieblichen Buchführung und Kostenrechnung mit und führen verschiedene Statistiken.

Aus- und Weiterbildung:

- Lehrberuf Buch- und MedienwirtschafterIn – Verlag
- Weiterbildungsmöglichkeiten bieten das bfi (Berufsförderungsinstitut) und das WIFI (Wirtschaftsförderungsinstitut).

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.



DatenjournalistIn

DatenjournalistInnen erzählen mit Daten Geschichten und machen komplexe Sachverhalte greifbar. Das Tätigkeitsfeld von DatenjournalistInnen umfasst die Recherche, Analyse, Strukturierung und journalistische Aufbereitung von Daten. Der Visualisierung von Daten kommt dabei eine wichtige Rolle zu. Infografiken oder interaktive Datenvisualisierungen werden meist mit klassischen journalistischen Darstellungsformen kombiniert. DatenjournalistInnen arbeiten mit Datenbanken, Datensätzen, statistischen Methoden, Tabellenkalkulations- und Visualisierungs-Software. In größeren Redaktionen arbeiten sie oft im Team mit GrafikerInnen und ProgrammiererInnen. Beschäftigungsmöglichkeiten bieten sich vor allem im Online-Journalismus – bei Zeitungen und Zeitschriften – sowie bei Nachrichtenagenturen. DatenjournalistInnen sind oft freiberuflich tätig.

Aus- und Weiterbildung:

- FH-Studiengänge Content-Produktion und Digitales Medienmanagement (Bachelor/Wien), Information, Medien und Kommunikation (Bachelor/Eisenstadt), Journalismus und Medienmanagement (Bachelor/Wien), Kommunikation, Wissen, Medien (Bachelor/Hagenberg), Information Medien Kommunikation (Master/Eisenstadt), Journalismus und Neue Medien (Master/Wien), Kommunikation, Wissen, Medien (Master/Hagenberg)
- Uni-Studien in den Bereichen Medien- und Kommunikationswissenschaft, Sozial- und Wirtschaftswissenschaften
- Weiterbildungen bieten z. B. das Kuratorium für Journalistenausbildung und das Forum Journalismus und Medien Wien.

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.



HerstellerIn (Verlag)/Producer (m/w)

HerstellerInnen koordinieren und überwachen die Abläufe bei der Produktion von Büchern, Zeitschriften und Werbemitteln (z.B. Broschüren, Kataloge). In Zusammenarbeit mit AutorInnen, HerausgeberInnen, GrafikerInnen und LektorInnen wählen sie Format, Papier, Farben und Schriften der Publikation sowie die Gestaltung des Umschlags aus und kümmern sich um Satz, Korrektur, Druck und Bindung. Sie holen Angebote von Druckereien ein, kalkulieren und vergeben Aufträge. Auch Electronic Publishing (z.B. E-Books, Videos, Online-Publikationen) kann in ihren Tätigkeitsbereich fallen. Beschäftigungsmöglichkeiten ergeben sich u.a. in Medienhäusern, Buch- und Zeitschriftenverlagen sowie in Werbeagenturen.

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.

Aus- und Weiterbildung:

- Lehrberuf Medienfachmann/Medienfachfrau – Mediendesign
- Fachschule für Mediengestaltung und Drucktechnik (Wien)
- Höhere Lehranstalt für Grafik- und Kommunikationsdesign (Graz, Innsbruck, Linz, Salzburg, Wien)
- Fachausbildung für Grafikdesign an der Werbe Akademie des WIFI (Wien)
- FH-Studiengänge Medientechnik (Bachelor/St. Pölten), Medientechnik und -design (Bachelor/Hagenberg)
- Uni-Studien im Bereich Medien- und Kommunikationswissenschaft oder Grafik



KorrektorIn

KorrektorInnen überprüfen die Texte von Zeitungen, Zeitschriften, Broschüren Büchern und Websites etc. vor der Veröffentlichung bzw. Produktion auf orthografische und stilistische Fehler, korrigieren diese „dudensicher“, vereinheitlichen unterschiedliche Schreibweisen und optimieren die Lesbarkeit. Fehler kennzeichnen sie mit Korrekturzeichen. Ungewöhnliche Arbeitszeiten (abends oder am Wochenende) sind für viele KorrektorInnen selbstverständlich. Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen vor allem bei Buch-, Zeitungs- und Zeitschriftenverlagen. KorrektorInnen arbeiten oft freiberuflich für verschiedene AuftraggeberInnen, z.B. für Unternehmen unterschiedlicher Branchen und öffentliche Institutionen.

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.

Aus- und Weiterbildung:

- Vor allem AbsolventInnen (und StudentInnen) von Uni-Studien, wie z.B. Deutsche Philologie/Germanistik (Bachelor, Master/Graz, Innsbruck, Klagenfurt, Salzburg, Wien) sowie aus dem Bereich Medien- und Kommunikationswissenschaft arbeiten in diesem Beruf.
- Wichtiger als formale Ausbildungsabschlüsse sind allerdings perfekte Rechtschreibkenntnisse, Berufserfahrung im Korrekturlesen, Konzentrationsfähigkeit und Schnelligkeit.



LayouterIn

LayouterInnen entwerfen und gestalten das Erscheinungsbild und die Anordnung von Text-, Bild- und Grafikelementen von Printmedien (Bücher, Broschüren, Kataloge etc.) und digitalen Medien (z. B. Websites, E-Books).

Das Layout legt u. a. Format, Satzspiegel, Schriftarten und -größen für Überschriften und Fließtext und das Verhältnis von Text und Bild fest. Bei periodischen Publikationen dient es als standardisierte Vorlage, die mit Texten und Bildern befüllt wird. LayouterInnen bereiten Dokumente auch für den Druck vor, d. h. sie erzeugen reproduktionsfähige Vorlagen (Reinzeichnung). Sie arbeiten – im Angestelltenverhältnis oder freiberuflich – für Verlage, PR- und Werbeagenturen, Grafikbüros, für Unternehmen unterschiedlicher Branchen und öffentliche Institutionen.

Aus- und Weiterbildung:

- Höhere Lehranstalt für Grafik- und Kommunikationsdesign (Graz, Innsbruck, Linz, Salzburg, Wien)
- Fachausbildung für Grafikdesign an der Werbe Akademie des WIFI (Wien)
- Kolleg für Design, Ausbildungszweig Grafik- und Kommunikations-Design (Linz, Wien)
- FH-Studiengänge InterMedia (Bachelor, Master/Dornbirn), Medientechnik und -design (Bachelor/Hagenberg), MultiMediaArt (Bachelor, Master/Salzburg)
- Uni-Studien Grafik (Diplom/Wien), Grafik Design (Diplom/Wien), Grafik und Werbung (Diplom/Wien), Grafik-Design und Fotografie (Bachelor/Linz), Visuelle Kommunikation (Master/Linz)

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.



VerlegerIn

VerlegerInnen tragen in Verlagen die kaufmännische Verantwortung, leiten das gesamte MitarbeiterInnenteam und kümmern sich um den Abschluss und die Einhaltung von Produktionsverträgen. Sie repräsentieren das Unternehmen nach außen und pflegen Kontakte zu AutorInnen, HerausgeberInnen sowie fach einschlägigen Verbänden, Organisationen und Institutionen. Ein wichtiger Aufgabenschwerpunkt ist die Erstellung und Umsetzung neuer Produktkonzepte sowie die Weiterentwicklung des bestehenden Verlagsprogrammes. VerlegerInnen arbeiten entweder als selbstständige UnternehmerInnen oder als GeschäftsführerInnen im Angestelltenverhältnis. VerlegerIn ist eine Aufstiegsposition.

Aus- und Weiterbildung:

- FH-Studiengänge Content-Produktion und Digitales Medienmanagement (Bachelor/Wien), Journalismus und Medienmanagement (Bachelor/Wien), Media Management (Master/St. Pölten)
- Uni-Studien im Bereich Medien- und Kommunikationswissenschaft
- Universitätslehrgänge Digital Media Publishing – Innovatives und Medienkonvergentes Publizieren (Krems), Kommunikation und Management (Krems)

Die genauen Adressen finden Sie im Adressteil.

► Informationsquellen

Online-Informationen

AMS-Berufsinfo
Portal des AMS zu Fragen rund um Beruf, Bildung & Karriere
www.ams.at/berufsinfo

AMS-Broschüren
Formulare, Broschüren und Informationsmaterial zum Downloaden
www.ams.at/broschueren

AMS-Karrierevideos
Ca. 300 online abrufbare Videos zu unterschiedlichen Berufen
www.ams.at/karrierevideos

BIC – BerufsInformationsComputer
Informationen zu über 1.500 Berufen, Berufsbeschreibungen, Tipps für die Berufswahl
www.bic.at

Weitere nützliche Links finden Sie ab Seite 126.

Broschüren

AMS (Hg.): „Lehrberufe von A-Z. Informationen zu Lehrberufen in Österreich“. Laufende Aktualisierung.

AMS (Hg.): „Berufswahl – Ausbildungswege“. Laufende Aktualisierung
(2 Versionen: deutsch und BKS/ türkisch/englisch/deutsch).

AMS (Hg.): „Berufswahl – Chance Weiterbildung“. Laufende Aktualisierung.

AMS (Hg.): „Berufswahl – Schule oder Lehre? Tipps!“. Laufende Aktualisierung.

AMS (Hg.): „Berufswahl – Matura ...“. Laufende Aktualisierung.

AMS (Hg.): „Berufswahl – Technik“. Laufende Aktualisierung.

AMS (Hg.): „Berufswahl – Tipps zur Berufswahl“. Laufende Aktualisierung.

AMS (Hg.): „Berufswahl – Weiterbildungstipps“. Laufende Aktualisierung.

AMS (Hg.): Broschürenreihe „Jobchancen – Lehre“. Laufende Aktualisierung.

AMS (Hg.): Broschürenreihe „Jobchancen – Schule“. Laufende Aktualisierung.

AMS (Hg.): Broschürenreihe „Jobchancen – Studium“. Laufende Aktualisierung.

AMS (Hg.): „Berufe – Berufe mit Kurz- oder Spezialausbildung“. Laufende Aktualisierung.

AMS (Hg.): „Berufe – Gesundheit, Fitness, Wellness“. Laufende Aktualisierung.

AMS (Hg.): „Berufe – Handel, Marketing, E-Commerce“. Laufende Aktualisierung.

AMS (Hg.): „Berufe – IT – Informationstechnologie“. Laufende Aktualisierung.

AMS (Hg.): „Berufe – Soziales“. Laufende Aktualisierung.

AMS (Hg.): „Berufe – Tourismus und Freizeitwirtschaft“. Laufende Aktualisierung.

Weitere Informationsquellen

BMBF (Hg.): „ABC der berufsbildenden Schulen“. Laufende Aktualisierung.

BMBF (Hg.): „Bildungswege in Österreich“. Laufende Aktualisierung.

BMWF und Wirtschaftskammer Österreich (Hg.): „Lehrberufe in Österreich – Ausbildungen mit Zukunft“. Laufende Aktualisierung.

Österreichische Jugendinfos (Hg.): „Ferien- & Nebenjobsuche. Rechtliche Hinweise, Servicestellen, Bewerbungstipps“. Laufende Aktualisierung.

► BerufsInfoZentren (BIZ) des Arbeitsmarktservice

BURGENLAND

Eisenstadt
Ödenburgerstraße 4
7000 Eisenstadt
biz.eisenstadt@ams.at

Neusiedl/See
Wiener Straße 15
7100 Neusiedl/See
biz.neusiedl@ams.at

Oberwart
Evangelische Kirchengasse 1a
7400 Oberwart
biz.oberwart@ams.at

Stegersbach
Vorstadt 3
7551 Stegersbach
biz.stegersbach@ams.at

KÄRNTEN

Feldkirchen
10.-Oktober-Straße 30
9560 Feldkirchen
biz.feldkirchen@ams.at

Hermagor
Eggerstraße 19
9620 Hermagor
biz.hermagor@ams.at

Klagenfurt
Rudolfsbahngürtel 40
9021 Klagenfurt
biz.klagenfurt@ams.at

Spittal/Drau
Ortenburgerstraße 13
9800 Spittal/Drau
biz.spittal@ams.at

St. Veit/Glan
Bahnhofstraße 6
9300 St. Veit/Glan
biz.sanktveit@ams.at

Villach
Trattengasse 30
9501 Villach
biz.villach@ams.at

Völkermarkt
Hauptplatz 14
9100 Völkermarkt
biz.voelkermarkt@ams.at

Wolfsberg
Gerhart Ellert Platz 1
9400 Wolfsberg
biz.wolfsberg@ams.at

NIEDERÖSTERREICH

Amstetten
Mozartstraße 9
3300 Amstetten
biz.amstetten@ams.at

Baden
Josefsplatz 7
2500 Baden
biz.baden@ams.at

Gänserndorf
Friedensgasse 4
2230 Gänserndorf
biz.gaenserndorf@ams.at

Hollabrunn
Winiwarterstraße 2a
2020 Hollabrunn
biz.hollabrunn@ams.at

Krems
Südtiroler Platz 2
3500 Krems
biz.krems@ams.at

Melk
Babenbergerstraße 6-8
3390 Melk
biz.melk@ams.at

Mödling
Bachgasse 18
2340 Mödling
biz.moedling@ams.at

Neunkirchen
Stockhamnergasse 31
2620 Neunkirchen
biz.neunkirchen@ams.at

St. Pölten
Daniel Gran-Straße 12
3100 St. Pölten
biz.sanktpoelten@ams.at

Tulln
Nibelungenplatz 1
3430 Tulln
biz.tulln@ams.at

Wiener Neustadt
Neunkirchnerstraße 36
2700 Wiener Neustadt
biz.wienerneustadt@ams.at

OBERÖSTERREICH

Braunau
Laaber Holzweg 44
5280 Braunau
ams.braunau@ams.at

Eferding
Kirchenplatz 4
4070 Eferding
ams.eferding@ams.at

Freistadt
Am Pregarten 1
4240 Freistadt
ams.freistadt@ams.at

Gmunden
Karl-Plentzner-Straße 2
4810 Gmunden
ams.gmunden@ams.at

Grieskirchen
Manglburg 23
4710 Grieskirchen
ams.grieskirchen@ams.at

Kirchdorf
Bambergstraße 46
4560 Kirchdorf
ams.kirchdorf@ams.at

Informationen des Arbeitsmarktservice Österreich finden Sie auch im Internet unter folgender Adresse: www.ams.at

Linz
Bulgariplatz 17-19
4021 Linz
ams.linz@ams.at

Perg
Gartenstraße 4
4320 Perg
ams.perg@ams.at

Ried/Innkreis
Peter-Rosegger-Straße 27
4910 Ried/Innkreis
ams.ried@ams.at

Rohrbach
Haslacher Straße 7
4150 Rohrbach
ams.rohrbach@ams.at

Schärding
Alfred-Kubin-Straße 5a
4780 Schärding
ams.schaerding@ams.at

Steyr
Leopold-Werndl-Straße 8
4400 Steyr
ams.steyr@ams.at

Vöcklabruck
Industriestraße 23
4840 Vöcklabruck
ams.voeklabruck@ams.at

Wels
Salzburger Straße 28a
4600 Wels
ams.wels@ams.at

SALZBURG

Bischofshofen
Kinostraße 7A
5500 Bischofshofen
biz.bischofshofen@ams.at

Hallein
Hintnerhofstraße 1
5400 Hallein
biz.hallein@ams.at

Salzburg
Paris Lodron Straße 21
5020 Salzburg
biz.stadtsalzburg@ams.at

Tamsweg
Friedhofstraße 6
5580 Tamsweg
biz.tamsweg@ams.at

Zell am See
Brucker Bundesstraße 22
5700 Zell/See
biz.zellamsee@ams.at

STEIERMARK

Deutschlandsberg
Rathausgasse 5
8530 Deutschlandsberg
biz.deutschlandsberg@ams.at

Feldbach
Schillerstraße 7
8330 Feldbach
biz.feldbach@ams.at

Graz
Neutorgasse 46
8010 Graz
biz.graz@ams.at

Hartberg
Grünfeldgasse 1
8230 Hartberg
biz.hartberg@ams.at

Knittelfeld
Hans-Resel-Gasse 17
8720 Knittelfeld
biz.knittelfeld@ams.at

Leibnitz
Bahnhofstraße 21
8430 Leibnitz
biz.leibnitz@ams.at

Leoben
Vordernbergerstraße 10
8700 Leoben
biz.leoben@ams.at

Liezen
Hauptstraße 36
8940 Liezen
biz.liezen@ams.at

Mürzzuschlag
Grazer Straße 5
8680 Mürzzuschlag
biz.muerzzuschlag@ams.at

TIROL

Imst
Rathausstraße 14
6460 Imst
ams.imst@ams.at

Innsbruck
Schöpfstraße 5
6020 Innsbruck
ams.innsbruck@ams.at

Kitzbühel
Wagnerstraße 17
6370 Kitzbühel
ams.kitzbuehel@ams.at

Kufstein
Oskar-Pirlo-Straße 13
6333 Kufstein
ams.kufstein@ams.at

Landeck
Innstraße 12
6500 Landeck
ams.landeck@ams.at

Lienz
Dolomitenstraße 1
9900 Lienz
ams.lienz@ams.at

Reutte
Claudiastraße 7
6600 Reutte
ams.reutte@ams.at

Schwaz
Postgasse 1
6130 Schwaz
ams.schwaz@ams.at

VORARLBERG

Bludenz
Bahnhofplatz 1B
6700 Bludenz
biz.bludenz@ams.at

Bregenz
Rheinstraße 33
6901 Bregenz
biz.bregenz@ams.at

Feldkirch
Reichsstraße 151
6800 Feldkirch
biz.feldkirch@ams.at

WIEN

BIZ 3
Esteplatz 2
1030 Wien
biz.esteplatz@ams.at

BIZ 6
Gumpendorfer Gürtel 2b
1060 Wien
biz.gumpendorferguertel@ams.at

BIZ 10
Laxenburger Straße 18
1100 Wien
biz.laxenburgerstrasse@ams.at

BIZ 13
Hietzinger Kai 139
1130 Wien
biz.hietzingerkai@ams.at

BIZ 16
Huttengasse 25
1160 Wien
biz.huttengasse@ams.at

BIZ 21
Schloßhofer Straße 16-18
1210 Wien
biz.schlosshoferstrasse@ams.at

► Berufsorganisationen, Interessenvertretungen

Chorverband Österreich
Opernring 11/10
1010 Wien
Tel. (01) 586 94 94
www.chorverband.at

Creativ Club Austria – CCA
Kochgasse 34/16
1080 Wien
Tel. (01) 408 53 51
www.creativclub.at

Dachverband der österreichischen
Filmschaffenden
Spittelberggasse 3
1070 Wien
Tel. (01) 526 97 41
www.filmschaffende.at

designaustria –
Österreichs Wissenszentrum und
Interessenvertretung für Design
im designforum/MuseumsQuartier
Museumsplatz 1/Hof 7
1070 Wien
Tel. (01) 524 49 49-0
www.designaustria.at

Dialog Marketing Verband Österreich –
DMVÖ
Alser Straße 45/6b
1080 Wien
Tel. (01) 911 43 00
www.dmvoe.at

Drehbuchverband Austria
Drehbuchforum Wien
Stiftgasse 6
1070 Wien
Tel. (01) 526 85 03
www.drehbuchverband.at
www.drehbuchforum.at

Event Marketing Board Austria –
EMBA
Gregor-Mendel-Straße 50
1190 Wien
Tel. (01) 361 60 00-0
www.emba.co.at

Fachverband der Film- und
Musikindustrie Österreichs
Wiedner Hauptstraße 63
1045 Wien
Tel. 05 90 900-3012
www.filmandmusicaustria.at

Fachverband Freizeit- und
Sportbetriebe
Wiedner Hauptstraße 63
1045 Wien
Tel. 05 90 900-3565
www.eventnet.at

Fachverband Werbung und
Marktkommunikation
Wiedner Hauptstraße 57
1040 Wien
Tel. 05 90 900-3504
www.wko.at/werbung

Fundraising Verband Austria – FVA
Herbeckstraße 27
1180 Wien
Tel. (01) 276 52 98-0
www.fundraising.at

Gesellschaft für Musiktheater
Türkenstraße 19
1090 Wien
Tel. (01) 317 06 99-0
www.iti-arte.at/musiktheater

GPA-djp – Gewerkschaft der
Privatangestellten, Druck,
Journalismus, Papier
Alfred-Dallinger-Platz 1
1034 Wien
Tel. 05 03 01-301
www.gpa-djp.at

IG Autorinnen Autoren
Literaturhaus Wien
Seidengasse 13
1070 Wien
Tel. (01) 526 20 44-13
www.literaturhaus.at

IG Übersetzerinnen Übersetzer
Literaturhaus Wien
Seidengasse 13
1070 Wien
Tel. (01) 526 20 44-18
www.literaturhaus.at

IG Bildende Kunst
Gumpendorferstraße 10-12
1060 Wien
Tel. (01) 524 09 09
www.igbildendekunst.at

IG freie Theaterarbeit
Gumpendorferstraße 63B
1060 Wien
Tel. (01) 403 87 94
www.freietheater.at

Interessengemeinschaft
Österreichischer Dokumentarfilm
Barnabitenngasse 6/12
1060 Wien
Tel. 0677 614 115 09
www.dok.at

International Advertising
Association Austria – IAA
Schottenring 12/Top 5
1013 Wien
Tel. 0664 182 75 08
www.iaa-austria.at

Internet Advertising Bureau Austria –
IAB
Mariahilferstraße 123/3
1060 Wien
Tel. 0699 142 228 78
www.iab-austria.at

Internet Service Providers Austria
– ISPA
Währingerstraße 3/18
1090 Wien
Tel. (01) 409 55 76
www.ispa.at

Kammer für Arbeiter und
Angestellte – AK
Prinz Eugen Straße 20-22
1040 Wien
Tel. (01) 501 65-0
www.arbeiterkammer.at

Kreativwirtschaft Austria
Wiedner Hauptstraße 63
1045 Wien
Tel. 05 90 900-4000
www.kreativwirtschaft.at

Marketing Club Österreich
Ferrogasse 35
1180 Wien
Tel. (01) 481 66 67
www.marketingclub.at

Mobile Marketing Association
Austria – MMA
Postfach 501
1020 Wien
www.mma-austria.org

Musiker-Komponisten-Autoren-
Gilde
Hofgasse 2/13
1050 Wien
Tel. (01) 544 55 99
www.musikergilde.at

Österreichische Ton- und
Musikgestalter Vereinigung –
ÖTMV
Nattergasse 4
2361 Laxenburg
www.oetmv.org

Österreichische
Werbewissenschaftliche
Gesellschaft
WWG Forum Marketing
Welthandelsplatz 1
1020 Wien
Tel. (01) 313 36-4617
www.wwgonline.at

Österreichischer
Gewerkschaftsbund – ÖGB
Johann-Böhm-Platz 1
1020 Wien
Tel. (01) 534 44-39
www.oegb.at

Österreichischer Journalisten Club –
ÖJC
Blutgasse 3
1010 Wien
Tel. (01) 982 855 50
www.oejc.at

Österreichischer
Komponistenbund – ÖKB
Ölzeltgasse 4/5
1030 Wien
Tel. (01) 714 72 33
www.komponistenbund.at

Österreichischer Musikrat – ÖMR
Rennweg 8
1030 Wien
Tel. 0699 126 965 42
www.oemr.at

Österreichischer Regieverband –
ADA
Spittelberggasse 3
1070 Wien
Tel. 0699 181 386 77
www.directors.at

Österreichischer Verband Film-
und Videoschnitt – AEA
Stiftgasse 6
1070 Wien
Tel. (01) 526 97 41
www.editors.at

Österreichischer Werberat
Wiedner Hauptstraße 57
1040 Wien
Tel. 05 90 900-3577
www.werberat.at

Österreichischer Zeitschriften-
und Fachmedien-Verband
Schottenring 12/Top 5
1013 Wien
Tel. (01) 319 70 01
www.oezv.or.at

P.E.N.-Club Austria
Bankgasse 8
1010 Wien
Tel. (01) 533 44 59
www.penclub.at

Presseclub Concordia
Vereinigung österreichischer
Journalisten und Schriftsteller
Bankgasse 8
1010 Wien
Tel. (01) 533 85 73
www.concordia.at

Public Relations Verband Austria –
PRVA
Lothringerstraße 12
1030 Wien
Tel. (01) 715 15 40
www.prva.at

Universitas Austria
Berufsverband für Dolmetschen
und Übersetzen
Gymnasiumstraße 50
1190 Wien
Tel. (01) 368 60 60
www.universitas.org

Verband der Marktforscher
Österreichs – VMÖ
Postfach 71
1013 Wien
Tel. 0699 102 307 64
www.vmo.e.at

Verband der Regionalmedien
Österreichs – VRM
Esterhazygasse 4a/2/17
1060 Wien
Tel. (01) 585 77 37
www.vrm.at

Verband Filmregie Österreich
c/o Golden Girls Filmproduktion
Seidengasse 15/20
1070 Wien
Tel. 0699 120 313 18
www.austrian-directors.com

Verband Freier Radios Österreich
Kandlgasse 6/1-3
1070 Wien
Tel. (01) 680 236 88 89
www.freie-radios.at

Verband Österreichischer
FilmausstatterInnen – VÖF
Spittelberggasse 3
1070 Wien
Tel. (01) 526 97 41
www.filmdesigners.at

Verband Österreichischer
Filmproduzentinnen und
-produzenten – AAFP
Millerergasse 9/4
1060 Wien
Tel. 0677 614 801 28
www.austrian-film.com

Verband Österreichischer
FilmschauspielerInnen – VÖFS
Spittelberggasse 3
1070 Wien
Tel. (01) 522 32 34
www.vöfs.at

Verband Österreichischer
Kameraleute – AAC
Spittelberggasse 3
1070 Wien
www.aacamera.org

Verband Österreichischer
Privatsender – VÖP
Parkring 10
1010 Wien
Tel. (01) 516 33-3166
www.voep.at

Verband Österreichischer Software
Industrie – VÖSI
EUROPLAZA, Gebäude G
Am Euro Platz 2 (p. A. ADV)
1120 Wien
Tel. 0650 445 76 95
www.voesi.or.at

Verband Österreichischer
Sounddesigner – VOESD
Kaiserstrasse 117/10
1070 Wien
Tel. 0676 560 74 43
www.voesd.at

Verband österreichischer
Zeitungen – VÖZ
Schottenring 12, Top 5
1013 Wien
Tel. (01) 533 79 79
www.voez.at

Vereinigung österreichischer
AufnahmeleiterInnen,
ProduktionsleiterInnen und
ProduktionskoordinatorInnen –
VÖAP
Rudolf Bärnhardt-Gasse 13/2
1170 Wien
www.voeap.at

VOICE Sprecherverband –
Verein für Leistungsschutz der
SprecherInnen und DarstellerInnen
Prager Straße 9
1210 Wien
Tel. (01) 271 76 61
www.sprecherverband.at

Wirtschaftskammer Österreich –
WKO
Wiedner Hauptstraße 63
1045 Wien
Tel. 05 90 900
www.wko.at

► Bildungseinrichtungen

Berufsbildende mittlere Schulen, Berufsbildende höhere Schulen, Kollegs

Die genauen Adressen erfahren Sie in der Broschüre „ABC der berufsbildenden Schulen“ des Bundesministeriums für Bildung und Frauen.

Diese Informationen finden Sie auch im Internet unter:
www.abc.berufsbildendeschulen.at

Berufsförderungsinstitute (bfi) der Kammern für Arbeiter und Angestellte und des Österreichischen Gewerkschaftsbundes

Berufsförderungsinstitut
Österreich
Kaunitzgasse 2
1060 Wien
Tel. (01) 586 37 03
www.bfi.at

Berufsförderungsinstitut
Burgenland
Grazer Straße 86
7400 Oberwart
Tel. (03352) 389 80
www.bfi-burgenland.at

Berufsförderungsinstitut Kärnten
Bahnhofstraße 44
9020 Klagenfurt
Tel. 05 78 78
www.bfi-kaernten.at

Berufsförderungsinstitut
Niederösterreich
Lise-Meitner-Straße 1
2700 Wiener Neustadt
Tel. 0800 212 222
www.bfinoe.at

Berufsförderungsinstitut
Oberösterreich
Muldenstraße 5
4020 Linz
Tel. 0810 004 005
www.bfi-ooe.at

Berufsförderungsinstitut Salzburg
Schillerstraße 30
5020 Salzburg
Tel. (0662) 883 081-0
www.bfi-sbg.at

Berufsförderungsinstitut Steiermark
Keplerstraße 109
8020 Graz
Tel. 05 72 70
www.bfi-stmk.at

Berufsförderungsinstitut Tirol
Ing.-Etzel-Straße 7
6010 Innsbruck
Tel. (0512) 596 60
www.bfi-tirol.at

Berufsförderungsinstitut der AK
Vorarlberg
Widnau 2-4
6800 Feldkirch
Tel. (05522) 702 00
www.bfi-vorarlberg.at

Berufsförderungsinstitut Wien
Alfred-Dallinger-Platz 1
1034 Wien
Tel. (01) 811 78
www.bfi-wien.at

bfi Cert
Parkstraße 11
8700 Leoben
Tel. (03842) 484 88-12
www.bficert.at

Fachhochschul-Studiengänge (Auswahl)

Angewandtes
Wissensmanagement, Master
FH Burgenland
Standort Eisenstadt
Campus 1
7000 Eisenstadt
Tel. 05 77 05-4311
www.fh-burgenland.at

Ausstellungsdesign, Master
FH Joanneum
Standort Graz
Alte Poststraße 149
8020 Graz
Tel. (0316) 54 53-8800
www.fh-joanneum.at

Betriebswirtschaft,
Bachelor/Master
Fachhochschule Salzburg
Campus Urstein
Urstein Süd 1
5412 Puch/Salzburg
Tel. 050 22 11-1107
www.fh-salzburg.ac.at

Betriebswirtschaft und
Wirtschaftspsychologie,
Bachelor/Master
Ferdinand Porsche Fern FH
Wiener Neustadt
Zulingergasse 4
2700 Wiener Neustadt
Studienzentrum Wien
Mariahilfer Straße 99
1060 Wien
Tel. (02622) 326 00
www.fernfh.at

Communication Engineering,
Master
Fachhochschule Kärnten
Standort Klagenfurt
Primoschgasse 8
9020 Klagenfurt
Tel. 05 905 00-3100
www.fh-kaernten.at

Communication, Media, Sound
and Interaction Design, Master
FH Joanneum
Standort Graz
Alte Poststraße 149
8020 Graz
Tel. (0316) 54 53-8800
www.fh-joanneum.at

Consumer Affairs, Master
FH Wiener Neustadt
Standort Wieselburg
Zeiselgraben 4
3250 Wieselburg
Tel. (07416) 53 000-333
www.fhwn.ac.at

Content-Produktion und Digitales
Medienmanagement, Bachelor
FH Wien der WKW
Währinger Gürtel 97
1180 Wien
Tel. (01) 476 77-5826
www.fh-wien.ac.at

Content-Strategie/Content
Strategy, Master
FH Joanneum Graz
Alte Poststraße 149
8020 Graz
Tel. (0316) 54 53-8666
www.fh-joanneum.at

Design & Produktmanagement,
Bachelor/Master
Fachhochschule Salzburg
Campus Kuchl
Markt 136a
5431 Kuchl
Tel. 050 22 11-2201
www.fh-salzburg.ac.at

Digital Arts, Master
FH Oberösterreich
Campus Hagenberg
Softwarepark 11
4232 Hagenberg
Tel. 050 804-22124
www.fh-ooe.at/campus-hagenberg

Digital Marketing, Master
FH Kufstein
Andreas Hofer Straße 7
6330 Kufstein
Tel. (05372) 718 19-135
www.fh-kufstein.ac.at

Digitale Medientechnologien,
Master
FH St. Pölten
Matthias Corvinus-Straße 15
3100 St. Pölten
Tel. (02742) 313 228-602
www.fhstp.ac.at

Film-, TV- und Medienproduktion,
Bachelor
Fachhochschule des bfi Wien
Wohlmutstraße 22
1020 Wien
Tel. (01) 720 12 86-921
www.fh-vie.ac.at

Game Engineering und Simulation,
Master
FH Technikum Wien
Höchstädtplatz 5
1200 Wien
Tel. (01) 333 40 77-562
www.technikum-wien.at

Global Sales and Marketing,
Bachelor/Master
FH Oberösterreich
Campus Steyr
Wehrgrabengasse 1-3
4400 Steyr
Tel. 050 804-33500 bzw. -33600
www.fh-ooe.at/campus-steyr

Hardware-Software-Design,
Bachelor
FH Oberösterreich
Campus Hagenberg
Softwarepark 11
4232 Hagenberg
Tel. 050 804-22400
www.fh-ooe.at/campus-hagenberg

Human-Centered Computing,
Master
FH Oberösterreich
Campus Hagenberg
Softwarepark 11
4232 Hagenberg
Tel. 050 804-22901
www.fh-ooe.at/campus-hagenberg

Informatik, Bachelor
FH Technikum Wien
Höchstädtplatz 5
1200 Wien
Tel. (01) 333 40 77-266
www.technikum-wien.at

Informatik, Master
FH Vorarlberg
Hochschulstraße 1
6850 Dornbirn
Tel. (05572) 792-5102
www.fhv.at

Informatik, Bachelor/Master
FH Wiener Neustadt
Standort Wiener Neustadt
Johannes Gutenberg-Straße 3
2700 Wiener Neustadt
Tel. (02622) 890 84-207
www.fhwn.ac.at

Informatik – Software und
Information Engineering, Bachelor
Hochschulstraße 1
6850 Dornbirn
Tel. (05572) 792-5100
www.fhv.at

Information Engineering und
Management, Master
FH Oberösterreich
Campus Hagenberg
Softwarepark 11
4232 Hagenberg
Tel. 050 804-22301
www.fh-ooe.at/campus-hagenberg

Information Medien
Kommunikation, Master
FH Burgenland
Standort Eisenstadt
Campus 1
7000 Eisenstadt
Tel. 05 77 05-4313
www.fh-burgenland.at

Information, Medien und
Kommunikation, Bachelor
FH Burgenland
Standort Eisenstadt
Campus 1
7000 Eisenstadt
Tel. 05 77 05-4310
www.fh-burgenland.at

Informationsdesign, Bachelor
FH Joanneum
Standort Graz
Alte Poststraße 149
8020 Graz
Tel. (0316) 54 53-8800
www.fh-joanneum.at

Informationsmanagement,
Bachelor/Master
FH Joanneum
Standort Graz
Alte Poststraße 149
8020 Graz
Tel. (0316) 54 53-8800
www.fh-joanneum.at

Interactive Media, Master
FH Oberösterreich
Campus Hagenberg
Softwarepark 11
4232 Hagenberg
Tel. 050 804-22121
www.fh-ooe.at/campus-hagenberg

InterMedia, Bachelor/Master
FH Vorarlberg
Hochschulstraße 1
6850 Dornbirn
Tel. (05572) 792-5200
www.fhv.at

International Marketing, Master
CAMPUS 02 Fachhochschule der
Wirtschaft
Körblergasse 126
8021 Graz
Tel. (0316) 60 02-625
www.campus02.at

IT & Mobile Security, Master
FH Joanneum
Standort Kapfenberg
Werk-VI-Straße 46
8605 Kapfenberg
Tel. (03862) 336 00-8800
www.fh-joanneum.at

Journalismus und
Medienmanagement, Bachelor
FH Wien der WKW
Währinger Gürtel 97
1180 Wien
Tel. (01) 476 77-5830
www.fh-wien.ac.at

Journalismus und Neue Medien,
Master
FH Wien der WKW
Währinger Gürtel 97
1180 Wien
Tel. (01) 476 77-5830
www.fh-wien.ac.at

Journalismus und Public Relations
(PR), Bachelor
FH Joanneum
Standort Graz
Alte Poststraße 149
8020 Graz
Tel. (0316) 54 53-8800
www.fh-joanneum.at

Kommunikation, Wissen, Medien,
Bachelor/Master
FH Oberösterreich
Campus Hagenberg
Softwarepark 11
4232 Hagenberg
Tel. 050 804-22600
www.fh-ooe.at/campus-hagenberg

Kommunikationsmanagement,
Master
FH Wien der WKW
Währinger Gürtel 97
1180 Wien
Tel. (01) 476 77-5840
www.fh-wien.ac.at

Kommunikationswirtschaft,
Bachelor
FH Wien der WKW
Währinger Gürtel 97
1180 Wien
Tel. (01) 476 77-5840
www.fh-wien.ac.at

Marketing und Electronic
Business, Bachelor
FH Oberösterreich
Campus Steyr
Wehrgrabengasse 1-3
4400 Steyr
Tel. 050 804-33400
www.fh-ooe.at/campus-steyr

Marketing und
Kommunikationsmanagement,
Bachelor
FH Kufstein Tirol
Andreas Hofer Straße 7
6330 Kufstein
Tel. (05372) 718 19-135
www.fh-kufstein.ac.at

Marketing & Sales, Bachelor
CAMPUS 02 Fachhochschule der
Wirtschaft
Körblergasse 126
8021 Graz
Tel. (0316) 60 02-686
www.campus02.at

Marketing & Sales, Bachelor
FH Wien der WKW
Währinger Gürtel 97
1180 Wien
Tel. (01) 476 77-5850
www.fh-wien.ac.at

Marketing and Sales, Master
IMC Fachhochschule Krems
Piaristengasse 1
3500 Krems
Tel. (02732) 802-0
www.fh-krems.ac.at

Marketing- & Salesmanagement,
Master
FH Wien der WKW
Währinger Gürtel 97
1180 Wien
Tel. (01) 476 77-5850
www.fh-wien.ac.at

Media- und
Kommunikationsberatung,
Bachelor/Master
FH St. Pölten
Matthias Corvinus-Straße 15
3100 St. Pölten
Tel. (02742) 313 228-404 bzw. -402
www.fhstp.ac.at

Media Management, Master
FH St. Pölten
Matthias Corvinus-Straße 15
3100 St. Pölten
Tel. (02742) 313 228-402
www.fhstp.ac.at

Medienmanagement,
Bachelor
FH St. Pölten
Matthias Corvinus-Straße 15
3100 St. Pölten
Tel. (02742) 313 228-406
www.fhstp.ac.at

Medientechnik, Bachelor
FH St. Pölten
Matthias Corvinus-Straße 15
3100 St. Pölten
Tel. (02742) 313 228-610
www.fhstp.ac.at

Medientechnik und -design,
Bachelor
FH Oberösterreich
Campus Hagenberg
Softwarepark 11
4232 Hagenberg
Tel. 050 804-22100
www.fh-ooe.at/campus-hagenberg

Mobile Computing,
Bachelor/Master
FH Oberösterreich
Campus Hagenberg
Softwarepark 11
4232 Hagenberg
Tel. 050 804-22800
www.fh-ooe.at/campus-hagenberg

MultiMediaArt, Bachelor/Master
Fachhochschule Salzburg
Campus Urstein
Urstein Süd 1
5412 Puch/Salzburg
Tel. 050 22 11-1202
www.fh-salzburg.ac.at

MultiMediaTechnology,
Bachelor/Master
Fachhochschule Salzburg
Campus Urstein
Urstein Süd 1
5412 Puch/Salzburg
Tel. 050 22 11-1252
www.fh-salzburg.ac.at

Nonprofit-, Sozial- und
Gesundheitsmanagement,
Bachelor
MCI Management Center
Innsbruck
Universitätsstraße 15
6020 Innsbruck
Tel. (0512) 20 70-3700
www.mci.edu

Produktdesign und Technische
Kommunikation, Bachelor
FH Oberösterreich
Campus Wels
Stelzhamerstraße 23
4600 Wels
Tel. 050 804-43045
www.fh-ooe.at/campus-wels

Projektmanagement und IT,
Bachelor
Fachhochschule des bfi Wien
Wohlmutterstraße 22
1020 Wien
Tel. (01) 720 12 86-51
www.fh-vie.ac.at

Projektmanagement und
Organisation, Master
Fachhochschule des bfi Wien
Wohlmutterstraße 22
1020 Wien
Tel. (01) 720 12 86 -51
www.fh-vie.ac.at

Software Design, Bachelor
FH Joanneum
Standort Kapfenberg
Werk-VI-Straße 46
8605 Kapfenberg
Tel. (03862) 336 00-8391
www.fh-joanneum.at

Software Engineering,
Bachelor/Master
FH Oberösterreich
Campus Hagenberg
Softwarepark 11
4232 Hagenberg
Tel. 050 804-22000
www.fh-ooe.at/campus-hagenberg

Softwareentwicklung, Master
FH Technikum Wien
Höchstädtplatz 5
1200 Wien
Tel. (01) 333 40 77-264
www.technikum-wien.at

Sport, Kultur- und
Veranstaltungsmanagement,
Bachelor/Master
FH Kufstein
Andreas Hofer Straße 7
6330 Kufstein
Tel. (05372) 718 19-128 bzw. -118
www.fh-kufstein.ac.at

Tourism and Leisure Management
Bachelor/Master
IMC Fachhochschule Krems
Piaristengasse 1
3500 Krems
Tel. (02732) 802-0
www.fh-krems.ac.at

Tourismus- und Freizeitwirtschaft,
Bachelor
MCI Management Center
Innsbruck
Weiherburggasse 8
6020 Innsbruck
Tel. (0512) 20 70-3300
www.mci.edu

Web Business & Technology,
Bachelor
FH Kufstein
Andreas Hofer Straße 7
6330 Kufstein
Tel. (05372) 718 19-170
www.fh-kufstein.ac.at

Universitäten

Kärnten

Alpen-Adria-Universität
Klagenfurt
Universitätsstraße 65-67
9020 Klagenfurt
Tel. (0463) 27 00-0
www.uni-klu.ac.at

Niederösterreich

Donau-Universität Krems
Universität für Weiterbildung
Dr.-Karl-Dorrek-Straße 30
3500 Krems
Tel. (02732) 893-6000
www.donau-uni.ac.at

Oberösterreich

Johannes Kepler Universität Linz
– JKU
Altenberger Straße 69
4040 Linz
Tel. (0732) 24 68-0
www.jku.at

Kunstuniversität Linz
Hauptplatz 8, Postfach 6
4010 Linz
Tel. (0732) 78 98-0
www.ufg.ac.at

Salzburg

Universität Salzburg
Kapitelgasse 4-6
5020 Salzburg
Tel. (0662) 80 44-0
www.uni-salzburg.at

Universität Mozarteum Salzburg
Mirabellplatz 1
5020 Salzburg
Tel. (0662) 61 98-0
www.moz.ac.at

Steiermark

Karl-Franzens-Universität Graz
Universitätsplatz 3
8010 Graz
Tel. (0316) 380-0
www.unigraz.at

Medizinische Universität Graz
Auenbruggerplatz 2
8036 Graz
Tel. (0316) 385-0
www.meduni-graz.at

Montanuniversität Leoben
Franz-Josef-Straße 18
8700 Leoben
Tel. (03842) 402-0
www.unileoben.ac.at

Technische Universität Graz
Rechbauerstraße 12
8010 Graz
Tel. (0316) 873-0
www.tugraz.at

Universität für Musik und
darstellende Kunst Graz
Leonhardstraße 15
8010 Graz
Tel. (0316) 389-0
www.kug.ac.at

Tirol

Medizinische Universität Innsbruck
Christoph-Probst-Platz 1
Innrain 52
6020 Innsbruck
Tel. (0512) 90 03-0
www.i-med.ac.at

Universität Innsbruck
Innrain 52
6020 Innsbruck
Tel. (0512) 507-0
www.uibk.ac.at

Wien

Akademie der bildenden Künste
Wien
Schillerplatz 3
1010 Wien
Tel. (01) 588 16-0
www.akbild.ac.at

Medizinische Universität Wien
Spitalgasse 23
1090 Wien
Tel. (01) 401 60-0
www.meduniwien.ac.at

Technische Universität Wien
Karlsplatz 13
1040 Wien
Tel. (01) 588 01-0
www.tuwien.ac.at

Universität Wien
Universitätsring 1
1010 Wien
Tel. (01) 42 77-0
www.univie.ac.at

Universität für angewandte Kunst
Wien
Oskar Kokoschka-Platz 2
1010 Wien
Tel. (01) 711 33-0
www.dieangewandte.at

Universität für Bodenkultur Wien
Gregor-Mendel-Straße 33
1180 Wien
Tel. (01) 476 54-0
www.boku.ac.at

Universität für Musik und
darstellende Kunst Wien
Anton-von-Webern-Platz 1
1030 Wien
Tel. (01) 711 55-0
www.mdw.ac.at

Veterinärmedizinische Universität
Wien
Veterinärplatz 1
1210 Wien
Tel. (01) 250 77-0
www.vetmeduni.ac.at

Wirtschaftsuniversität Wien
Welthandelsplatz 1
1020 Wien
Tel. (01) 313 36
www.wu.ac.at

Pädagogische Hochschulen

Informationen und Links zu allen
Pädagogischen Hochschulen
finden Sie unter:
www.ph-online.ac.at

Privatuniversitäten

Anton Bruckner Privatuniversität
Hagenstraße 57
4040 Linz
Tel. (0732) 701 000-0
www.bruckneruni.at

Danube Private University – DPU
Fakultät Medizin/Zahnmedizin
Steiner Landstraße 124
3500 Krems
Tel. 0676 842 419 305
www.danube-private-university.at

Karl Landsteiner Privatuniversität
für Gesundheitswissenschaften
Dr.-Karl-Dorrek-Straße 30
3500 Krems an der Donau
www.kl.ac.at

Katholische Privat-Universität Linz
Bethlehemstraße 20
4020 Linz
Tel. (0732) 784 293
www.ktu-linz.ac.at

MODUL University Vienna
Am Kahlenberg 1
1190 Wien
Tel. (01) 320 35 55-0
www.modul.ac.at

Musik und Kunst Privatuniversität
der Stadt Wien – MUK
Konservatorium Wien
Johannesgasse 4a
1010 Wien
Tel. (01) 512 77 47
www.muk.ac.at

New Design University –
Privatuniversität der
Kreativwirtschaft
Mariazeller Straße 97
3100 St. Pölten
Tel. (02742) 890-2411
www.ndu.ac.at

Paracelsus Medizinische
Privatuniversität
Strubergasse 21
5020 Salzburg
Tel. (0662) 442 002-0
www.pmu.ac.at

Private Universität für Gesund-
heitswissenschaften, Medizinische
Informatik und Technik – UMIT
Eduard Wallnöfer-Zentrum 1
6060 Hall/Tirol
Tel. 050 86 48-3000
www.umat.ac.at

Privatuniversität Schloss Seeburg
Seeburgstraße 8
5201 Seekirchen am Wallersee
Tel. (06212) 26 26
www.uni-seeburg.at

Sigmund Freud Privat Universität
Campus Prater
Freudplatz 1
1020 Wien
Tel. (01) 798 40 98
www.sfu.ac.at

Webster University Vienna
Praterstraße 23
1020 Wien
Tel. (01) 269 92 93-0
www.webster.ac.at

Universitätslehrgänge und sonstige Lehrgänge (Auswahl)

Angewandte Fotografie
FH St. Pölten
Matthias Corvinus-Straße 15
3100 St. Pölten
Tel. (02742) 313 228-811
www.fhstp.ac.at

art & economy
Universität für angewandte Kunst
Wien
Am Heumarkt 27/1/3a
1030 Wien
Tel. (01) 711 33-2790
www.dieangewandte.at
www.art-economy.net

Crossmedia Design &
Development
Donau-Universität Krems
Dr.-Karl-Dorrek-Straße 30
3500 Krems
Tel. (02732) 893-2543
www.donau-uni.ac.at

Digital Business
Technikum Wien Academy
Höchstädtplatz 6
1200 Wien
Tel. (01) 333 40 77-625
https://academy.technikum-wien.at

Digital Media Publishing
– Innovatives und
Medienkonvergentes Publizieren
Donau-Universität Krems
Dr.-Karl-Dorrek-Straße 30
3500 Krems
Tel. (02732) 893-2556
www.donau-uni.ac.at

ecm – educating/curating/
managing
Universität für angewandte Kunst
Wien
Oskar Kokoschka-Platz 2
1010 Wien
Tel. (01) 711 33-2752
www.dieangewandte.at
www.ecm.ac.at

eEducation – eLearning & Social
Media Learning
Donau-Universität Krems
Dr.-Karl-Dorrek-Straße 30
3500 Krems
Tel. (02732) 893-2345
www.donau-uni.ac.at

Eventmanagement
FH St. Pölten
Matthias Corvinus-Straße 15
3100 St. Pölten
Tel. (02742) 313 228-423
www.fhstp.ac.at

Exhibition Development –
Ausstellungsdesign und
-management
Donau-Universität Krems
Dr.-Karl-Dorrek-Straße 30
3500 Krems
Tel. (02732) 893-2569
www.donau-uni.ac.at

Film, TV & Digital Media
Management (MBA)
Fachhochschule des bfi Wien
Wohlmutterstraße 22
1020 Wien
Tel. (01) 720 12 86-942
www.fh-vie.ac.at

Informationsmanagement und
E-Learning
Private Pädagogische Hochschule
der Diözese Linz
Salesianumweg 3
4020 Linz
Tel. (0732) 77 26 66
www.ph-linz.at

Interactive Media Management
Donau-Universität Krems
Dr.-Karl-Dorrek-Straße 30
3500 Krems
Tel. (02732) 893-2501
www.donau-uni.ac.at

Kommunikation und Management
Donau-Universität Krems
Dr.-Karl-Dorrek-Straße 30
3500 Krems
Tel. (02732) 893-2709
www.donau-uni.ac.at

Kulturmanagement
Universität für Musik und
darstellende Kunst Wien
Anton-von-Webern-Platz 1
1030 Wien
Tel. (01) 711 55-3401
www.mdw.ac.at/ikm

Library and Information Studies
Karl-Franzens-Universität Graz
Universitätsplatz 3
8010 Graz
Tel. (0316) 380-3126
www.kfunigraz.ac.at

Library and Information Studies
Universität Innsbruck
Innrain 52f
6020 Innsbruck
Tel. (0512) 507-2459
www.uibk.ac.at

Library and Information Studies
Universität Salzburg
Hauptbibliothek
Hofstallgasse 2-4
5020 Salzburg
www.uni-salzburg.at

Library and Information Studies
Universität Wien
Universitätsring 1
1010 Wien
Tel. (01) 42 77-15004
http://bibliothek.univie.ac.at/ulg

Marketing
Universität Innsbruck und
Schloss Hofen
Hoferstraße 26
6911 Lochau
Tel. (05574) 4930-440
www.schlosshofen.at

Marketing & Sales
WU Executive Academy
Welthandelsplatz 1
1020 Wien
Tel. (01) 313 36-6501
www.executiveacademy.at

Marketing Management
Donau-Universität Krems
Dr.-Karl-Dorrek-Straße 30
3500 Krems
Tel. (02732) 893-2111
www.donau-uni.ac.at

Medienlehrgang
UNI for LIFE
Universitätsplatz 3
8010 Graz
Tel. (0316) 380 10 13
www.uniforlife.at

Music Management
Donau-Universität Krems
Dr.-Karl-Dorrek-Straße 30
3500 Krems
Tel. (02732) 893-2571
www.donau-uni.ac.at

Online Media Marketing
Donau-Universität Krems
Dr.-Karl-Dorrek-Straße 30
3500 Krems
Tel. (02732) 893-2502
www.donau-uni.ac.at

PR und Integrierte
Kommunikation
Donau-Universität Krems
Dr.-Karl-Dorrek-Straße 30
3500 Krems
Tel. (02732) 893-2701
www.donau-uni.ac.at

Public Communication
Universität Wien
Währinger Straße 29
1090 Wien
Tel. (01) 42 77-49334
www.public-communication.at

Qualitätsjournalismus
Donau-Universität Krems
Dr.-Karl-Dorrek-Straße 30
3500 Krems
Tel. (02732) 893-2707
www.donau-uni.ac.at

Quality Journalism and New
Technologies
Donau-Universität Krems
Dr.-Karl-Dorrek-Straße 30
3500 Krems
Tel. (02732) 893-2704
www.donau-uni.ac.at

Social Media and Global
Communication
Donau-Universität Krems
Dr.-Karl-Dorrek-Straße 30
3500 Krems
Tel. (02732) 893-2710
www.donau-uni.ac.at

Sportjournalismus
Universität Salzburg
Rifer Schlossallee 49
5400 Hallein-Rif
Tel. (0662) 80 44-4898
http://sportwissenschaft.
uni-salzburg.at/sj

Technische Kommunikation
Donau-Universität Krems
Dr.-Karl-Dorrek-Straße 30
3500 Krems
Tel. (02732) 893-2315
www.donau-uni.ac.at

Videojournalismus
 FH Wien der WKW und WIFI Wien
 Währinger Gürtel 97
 1180 Wien
 Tel. (01) 476 77-5555
 www.wifiwien.at

Wirtschaftsförderungsinstitute (WIFI) der Wirtschaftskammern

WIFI Burgenland
 Robert-Graf-Platz 1
 7000 Eisenstadt
 Tel. 05 909 07-2000
 www.bglid.wifi.at

WIFI Kärnten
 Europaplatz 1
 9021 Klagenfurt
 Tel. 05 94 34
 www.wifikaernten.at

WIFI Niederösterreich
 Mariazeller Straße 97
 3100 St. Pölten
 Tel. (02742) 890-2000
 www.noew.wifi.at

WIFI Oberösterreich
 Wiener Straße 150
 4021 Linz
 Tel. 05 70 00-77
 www.ooe.wifi.at

WIFI Salzburg
 Julius-Raab-Platz 2
 5027 Salzburg
 Tel. (0662) 88 88-411
 www.wifisalzburg.at

WIFI Steiermark
 Körblergasse 111-113
 8010 Graz
 Tel. (0316) 602-1234
 www.stmk.wifi.at

WIFI Tirol
 Egger-Lienz-Straße 116
 6020 Innsbruck
 Tel. 05 909 05-7000
 www.tirol.wifi.at

WIFI Vorarlberg
 Bahnhofstraße 24
 6850 Dornbirn
 Tel. (05572) 38 94-425
 www.vlbg.wifi.at

WIFI Wien
 Währinger Gürtel 97
 1180 Wien
 Tel. (01) 476 77
 www.wifiwien.at

Weitere Aus- und Weiterbildungseinrichtungen

Akademie der Österreichischen
 Theatertechnischen Gesellschaft
 m. b. H.
 Taubergasse 60
 1170 Wien
 Tel. (01) 485 35 79
 www.akademie-oethg.at

Ballettschule der Wiener
 Staatsoper
 Goethegasse 1
 1010 Wien
 Tel. (01) 514 44-2641
 www.wiener-staatsoper.at
 www.opera-balletschool.com

Drehbuchforum Wien
 Stiftgasse 6
 1070 Wien
 Tel. (01) 526 85 03
 www.drehbuchforum.at

Filmschule Wien
 Weiterbildungsinstitut Wien Service
 GmbH
 Rechte Wienzeile 85
 1050 Wien
 Tel. (01) 943 37 01
 www.die-filmschule.at

FMZ – Film und Medienzentrum
 Margareten
 Johannagasse 2
 1050 Wien
 Tel. (01) 891 74-105 002
 www.vhs.at/fmz

Forum Journalismus und Medien
 Wien – fjum
 Karl-Farkas-Gasse 18
 1030 Wien
 Tel. (01) 997 27 96
 www.fjum-wien.at

Institut für Kulturkonzepte
 Gumpendorfer Straße 9/10
 1060 Wien
 Tel. (01) 585 39 99
 www.kulturkonzepte.at

Kuratorium für
 Journalistenausbildung – KfJ
 Österreichische Medienakademie
 Bergstraße 10
 5020 Salzburg
 Tel. (0662) 83 41 33-0
 www.kfj.at

Literaturhaus Graz
 Elisabethstraße 30
 8010 Graz
 Tel. (0316) 380-8360
 www.literaturhaus-graz.at

Literaturhaus Salzburg
 Strubergasse 23/
 H. C. Artmann-Platz
 5020 Salzburg
 Tel. (0662) 422 411
 www.literaturhaus-salzburg.at

Literaturhaus Wien
 Seidengasse 13
 1070 Wien
 Tel. (01) 526 20 44-0
 www.literaturhaus.at

NPO-Akademie Wien
 Hütter. MC Management
 Consulting GmbH
 Gentzgasse 137
 1180 Wien
 Tel. (01) 955 17 77
 www.npo-akademie.at

Opernballettschule
Opernhaus Graz
Kaiser-Josef-Platz 10
8010 Graz
Tel. (0316) 80 08-1100
www.oper-graz.com

Performing Center Austria
PCA 7
Zieglergasse 7
1070 Wien
PCA 11
TURM C – Gasometer Wien
Guglgasse 12
1110 Wien
Tel. (01) 523 56 56
www.performingcenter.at

SAE Institute Wien
Linke Wienzeile 130A
1060 Wien
Tel. (01) 961 03 03
www.sae.at

Salzburg Experimental Academy
of Dance – SEAD
Schallmooser Hauptstraße 48a
5020 Salzburg
Tel. (0662) 624 635
www.sead.at

Schauspielschule Krauss
Weihburggasse 9
1010 Wien
Tel. (01) 512 43 24
www.schauspielschulekrauss.at

Schule des Sprechens
Dorotheergasse 7/3.Stock
1010 Wien
Tel. (01) 513 87 10
www.sprechen.com

schule für dichtung in wien –
vienna poetry school
Mariahilfer Straße 88a/3/7
1070 Wien
Tel. (01) 522 35 26
www.sfd.at

VHS polycollege
Stöbergasse 11-15
1050 Wien
Tel. (01) 891 74-105 000
www.polycollege.at

Werbe Akademie WIFI Wien
Währinger Gürtel 97
1180 Wien
Tel. (01) 476 77-5251
www.werbeakademie.at

Konservatorien

Franz Schubert Konservatorium
Neuwaldegger Straße 1
1170 Wien
Tel. (01) 587 47 87
www.fsk.at

Jam Music Lab
Conservatory for Jazz and Popular
Music Vienna
Guglgasse 8, Gasometer B
1110 Wien
Tel. (01) 946 68 46
www.jammusiclab.at

Johann-Joseph-Fux-
Konservatorium des Landes
Steiermark
Entenplatz 1b
8020 Graz
Tel. (0316) 711 250-6175
www.verwaltung.steiermark.at

Joseph Haydn Konservatorium
des Landes Burgenland
Glorietteallee 2
7000 Eisenstadt
Tel. (02682) 637 34
www.haydnkons.at

Kärntner Landeskonservatorium
Mießtalerstraße 8
9020 Klagenfurt
Tel. 050 536-16535 oder -16532
www.konse.at

Konservatorium Sunrise Studios
Neubaugasse 38
1070 Wien
Tel. 0699 814 557 13
www.sunrisestudios.at

Prayner Konservatorium
Mühlgasse 28-30
1040 Wien
Tel. (01) 587 57 49
www.konservatorium-prayner.at

Richard Wagner Konservatorium
Wienerbergstraße 28
1120 Wien
Tel. (01) 913 34 66
www.richard-wagner-
konservatorium.at

Tiroler Landeskonservatorium
Paul-Hofhaimer-Gasse 6
6020 Innsbruck
Tel. (0512) 508 68 52
www.konstiro.at

Vienna Konservatorium
Stiebergasse 15-17
1150 Wien
Tel. (01) 985 81 12
www.viennaconservatory.at

VMI – Vienna Music Institute
Nobilegasse 23-25
1150 Wien
Tel. (01) 786 04 92
www.vmi.at

Vorarlberger
Landeskonservatorium
Reichenfeldgasse 9
6800 Feldkirch
Tel. (05522) 711 10-0
www.vlk.ac.at

► Internetadressen und Portale

Nützliche Links

Arbeiterkammer – AK
Kammer für Arbeiter und Angestellte
www.arbeiterkammer.at

Arbeitsmarktservice Österreich – AMS
www.ams.at

Berufsförderungsinstitut Österreich – BFI
www.bfi.at

Bundesministerium für Bildung und Frauen (BMBWF)
www.bmbwf.gv.at

Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft (BMWFW)
www.bmwfw.gv.at

Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft – IBW
www.ibw.at

Wirtschaftsförderungsinstitut Österreich – WIFI
www.wifi.at

Wirtschaftskammer Österreich – WKO
www.wko.at

Berufsinformation und Berufsentscheidung

AMS-Broschüren
Formulare, Broschüren und Informationsmaterial zum Downloaden
www.ams.at/broschueren

AMS-Berufsinformationssystem
Kurzbeschreibungen zu
Tätigkeiten, Beschäftigung,
Einkommen, beruflichen
Kompetenzen, Aus- und
Weiterbildung etc. für ca. 530
Berufsgruppen
www.ams.at/bis

AMS-Karrierevideos
Ca. 300 online abrufbare Videos
zu unterschiedlichen Berufen
www.ams.at/karrierevideos

AMS-Ausbildungskompass
www.ams.at/ausbildungskompass

AMS-Berufskompass
Orientierungshilfe für die
Berufswahl
www.ams.at/berufskompass

AMS-Berufslexikon
Ausführliche
Berufsbeschreibungen zu ca.
1.800 Berufen
www.ams.at/berufslexikon

AMS-Forschungsnetzwerk
www.ams.at/forschungsnetzwerk

AMS-Karrierekompass
Portal des AMS zu Fragen rund
um Beruf, Bildung & Karriere
www.ams.at/karrierekompass

AMS-Neuorientierungskompass
Unterstützung bei der Wahl eines
neues Berufsweges
www.ams.at/neuorientierungskompass

AMS-Qualifikationsbarometer
Österreichweit das erste
umfassende Online-
Informationssystem zu
Qualifikationstrends
www.ams.at/qualifikationen

AMS-Arbeitszimmer
Jugendplattform zu den Themen
Schule, Studium, Lehre
www.arbeitszimmer.cc

Atlas zur Berufs- und
Bildungsberatung
www.bib-atlas.at

Berufsbilder
www.berufsbilder.at

BIC – BerufsInformationsComputer
www.bic.at

Bildungsinformationen der
Arbeiterkammer
www.arbeiterkammer.at/bildung

Bildung & Beruf
www.bildungundberuf.at

BiWi – Berufsinformation der
Wirtschaftskammer
www.biwi.at

Mit einer Lehre ist alles drin –
Informationsplattform der
Wirtschaftskammer Österreich für
(angehende) Lehrlinge
www.lehreallesdrin.at

Whatchado
Videos zu Berufs-, Karriere- und
Lebensgeschichten
www.whatchado.net

Frauenspezifische Links

abz*austria – kompetent für frauen
und wirtschaft
www.abzwien.at

Arbeitsmarktservice – Angebote für
Frauen und Mädchen
www.ams.at/frauen

Frauen Netzwerk Medien
www.frauennetzwerk.at

Medienfrauen – Plattform
des Österreichischen
Journalistinnenkongresses
www.medienfrauen.net

w-FORTE – Wirtschaftsimpulse
von Frauen in Forschung und
Technologie
www.w-fforte.at

Netzwerk österreichischer Frauen-
und Mädchenberatungsstellen
www.netzwerk-frauenberatung.at

Sprungbrett für Mädchen (Wien)
<http://sprungbrett.or.at>

Mädchenzentrum Amazone
(Bregenz)
www.amazone.or.at

Mädchenzentrum Klagenfurt
www.maedchenzentrum.at

Mafalda/JAM Mädchenzentrum
(Graz)
www.mafalda.at

Karriere-Links

AMS-eJob-Room
www.ams.at/jobroom

Der Standard
www.derstandard.at/karriere

Die Presse
<http://karriere.diepresse.com>

Karriereführer
www.karrierefuehrer.at

Karriere.at
www.karriere.at

Kleine Zeitung
www.kleinezeitung.at/job

Kurier
<https://job.kurier.at>

Lehrbetriebsübersicht der WKO
<https://lehrbetriebsuebersicht.wko.at>

Monster
www.monster.at

Salzburger Nachrichten
<https://beste-stellen.salzburg.com>

StepStone
www.stepstone.at

Schulen

ABC der berufsbildenden Schulen in Österreich
www.abc.berufsbildendeschulen.at

Österreichisches Schulportal
www.schule.at

HAK/HAS-Abendschulen
www.abendschulen.at

Humanberufliche Schulen und Höhere land- und forstwirtschaftliche Schulen
www.hum.at

Polytechnische Schulen
<http://pts.schule.at>

Portal der kaufmännischen Schulen
www.hak.cc

Technische, gewerbliche und kunstgewerbliche Schulen Österreichs – HTL
www.htl.at

Studium

Studienwahl
www.studienwahl.at

Studieren.at
www.studieren.at

FH-Plattform
www.fh-plattform.at

FH-Guide
www.fachhochschulen.ac.at

Berufsbegleitende Studien
www.berufsbegleitend.at

Masterportal Österreich
www.postgraduate.at

Studienbeihilfenbehörde
www.stipendium.at

Weiterbildung

Erwachsenenbildung
www.erwachsenenbildung.at

Checklist Weiterbildung
www.checklist-weiterbildung.at

Kursförderung – Die Datenbank der Bildungsförderungen
www.kursfoerderung.at

Bildungsförderungen in Österreich
<http://bildungsfoerderung.bic.at>

Burgenländische Konferenz Erwachsenenbildung – BuKEB
www.bukeb.at

Bildungsland Kärnten
www.bildungsland.at

Forum Erwachsenenbildung Niederösterreich – FEN
www.fen.at

Erwachsenenbildungsforum Oberösterreich
www.weiterbilden.at

Bildungsnetzwerk Steiermark
www.bildungsnetzwerk-stmk.at

Salzburger Erwachsenenbildung
www.erwachsenenbildung-salzburg.at

Tiroler Bildungskatalog – TIBS
www.tiroler-bildungskatalog.at

Weiterbildung in Vorarlberg
www.pfiffikus.at

Wiener ArbeitnehmerInnen Förderungsfonds – waff
www.weiterbildung.at

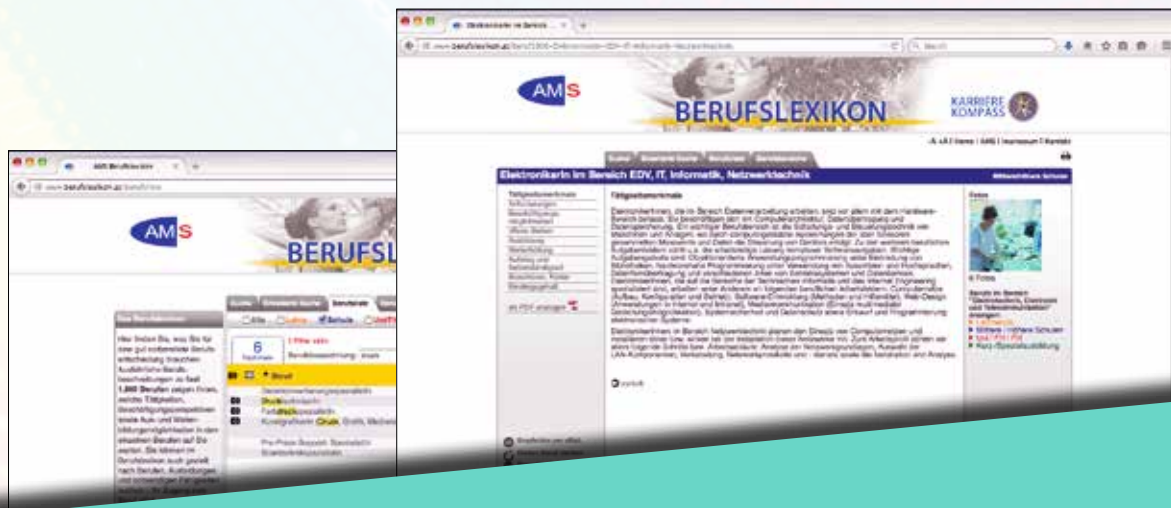
Berufslexikon

Die AMS-Webseite für Berufsinformation

Das AMS-Berufslexikon bietet Beschreibungen zu 1.800 Berufen. Kurzvideos geben einen Einblick in den Berufsalltag.

Folgende Berufslexika stehen zur Verfügung:

- **Lehrberufe** – Berufe nach Abschluss einer Lehre
- **Mittlere / Höhere Schulen** – Berufe nach Abschluss mittlerer / höherer Schulen
- **Uni / FH / PH** – Berufe nach Abschluss eines Studiums
- **Hilfs-, Anlernberufe**
- **Kurz-, Spezialausbildung** – Berufe nach Abschluss einer Kurz- oder Spezialausbildung



BERUFS-INFOS ONLINE

www.ams.at/berufslexikon



Broschüren Berufe

- Berufe mit Kurz- oder Spezialausbildung
- Gesundheit, Fitness, Wellness
- Handel, Marketing, E-Commerce
- IT – Informationstechnologie
- Medien, Kultur, Unterhaltung**
- Soziales
- Tourismus & Freizeitwirtschaft