

Team akademische Berufe

Den eigenen Beruf (er-)finden

Arbeitsfelder für Geisteswissenschaftler-
Alternativen für Lehrer

Ausgabe 04/2015



Bundesagentur für Arbeit

Agentur für Arbeit Kiel

Den eigenen Beruf (er-)finden!

| | |
|---|----|
| Vorwort | 4 |
| 1. Der Arbeitsmarkt für Geisteswissenschaftler | 5 |
| 2. Denkbare berufliche Einsatzfelder | 6 |
| 2.1 Bildung / Erziehung | 7 |
| Lehrer an Privatschulen | 7 |
| Nachhilfelehrer / Lehrer/in - Stützunterricht | 7 |
| Fremdsprachenlehrer | 7 |
| Lehrer für Deutsch als Fremdsprache | 8 |
| Hochschuldozent | 8 |
| Bildungsreferent | 8 |
| Lehrer / Dozent in der Erwachsenenbildung | 9 |
| Bildungsmanager | 10 |
| Erziehungsberater | 10 |
| 2.2 Sozialwirtschaft | 11 |
| Arbeitsvermittler | 11 |
| Beschäftigungsorientierte Berater und Fallmanager | 11 |
| Berufsberater | 12 |
| Bildungs- und Studienberater | 12 |
| Personalberater | 13 |
| Recruiter | 13 |
| Personaldisponent | 14 |
| Personalvermittler / Researcher | 14 |
| 2.3 Fremdsprachen / Tourismus | 15 |
| Übersetzer / Dolmetscher | 15 |
| Fremdsprachensekretär | 15 |
| Fremdsprachenkorrespondent | 16 |
| Animateur / Fremdenführer / Reiseleiter | 16 |
| Flugbegleiter | 17 |
| Touristikmanager | 17 |
| 2.4 Kulturwirtschaft | 18 |
| Beamte im höheren Archivdienst | 18 |
| Archivar | 18 |
| Beamter höherer Bibliotheksdienst / Bibliothekar | 18 |
| Dokumentar | 19 |
| Medizinischer Dokumentar | 19 |
| Informations-Broker / Internet-Scout | 20 |
| Kurator / Museologe | 20 |

Den eigenen Beruf (er-)finden!

| | |
|--|----|
| Kulturmanager | 21 |
| Eventmanager | 21 |
| Musikmanager | 22 |
| Fundraiser (Sponsoring) | 22 |
| Kulturpädagoge / Museumspädagoge/Theaterpädagoge..... | 22 |
| Kunst- und Antiquitätenhändler | 23 |
| Kunstsachverständiger | 23 |
| Dramaturg | 24 |
| Künstlervermittler..... | 24 |
| 2.5 Kommunikation..... | 25 |
| Public-Relations-Manager | 25 |
| Marketingfachkraft/-assistent..... | 25 |
| Medienassistent/in..... | 26 |
| Werbetexter..... | 26 |
| Berater audiovisuelle Medien | 26 |
| Informations-Broker | 27 |
| Kommunikationstrainer / Coach | 27 |
| Interkultureller Kommunikationsberater / Coach | 28 |
| 2.6 Medien/Publizistik..... | 28 |
| Medienwirt / Medienmanager | 28 |
| Media-Fachkraft / Anzeigenverkäufer..... | 29 |
| Journalist / Redakteur..... | 29 |
| Content-Manager..... | 30 |
| technischer Redakteur..... | 30 |
| Moderator | 31 |
| Produktionsassistent (Film/Fernsehen) | 31 |
| Literaturagent | 32 |
| Verlagslektor | 32 |
| Autor (Sach-, Fach-, Drehbücher, Biografien etc.)..... | 32 |
| Korrektor..... | 33 |
| 2.7 Neue Medien Internet..... | 33 |
| Multimediafachmann / Multimedia-Producer | 33 |
| Entwickler für Digitale Medien | 33 |
| Webdesigner | 34 |
| Online-Marketing-Manager / Affiliate-Manager | 34 |
| E-Learning-Autor | 35 |
| 2.8 Politik /Internationale Organisationen/ Öffentlicher Dienst..... | 35 |

Den eigenen Beruf (er-)finden!

| | |
|--|----|
| Politische Berater / Mitarbeiter bei Verbänden / Lobbyist | 35 |
| Campaigner | 35 |
| Meinungsforscher | 36 |
| Auswärtiger Dienst | 36 |
| Entwicklungshelfer..... | 36 |
| Mitarbeiter des höheren Dienstes bei Ministerien oder Verwaltungen..... | 37 |
| Mitarbeiter bei internationalen Organisationen | 37 |
| 2.9 Wirtschaft | 37 |
| Assistent der Geschäftsführung / Trainee | 37 |
| Account-Manager / Key-Account-Manager..... | 38 |
| Callcenter Agent..... | 38 |
| Handelsassistent | 39 |
| POS-Manager | 39 |
| Community-Manager | 39 |
| Relationship-Manager | 40 |
| Personalreferent..... | 40 |
| Personalentwickler | 40 |
| Unternehmensberater..... | 41 |
| Makler..... | 41 |
| Fachwirt für Versicherungen und Finanzen | 42 |
| 3. Persönliche Berufswegplanung | 42 |
| 4. Weiterbildungsangebote | 43 |
| 4.1 weiterführende Studienangebote..... | 43 |
| 4.2 berufliche Weiterbildungsangebote | 43 |
| 5. Stellensuche für Geisteswissenschaftler | 44 |
| 6. Geisteswissenschaftler als Existenzgründer | 45 |
| 7. Serviceangebote des Teams Akademische Berufe, Agentur für Arbeit Kiel | 46 |
| 7.1 Veranstaltungen | 46 |
| 7.2 Beratungsangebot | 46 |

Vorwort

Das Interesse an Sprachen, Geschichte, Kultur oder gesellschaftswissenschaftlichen Zusammenhängen steht im Vordergrund, wenn der Entschluss zur Aufnahme eines geisteswissenschaftlichen Studiums fällt. Mit den daran anschließenden beruflichen Einsatzfeldern setzen sich erfahrungsgemäß die wenigsten Studierenden auseinander. Anders als bei Medizinern, Juristen, Wirtschaftswissenschaftlern oder auch Naturwissenschaftlern gibt es keine gängigen Laufbahnen für Geisteswissenschaftler, wenn man einmal von der wissenschaftlichen Karriere absieht.

Der Übergang von Lehramtsstudenten in die Berufstätigkeit vollzieht sich dagegen in geordneten Bahnen. Nach der 1. Staatsprüfung schließt sich die Praxisphase des Referendariats an. Die Erfahrung aus mehrjähriger Beratungstätigkeit zeigt allerdings, dass der Vorbereitungsdienst nicht selten als Praxisschock empfunden wird und möglicherweise schon vorher angelegte Zweifel an der Eignung als Lehrer jetzt manifest zutage treten. Lehramtskandidaten suchen dann nach anderen Berufstätigkeiten, weil sie auf alternative Arbeitsfelder ausweichen möchten.

Beide Personengruppen haben also ein ähnliches Problem. Leider gibt es keine Patentlösung, die hier vorgestellt werden kann. Individuelle Faktoren wie Fächerwahl, Zusatzqualifikationen, Praxiserfahrungen aus Nebenjobs und Praktika, regionale Mobilität, Alter und finanzielle Ressourcen spielen eine Rolle. Besonders wichtig ist jedoch die Motivation. Motivation für berufliche Tätigkeiten entsteht in der Regel nicht durch spontane Eingebung sondern wächst mit den Informationen über Berufe.

Diese Schrift sollen Ihnen einige Anregungen zur Auseinandersetzung mit möglichen Arbeitsfeldern geben und Sie dabei unterstützen (frei nach Claudio Gallio) „den eigenen Beruf“ zu „erfinden“.

Cornelie Prillwitz
Beraterin im Team Akademische Berufe

1. Der Arbeitsmarkt für Geisteswissenschaftler

In den vergangenen Jahren gestaltete sich der Arbeitsmarkt für Geisteswissenschaftler/innen mit rückläufiger Arbeitslosigkeit und steigender Beschäftigung positiv. Zu rechnen ist allerdings mit einer gewissen Übergangsarbeitslosigkeit. Das größte Problem sind die wenigen Stellenangebote, die sich direkt an Absolventen geisteswissenschaftlicher Studiengänge richten. Demgegenüber werden Geistes-, Kultur- und Sozialwissenschaften derzeit von einem Viertel aller Studierenden an deutschen Universitäten belegt. Die Konsequenz aus diesem Missverhältnis ist, dass der verdeckte Arbeitsmarkt durch Initiativbewerbungen und Pflege persönlicher Netzwerke zu erschließen ist. Ihr Markt ist durch mehrere Komponenten gekennzeichnet.

Auf der anderen Seite ist zu beobachten, dass Geisteswissenschaftler in den unterschiedlichsten Wirtschaftsbereichen zunehmend geschätzt werden, verfügen sie doch in der Regel über ausgeprägte Kompetenzen im Bereich des Wissensmanagements. Auch ihre interkulturellen Kompetenzen und Fertigkeiten bei der Informationsgewinnung und -aufbereitung gehören zu den nachgefragten Fähigkeiten in einer wissensbasierten und globalen Arbeitswelt. So ist die Zahl der Erwerbstätigen in den letzten Jahren kräftig gestiegen. Waren im Jahr 2003 laut Mikrozensus noch 178.000 Erwerbstätige mit einem Abschluss der Sprach- und Kulturwissenschaften, der Geschichte oder der Philosophie in Deutschland tätig, stieg ihre Zahl bis 2012 auf 330.000.¹

Auf der anderen Seite ist der Markt dadurch geprägt, dass es angesichts hoher Konkurrenz nicht allen Geisteswissenschaftlern gelingt, einen Arbeitsplatz in einem studienfachadäquaten Tätigkeitsfeld zu finden. Nur etwas mehr als die Hälfte arbeitet in Branchen, die zu den klassischen Arbeitsfeldern zählen. Hierzu gehört vorrangig mit rund jedem dritten Erwerbstätigen das Bildungswesen, gefolgt von Unternehmen im Bereich Information und Kommunikation (13 Prozent), Kunst und Kultur (6 Prozent), Dolmetschen und Übersetzen (4 Prozent) oder Forschung (2 Prozent). Weitere fünf Prozent der erwerbstätigen Geisteswissenschaftler sind im Öffentlichen Dienst beschäftigt – auch hier dürften viele fachnahe Einsatzbereiche zum Beispiel im Kulturbereich zu finden sein.

Darüber hinaus ist jeder Achte in den Bereichen Public Relations- und Unternehmensberatung, Werbung und Marktforschung tätig oder erbringt zum Beispiel als Kundenberater oder Sachbearbeiter andere wirtschaftliche Dienstleistungen. Weitere Einsatzschwerpunkte bilden Interessenvereinigungen, Organisationen oder kirchliche Einrichtungen (4 Prozent), das Gesundheits- und Sozialwesen (4 Prozent) sowie das Produzierende Gewerbe mit acht Prozent und Handel und Gastgewerbe mit ebenfalls acht Prozent.²

Der Mikrozensus macht deutlich, dass berufstätige Geisteswissenschaftler/innen über ein im Vergleich zu anderen Akademikern niedriges Durchschnittseinkommen verfügen. Das liegt unter anderem am hohen Anteil unfreiwilliger Teilzeit- oder geringfügiger Beschäftigung und freier Mitarbeit. Wegen der vergleichsweise geringen bzw. unregelmäßigen Umsätze der Arbeitgeber beispielsweise im Erziehungs- oder

¹ Bundesagentur für Arbeit, Der Arbeitsmarkt für Akademikerinnen und Akademiker in Deutschland, Gute Bildung – Gute Chancen, Juli 2014, S.91

² aaO. S.92 mit Verweis auf Sonderauswertung Mikrozensus 2012

Den eigenen Beruf (er-)finden!

kulturellen Sektor müssen viele Arbeitnehmer/innen sich auf die Unsicherheit befristeter Arbeitsverträge einstellen.³

Nach Einschätzung der Autoren des Buches „Der Arbeitsmarkt für Geisteswissenschaftler“ wird die selbständige Berufsausübung angesichts der derzeitigen wirtschaftlichen Lage an Bedeutung gewinnen. Insofern gehört ein fundiertes Basiswissen zum Thema „Selbständigkeit“ immer mehr zu den grundlegenden Qualifikationsanforderungen.⁴ Daher treffen wir spätestens bei der Entwicklung von Gründungs-ideen wieder auf das Motto der Geisteswissenschaften: „Den eigenen Beruf erfinden!“

2. Denkbare berufliche Einsatzfelder

Geisteswissenschaftler/innen und Lehrer/innen, die nicht im öffentlichen Schuldienst arbeiten wollen, sind auf keinen bestimmten Beruf vorbereitet. So öffnen sich Ihnen Berufsfelder statt Berufe und Arbeitsfelder statt fixierbarer Arbeitsplätze.⁵

Fachliche Kompetenzen können durch gezielte Praktika, berufliche Nebentätigkeiten oder den Erwerb von Zusatzqualifikationen erweitert werden. Bei der Auswahl der Praktikumsplätze sollte darauf geachtet werden, dass realistische Berufseinstiegs-möglichkeiten erschlossen werden.

Zu den persönlichkeitsprägenden Schlüsselqualifikationen zählen die Methodenkompetenzen, wie Auffassungsfähigkeit oder Organisationsfähigkeit, die Aktivierungs- und Umsetzungskompetenzen, wie Motivation oder Belastbarkeit, die sozial-kommunikativen Kompetenzen, wie Kundenorientierung und Teamfähigkeit, sowie die personalen Kompetenzen, wie Flexibilität und Kreativität. Aus dem Verdrängungswettbewerb unter Fachkollegen, anderen Akademikern und Praktikern ist eine neue Schlüsselqualifikation hervorgegangen: die Konkurrenzfähigkeit. Es gilt sich dem Markt anzupassen, um wirtschaftlich zu überleben. Durch Qualifikation und Weiterbildung, Kontakte, eigener PR und Selbst-Marketing ist der zu erwerbende Wissens- und Methodenvorsprung auf dem Arbeitsmarkt feilzubieten.⁶

Im Folgenden werden einige Tätigkeitsfelder exemplarisch, ohne Anspruch auf Vollständigkeit vorgestellt.⁷ Die kurzen Beschreibungen sollen als Anregung dienen, sich näher damit auseinanderzusetzen. Zur Vereinfachung des Lesens wird nur die männliche Berufsbezeichnung verwendet. Wir bitten um Verständnis.

³ Maria Kräuter, Willi Oberländer, Frank Wießner, Arbeitsmarktchancen für Geisteswissenschaftler Seite 125 f

⁴ aaO S. 193

⁵ Gunhild Berg: „Berufseinstieg und Karriereplanung für GeisteswissenschaftlerInnen. Eine Trendanalyse der Ratgeber Literatur“ in GeisteswissenschaftlerInnen: kompetent, kreativ, motiviert – und doch chancenlos?, Budrich UniPress Ltd. 2009, S. 63

⁶ aaO S. 65

⁷ Die im Folgenden dargestellten Berufsbeschreibungen sind im Wesentlichen der Datenbank BERUFENET auf der Internetseite www.arbeitsagentur.de entnommen

2.1 Bildung / Erziehung

Lehrer an Privatschulen

Privatschulen stellen nicht nur studierte Lehrer ein. Vereinzelt haben auch Absolventen anderer Studiengänge die Chance als Lehrer zu arbeiten. Das trifft vor allem auf Waldorfschulen zu. Adressen finden Sie in Ihrem Umfeld über das Branchenfernsprechbuch (Schulen/Privatschulen) oder über Verbandszentralen. Hier eine Auswahl :

- Bundesverband Deutscher Privatschulen e.V. (VDP) , www.privatschulen.de
- Bund der Freien Waldorfschulen e.V., www.waldorfschule.info (derzeit über 230 Schulen in Deutschland)
- Bundesarbeitsgemeinschaft Freier Schulen (AGFS), www.agfs.org/ (ca. 3500 Schulen und Bildungseinrichtungen)
- Arbeitsgemeinschaft Evangelischer Schulbünde e.V. (EID), www.evangelische-schulbuende.de (165 Schulen)
- Verband katholischer Internate und Tagesinternate e.V. (VKIT), www.katholische-internate.de/ (Zusammenschluss von über 50 katholischen Internaten und Tagesinternaten)
- Vereinigung Deutscher Landerziehungsheime e.V. (LEH), www.leh-internate.de (21 Internate)
- Stellenbörsen im Internet:
www.bildungsserver.de/jobboerse/
www.lehrer.biz/
www.lehrerboerse.de/
www.stellenmarktanthroposophie.de/

Nachhilfelehrer / Lehrer/in - Stützunterricht

Lehrer im Stützunterricht fördern Schüler mit fachlichen Schwächen und geben ihnen die Möglichkeit, den im Unterricht behandelten Stoff in zusätzlichen Lektionen aufzuarbeiten und zu festigen. Dabei berücksichtigen sie deren individuelle Fähigkeiten und Begabungen

Immer mehr Schüler nutzen Nachhilfe-Einrichtungen, um für die (öffentliche) Schule fit zu bleiben. Hier sind dauerhafte Anstellungsverhältnisse nicht so häufig, Beschäftigungen sind befristet oder auch auf Honorarbasis möglich. Adressen sind zu finden über Branchenfernsprechbuch (Unterricht, Nachhilfeunterricht) und Beilagen der Tageszeitungen (Bildung und Beruf) sowie Anzeigen.

- www.nachhilfeschulen.org
- www.nachhilfe.de

Fremdsprachenlehrer

Fremdsprachenlehrer erteilen Unterricht in einer oder mehreren Sprachen und vermitteln Wissen zu Literatur und Kultur des entsprechenden Sprachraums. Sie unterrichten z.B. an Volkshochschulen oder privaten Sprachschulen. Sie leiten Kurse und Seminare unterschiedlicher Schwierigkeitsgrade und Schwerpunkte. Ihre Zielgruppe setzt sich aus Teilnehmern verschiedener Altersstufen zusammen, die eine Fremdsprache entweder aus beruflichen Gründen oder für Freizeitaktivitäten erlernen wollen. Abhängig von den Vorgaben der Bildungsanbieter oder der Kursteilnehmer konzentrieren sich Fremdsprachenlehrer im Unterricht gegebenenfalls auf bestimmte Bereiche wie Sprachfertigkeit, Geschäftskommunikation, Grammatik, Hörverstehen

Den eigenen Beruf (er-)finden!

oder die Analyse von Texten. Daneben gehen sie häufig auch auf Literatur und Landeskunde des jeweiligen Landes bzw. Sprachraums ein und erläutern nicht nur geografische Gegebenheiten, sondern informieren auch z.B. zu Geschichte und Traditionen.

- Zeitschrift: FLuL - Fremdsprachen Lehren und
nen <http://periodicals.narr.de/index.php/flul/index>

Lehrer für Deutsch als Fremdsprache

Lehrer für Deutsch als Fremdsprache unterrichten im In- und Ausland Nicht-Muttersprachler. Dafür ist eine Zusatzqualifikation im Fach Deutsch als Fremdsprache empfehlenswert. Diese Kenntnisse kann man an Universitäten als Zusatzstudium erwerben.

- Info DaF - Informationen Deutsch als Fremdsprache, Fachzeitschrift für den Lehr- und Forschungsbereich Deutsch als Fremdsprache www.daf.de
- Forum Deutsch als Fremdsprache www.deutsch-als-fremdsprache.de

Hochschuldozent

Dozenten an Hochschulen und Akademien leiten die Studierenden zu selbstständigem Arbeiten mit wissenschaftlichen Methoden an, vermitteln ihnen Studieninhalte sowie praktische Fertigkeiten. Zudem übernehmen sie die Studienfachberatung, betreuen Examens- und Promotionskandidaten und -kandidatinnen, erstellen Prüfungsaufgaben, korrigieren Klausuren und nehmen Prüfungen ab. Darüber hinaus koordinieren und planen sie Forschungsvorhaben in der Grundlagen- oder Auftragsforschung bzw. künstlerische Entwicklungsvorhaben und führen diese durch, ggf. auch interdisziplinär und in Kooperation mit anderen Fachbereichen im In- und Ausland. Neue Forschungsergebnisse und -methoden publizieren sie beispielsweise in der Fachpresse und präsentieren sie in Kolloquien oder auf (internationalen) Fachtagungen, Fachkongressen und Symposien. Mitunter nehmen sie auch Führungsaufgaben in der Hochschulverwaltung wahr, insbesondere im Personalwesen und in der Sachverwaltung.

- Deutscher Hochschulverband (DHV) www.hochschulverband.de
- Hochschullehrerbund e.V. (HLB) www.hlb.de
- Deutsche Gesellschaft für Sprachwissenschaft (DGfS) www.dgff.de

Bildungsreferent

Bildungsreferenten entwickeln bedarfsgerechte Bildungskonzepte und Weiterbildungsprogramme, die sie anschließend in die Praxis umsetzen. Im Rahmen ihrer pädagogischen Tätigkeit bereiten sie Seminare vor, erarbeiten didaktische Konzepte, wählen geeignete Unterrichtsmedien und -methoden aus und führen Lehrveranstaltungen selbst durch. Auch beratend sind sie tätig, z.B. wenn sie Interessenten verschiedene Bildungsmöglichkeiten aufzeigen oder Hilfestellung bei Lern- und Leistungsschwächen anbieten. Darüber hinaus übernehmen sie Aufgaben im Marketing und in der Organisation des Lehrbetriebs bei Bildungseinrichtungen. Sie beobachten den Bildungsmarkt, initiieren Marketingmaßnahmen und setzen diese um. Sie knüpfen Kontakte zu Kunden, kümmern sich um die Teilnehmerverwaltung und die Raum- und Terminplanung, organisieren den Einsatz von externen Dozenten und entwickeln Feedback-Instrumente für das Weiterbildungs-Controlling.

Als Teletutor bzw. Telecoach planen und entwickeln sie Angebote für den E-Learning-Bereich und führen diese durch. Sie betreuen die Teilnehmer sowohl einzeln -

Den eigenen Beruf (er-)finden!

z.B. beantworten sie Fragen und kontrollieren Aufgaben - als auch in der Gruppe, etwa in Form von internetbasiertem Fernunterricht oder bei begleitenden Präsenzveranstaltungen.

- Deutsches Institut für Erwachsenenbildung DIE, www.die-bonn.de
- DVWO Dachverband der Weiterbildungsorganisationen e.V., www.dvwo.de
- Wuppertaler Kreis e.V. Bundesverband betriebliche Weiterbildung e.V. www.wkr-ev.de

Lehrer / Dozent in der Erwachsenenbildung

In ihren Kursen vermitteln Lehrer bzw. Dozenten in der Erwachsenenbildung Fachkenntnisse unterschiedlichster Art, z.B. aus den Bereichen Management, Technik, Verwaltung, Wirtschaft und Kultur. Darüber hinaus erarbeiten sie zielgruppenspezifische Lehrgangs- und Bildungskonzepte, erstellen Lernmaterialien und testen die Einsatzmöglichkeiten von Lehrmethoden und neuen Medien wie etwa Lernspielen im Unterricht. Je nach Träger und Bildungsangebot organisieren sie zudem unterrichtsbegleitende Veranstaltungen, z.B. das Abendprogramm eines Wochenendseminars, und beraten Teilnehmende wie Interessenten in Bildungsfragen.

Als Führungskräfte übernehmen Lehrer bzw. Dozenten in der Erwachsenenbildung oft die Leitung einer Bildungsstätte oder eines Fachbereichs und sind dann sowohl für die organisatorisch-verwaltende als auch für die fachliche Führung der Einrichtung bzw. des Bereichs verantwortlich. Sie ermitteln den bestehenden Bildungsbedarf, legen das Kursprogramm fest, kümmern sich um die Gewinnung und die fachliche Anleitung des Lehrpersonals, verhandeln Honorare und Vergütungen und gewährleisten den wirtschaftlichen Betrieb der Bildungsstätte bzw. des Fachbereichs. Als Einrichtungsleiter ist es zudem ihre Aufgabe, die Bildungseinrichtung in der Öffentlichkeit zu vertreten und Kontakte zu wichtigen Ansprechpartnern in Wirtschaft und Verwaltung zu knüpfen. Sie arbeiten vorwiegend für private und öffentliche Bildungseinrichtungen, etwa Volkshochschulen, Fortbildungsakademien, Bildungsinstitutionen von Wirtschafts- und Berufsverbänden, Gewerkschaften, Parteien und Vereinigungen.

- Unabhängiges Verzeichnis für Volkshochschulen, www.vhs.de/
- Landesverband der Volkshochschulen Schleswig-Holstein e.V., www.vhs-sh.de
- Deutsches Erwachsenen-Bildungswerk e.V.(DEB), www.deb.de
- Bundesverband der Träger beruflicher Bildung (Bildungsverband) e.V. (BBB) www.bildungsverband.info

In der Datenbank [KURSNET](#) können Sie sich über die Inhalte der Weiterbildungskurse und Bildungsträger informieren die Weiterbildungen anbieten. Hier eine Auswahl von Bildungsträgern aus der Region, die als Arbeitgeber in Frage kommen könnten:

- BWH - Bildungswerk der Wirtschaft Hamburg e.V., www.bwh-hamburg.de
- Fortbildungsakademie der Wirtschaft gGmbH (FAW), www.faw.de , FAW - Akademie Kiel, Einsteinstr. 1, Wissenschaftspark, 24118 Kiel, www.faw-kiel.de
- FAW – Akademie Hamburg, Spohrstr. 6, 22083 Hamburg, www.faw.de/standorte/hamburg/
- DAA, Deutsche Angestellten - Akademie GmbH, www.daa-bw.de, DAA, Institut Kiel, Holstenbrücke 7, 24103 Kiel, www.daa-kiel.de , DAA, Institut Neumünster, Gartenstr. 24, 24534 Neumünster, www.daa-neumuenster.de

Den eigenen Beruf (er-)finden!

- WAK, Wirtschaftsakademie Schleswig-Holstein GmbH, Hans-Detlev-Prien-Straße 10, 24106 Kiel, www.wak-sh.de
- bfw, Berufsfortbildungswerk, Gemeinnützige Bildungseinrichtung des DGB GmbH, <http://www.bfw.de/>
- Grone-Bildungszentrum Kiel, Andreas-Gayk-Straße 7-11, 24103 Kiel, www.grone.de

Bildungsmanager

Bildungsmanager planen, organisieren und steuern Aus- und Weiterbildungen, z.B. bei Bildungseinrichtungen. Sie analysieren die Situation auf dem Aus- und Weiterbildungsmarkt sowie bereits bestehende Bildungsangebote. Unter Berücksichtigung betriebswirtschaftlicher Aspekte entwickeln sie neue Bildungsangebote und platzieren sie am Markt, zudem planen und koordinieren sie den Personaleinsatz. Zu ihren Aufgaben gehört es auch, Interessenten über das Aus- und Weiterbildungsangebot zu beraten und Bildungsmaßnahmen abzurechnen.

In Unternehmen, Organisationen und Einrichtungen übernehmen Bildungsmanager/innen Aufgaben im Wissensmanagement sowie in der betrieblichen Aus- und Weiterbildung. Sie recherchieren Markttrends und -potenziale unter Berücksichtigung der Unternehmensziele und überlegen dabei, welche Kompetenzen die Mitarbeiter/innen künftig benötigen, damit sich das Unternehmen am Markt behaupten kann. Sie initiieren Bildungs- und Wissensmanagementstrategien in enger Abstimmung mit der Geschäftsleitung und setzen die Strategien in konkrete Bildungsmaßnahmen um. Dazu arbeiten sie auch eng mit externen Bildungseinrichtungen zusammen.

- Deutsche Verband für Bildungs- und Berufsberatung (dvb) e.V. <http://www.dvb-fachverband.de/dvb.html>

Erziehungsberater

Erziehungsberater bieten zielgruppengerechte Hilfen im persönlichen Gespräch oder in der Onlineberatung an. Sie unterstützen Eltern und Alleinerziehende bei Fragen und Problemen der Kindererziehung oder beraten Erwachsene sowie Kinder und Jugendliche bei der Bewältigung persönlicher Probleme, z.B. bei Schwierigkeiten in der Schule bzw. am Arbeitsplatz, bei Scheidungen oder bei Fragen zu Sexualität und Schwangerschaft. Neben der psychologischen Beratung und Betreuung sowie der Behandlung ist die Klärung juristischer, sozialer und medizinischer Probleme ebenfalls Gegenstand der Beratungstätigkeit. Ggf. leiten Erziehungsberater therapeutische Maßnahmen ein oder kümmern sich um eine vorübergehende Unterbringung der Kinder außerhalb der Familie.

Je nach Qualifikation führen sie selbst eine Therapie in Form von Einzel- oder Gruppensitzungen durch oder veranlassen diese (bei Bedarf auch familientherapeutische Sitzungen). Sie erledigen außerdem Verwaltungsarbeiten und erstellen Gutachten und Berichte. Darüber hinaus organisieren Erziehungsberater präventive Informationsveranstaltungen und Workshops an Schulen oder in Kindertagesstätten und führen sie durch.

- Arbeitsgemeinschaft für Kinder- und Jugendhilfe (AGJ) www.agj.de
- AWO Arbeiterwohlfahrt Bundesverband e.V. www.awo.org
- Bundesarbeitsgemeinschaft der Freien Wohlfahrtspflege e.V. (BAGFW) www.bagfw.de

Den eigenen Beruf (er-)finden!

- Bundesarbeitsgemeinschaft Evangelische Jugendsozialarbeit (BAG EJSA) www.bagejsa.de
- Bundesarbeitsgemeinschaft Katholische Jugendsozialarbeit (BAG KJS) e.V. www.bagkjs.de
- Bundesverband für Erziehungshilfe e.V. (AFET) www.afet-ev.de
- Bundesverband katholischer Einrichtungen und Dienste der Erziehungshilfen e.V. www.bvke.de
- Bundesverband privater Anbieter sozialer Dienste e.V. (bpa) www.bpa.de
- Deutsche Gesellschaft für Soziale Arbeit e.V. www.dgsainfo.de
- Deutscher Berufsverband für Soziale Arbeit e.V. (DBSH) www.dbsh.de
- Kooperationsverbund Jugendsozialarbeit www.jugendsozialarbeit.de
- pro familia, www.profamilia.de

2.2 Sozialwirtschaft

Arbeitsvermittler

Arbeitsvermittler informieren Arbeits- und Ausbildungssuchende über aktuelle Entwicklungen in den einzelnen Berufen und Branchen, über Anforderungen des Arbeitsmarktes und über individuelle Vermittlungsaussichten. Gemeinsam mit ihren Arbeitnehmerkunden erstellen sie ein Qualifikationsprofil, für das sie passgenaue Stellenangebote suchen. Dazu recherchieren sie in Datenbanken, Jobbörsen und ggf. in Zeitungen. Auch kontaktieren sie Firmen direkt, um freie Stellen zu ermitteln und für ihre Arbeitnehmerkunden zu werben. Weiterhin unterstützen sie ihre Arbeitnehmerkunden bei der Erstellung von Bewerbungsunterlagen und der Vorbereitung auf das Vorstellungsgespräch. Private Arbeitsvermittler betreuen ihre Kunden z.T. über die erfolgreiche Bewerbung hinaus: Um die Chancen auf ein dauerhaftes Arbeitsverhältnis zu verbessern, begleiten sie die Einarbeitungsphase und führen Gespräche mit den Vorgesetzten und dem Arbeitnehmer.

Arbeitsvermittler unterstützen zudem Arbeitgeber bei der Personalauswahl, indem sie für offene Stellen geeignete Bewerber auswählen und vorschlagen. Private Arbeitsvermittler bieten weitere Servicedienstleistungen an, z.B. in den Bereichen Bewerbermanagement, Personalentwicklungsberatung und Outplacement.

- Bundesarbeitgeberverband der Personaldienstleister e.V. (BAP) www.personaldienstleister.de/
- IGZ Interessensverband Deutscher Zeitarbeitsunternehmen e.V. www.igz-zeitarbeit.de
- Bundesagentur für Arbeit www.arbeitsagentur.de

Beschäftigungsorientierte Berater und Fallmanager

Beschäftigungsorientierte Berater und Fallmanager beraten, vermitteln und begleiten Jugendliche und Erwachsene, die aufgrund von Behinderung, Langzeitarbeitslosigkeit, mangelnden Sprachkenntnissen oder Schulden besonderen Betreuungsbedarf haben. Zu diesem Betreuungsumfang zählt auch die Erteilung von Rechtsauskünften. Sie finden Beschäftigung z.B. in Agenturen für Arbeit, in Jobcentern, in der Berufsberatung von Erwachsenen und Jugendlichen mit Behinderung oder besonderem Betreuungsbedarf, in der Karriere- und Arbeitsberatung

Berufsberater

Berufsberater erteilen Jugendlichen und deren Eltern, Hochschulabgängern, Umschülern und Arbeitssuchenden in Einzelgesprächen individuelle Auskünfte und Ratschläge zur Berufswahl und zum Berufseinstieg und unterstützen sie bei der Entscheidungsfindung. Sie beantworten Fragen zu Anforderungen in der Ausbildung und geben Auskünfte über Beschäftigungsaussichten. Gruppenveranstaltungen führen sie z.B. in den Berufs-Informationen-Zentren (BiZ) der Agenturen für Arbeit, auf Ausbildungsmessen oder in Schulen durch. Dort halten sie Vorträge oder veranstalten Elternabende. In Workshops geben sie Anregungen, wie die Teilnehmer ihre Bewerbungsmappen optimieren können. Sie trainieren mit ihnen Bewerbungstechniken und bereiten auf Vorstellungsgespräche vor. Daneben arbeiten sie mit den Studienberatungen der Hochschulen, mit Betrieben und Kammern zusammen. So wirken sie z.B. bei der Vermittlung von Betriebspraktika für Schüler mit, wodurch die Schüler Einblicke in die betriebliche Praxis erhalten. Sie beraten nicht nur im persönlichen Gespräch, sondern ggf. auch über Hotlines oder internetbasierte Dienste.

An der Fachhochschule der Bundesagentur für Arbeit kann man „Beschäftigungsorientierte Beratung und Fallmanagement“ studieren, um später als Berufsberater zu arbeiten.

Private Bildungs- und Berufsberater bieten Karriereberatung an. In Seminaren und Einzelgesprächen entwickeln sie Strategien zur Karriereplanung oder zur beruflichen Umorientierung. Sie analysieren das berufliche Potenzial ihrer Klienten und unterstützen diese bei der Umsetzung ihrer Strategie. Dabei berücksichtigen sie das soziale Umfeld der Ratsuchenden, deren Lebenssituation und Lebensentwurf. Außerdem optimieren sie deren Bewerbungsunterlagen, unterstützen sie bei der Nutzung geeigneter Internet-Jobbörsen und bei der Erstellung von Print- und Online-Stellengesuchen.

- dvb Deutscher Verband für Bildungs- und Berufsberatung e.V. www.dvb-fachverband.de/dvb.html

Bildungs- und Studienberater

Bildungs- und Studienberater sind Ansprechpartner für Fragen rund um Berufswahl, Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten oder Studium. Sie führen Beratungsgespräche und helfen Ratsuchenden bei der Entscheidungsfindung. Im persönlichen Gespräch erarbeiten sie zusammen mit den Ratsuchenden Lösungen und planen Vorgehensschritte. Wenn sich der ursprüngliche Bildungswunsch nicht verwirklichen lässt, schlagen die Berater Handlungsalternativen vor. Ggf. sind Bildungs- bzw. Studienberater auch an der Realisierung der Vorhaben beteiligt und holen Informationen bei den entsprechenden Betrieben bzw. Bildungseinrichtungen ein.

In der Studienberatung informieren sie zu Studienangeboten, -anforderungen, -inhalten, zum Studienaufbau und über Studienmöglichkeiten sowie über berufliche Perspektiven. Sie führen offene Sprechstunden, Einzel- und Gruppenberatungen durch, aber z.B. auch Informationsveranstaltungen für Schulklassen.

Wenn sie als Bildungsbegleiter tätig sind, planen sie z.B. Qualifizierungs- und Fördermaßnahmen für Jugendliche, vereinbaren mit den Jugendlichen Ziele und Verläufe, kontrollieren und dokumentieren die Maßnahmen. Sie akquirieren Ausbildungs- und Arbeitsstellen, betreuen Praktika und organisieren zum Teil auch Bewerbungstrainings.

- Bundesvereinigung Kulturelle Kinder- und Jugendbildung e.V. www.bkj.de

Den eigenen Beruf (er-)finden!

- Deutscher Verband für Bildungs- und Berufsberatung e.v. (dvb) www.dvb-fachverband.de
- Gesellschaft für Information, Beratung und Therapie an Hochschulen e.V. (GIBeT) www.gibet.de

Personalberater

Personalberater übernehmen im Auftrag eines Unternehmens die Suche nach Arbeitskräften. Sie analysieren die zu besetzende Stelle, erarbeiten ein fachliches und persönliches Anforderungsprofil für die jeweilige Position und erstellen daraus ein Bewerberprofil. Auf dieser Grundlage wählen sie geeignete Bewerber/innen aus ihrer Datenbank aus oder erstellen Anzeigen, die sie in der regionalen oder überregionalen Presse oder in Internetdatenbanken (E-Recruitment) platzieren. Um ihrem Auftraggeber Empfehlungen aussprechen zu können, treffen sie eine Vorauswahl der eingehenden Bewerbungen und führen erste Vorstellungsgespräche mit den Bewerbern und Bewerberinnen. Auch bei allen weiteren Schritten bis zum Vertragsabschluss stehen sie beiden Parteien beratend zur Seite, z.B. bei der Abfassung des Arbeitsvertrags. Teilweise betreuen und beraten sie die Kandidaten und Kandidatinnen sowie die Arbeitgeber während der Probezeit.

Ihre Kunden sind sowohl personalsuchende Unternehmen als auch Fach- und Führungskräfte, die sich z.B. beruflich verändern wollen. Auch ohne spezielle Nachfrage eines Unternehmens nehmen Personalberater Bewerbungen entgegen und versuchen, die Fach- und Führungskräfte an passende Unternehmen zu vermitteln.

Kommt daraufhin ein Vertragsabschluss zwischen Bewerber und Unternehmen zustande, erhalten die Personalberater ein Honorar.

Sie können darüber hinaus mit einer Reihe weiterer Aufgaben des Personalmanagements betraut sein. Dazu gehören beispielsweise Aspekte des Personalcontrollings oder auch Vergütungsberatung, Führungsberatung, Personalentwicklung oder Outplacement

- Bundesverband deutscher Unternehmensberater BDU e.V. www.bdu.de
- Bundesverband Personalvermittlung e.V. (BPV) www.bpv-info.de
- DGP Deutsche Gesellschaft für Personalwesen e.V. www.dgp.de
- Deutsche Gesellschaft für Personalführung e.V. (DGFP) www.dgfp.de
- perso-net Eine Information des RKW Rationalisierungs- und Innovationszentrums der Deutschen Wirtschaft e.V. www.perso-net.de/

Recruiter

Recruiter suchen und finden neue Mitarbeiter, die den Anforderungen des Auftraggebenden Unternehmens entsprechen, und verpflichten diese vertraglich. Dazu entwickeln und implementieren sie eine Recruiting-Strategie. Sie formulieren auch selbst Stellenanzeigen z.B. für Tageszeitungen, Fachzeitschriften, Online-Jobbörsen sowie soziale Netzwerke und schalten diese. Wenn sie in der Personalabteilung eines Unternehmens tätig sind, ziehen sie das Unternehmensportal für die Gewinnung neuen Personals heran. Hier schreiben sie Stellen aus und platzieren z.B. vorgefertigte Bewerberformulare, die ihnen die Vorauswahl erleichtern. Recruiter bearbeiten die Bewerbungseingänge, nehmen mit interessanten Bewerbern und Bewerberinnen direkten Kontakt auf und führen eine weitere Vorauswahl - gegebenenfalls mittels Telefoninterviews - durch. Bei der endgültigen Auswahl geeigneter Kandidaten und Kandidatinnen beraten sie die Abteilungs- und Geschäftsleitung bzw. ihre Kunden.

Den eigenen Beruf (er-)finden!

Je nach Position und Aufgabenbereich führen Recruiter auch Vorstellungsgespräche, erstellen Arbeitsverträge sowie Zeugnisse oder organisieren die Lohn- und Gehaltsabrechnung. Gegebenenfalls nutzen sie E-Recruiting-Systeme zur Dokumentation und Verwaltung von Bewerberprofilen, auf die sie zu einem späteren Zeitpunkt bzw. für einen anderen Kunden zurückgreifen können.

- Bundesverband deutscher Unternehmensberater BDU e.V. www.bdu.de/
- IGZ Interessensverband Deutscher Zeitarbeitsunternehmen e.V. www.ig-zeitarbeit.de/

Personaldisponent

Personaldisponenten agieren als Vermittler zwischen Unternehmen mit akutem Personalbedarf und Arbeitssuchenden. Ihre Aufgabe ist es, diesen Prozess möglichst reibungslos für alle Beteiligten zu gestalten. Um geeignete Mitarbeiter auszuwählen, prüfen sie die Anforderungen des jeweiligen Betriebs und vergleichen diese mit den Unterlagen von Bewerbern. Für das Unternehmen, das meist kurzfristig und für eine begrenzte Zeit Mitarbeiter sucht, treffen sie eine Vorauswahl und bieten Arbeitskräfte entsprechend den jeweils geforderten Qualifikationsprofilen an.

Neben der Beratung des Kunden bei der Auswahl des Kandidaten führen Personaldisponenten auch Karriereberatungen der Kandidaten durch. Im Vorfeld werben sie Interessenten an. Dazu schalten sie Anzeigen in Printmedien, z.B. in Tageszeitungen und Fachzeitschriften, sowie im Internet, z.B. in Online-Jobbörsen oder sozialen Netzwerken. Sie führen Telefoninterviews und Vorstellungsgespräche und erstellen Mitarbeiterprofile. Sind sie in der Zeitarbeitsbranche beschäftigt, besuchen sie die Betriebe, erstellen Kundenbedarfsanalysen, bewerten das Arbeitsumfeld der Auftraggeber und führen Vertragsverhandlungen über die Konditionen des jeweiligen Einsatzes. Nach Vertragsabschluss betreuen Personaldisponenten während des Einsatzes sowohl die Mitarbeiter als auch die Betriebe, in denen diese tätig sind. Zudem sichten sie die Beurteilungen von Arbeitskräften, die bereits zum Einsatz kamen, und sorgen für die ordnungsgemäße Abrechnung der Leistungen.

In der Regel gehören die aktive Neukundengewinnung sowie der Ausbau und die Betreuung des bereits bestehenden Kundenstamms ebenfalls zu ihren Aufgaben. Dafür pflegen sie die Datenbank, erstellen Statistiken, analysieren den Wettbewerb und übernehmen die Auftragskalkulation. In Personalabteilungen von Unternehmen arbeiten Personaldisponenten bei der Personaleinsatzplanung und der Personalentwicklung mit. Auch hier kann die Suche nach geeignetem Personal zu ihren Aufgaben gehören.

- Bundesverband Personalvermittlung e.V. (BPV) www.bpv-info.de
- Bundesverband deutscher Unternehmensberater BDU e.V. www.bdu.de/
- IGZ Interessensverband Deutscher Zeitarbeitsunternehmen e.V. www.ig-zeitarbeit.de
- Bundesarbeitgeberverband der Personaldienstleister e.V. (BAP) www.personaldienstleister.de

Personalvermittler / Researcher

Personalvermittler sind bestrebt, für ihre Kunden die optimale Stellenbesetzung bzw. Arbeitsstelle zu finden. Um für Arbeitgeber Personal zu suchen, recherchieren sie z.B. in Zeitungen, Fachzeitschriften, Online-Jobbörsen, Datenbanken und in sozialen Netzwerken nach geeigneten Bewerbern und stellen den Erstkontakt her. Sie interviewen die potenziellen Kandidaten, dokumentieren ihre Profile z.B. mittels eines E-Recruiting-Systems und leiten die Unterlagen an das jeweilige Unternehmen weiter.

Den eigenen Beruf (er-)finden!

Zusätzlich recherchieren sie Unternehmensinformationen und bereiten projektweise Zielfirmenlisten auf.

Arbeitsuchende informieren Personalvermittler z.B. über die aktuellen Anforderungen am Arbeitsmarkt, über die neuesten Entwicklungen in den jeweiligen Berufen und Branchen und über ihre Vermittlungsaussichten. Zusammen mit den Interessenten erstellen sie ein Qualifikationsprofil, das sie mit den Stellenangeboten am Arbeitsmarkt abgleichen. Die Vermittler suchen in einschlägigen Printmedien, Datenbanken, Online-Jobbörsen und in sozialen Netzwerken nach geeigneten Stellen und kontaktieren Firmen, um freie Stellen zu erfragen. Mit den Arbeitsuchenden entwickeln sie die wichtigsten Gesichtspunkte für eine erfolgreiche Bewerbung und überprüfen Anschreiben, Lebenslauf und weitere Unterlagen.

Auch die aktive Zusammenarbeit mit Arbeitsagenturen, Bildungseinrichtungen oder Behörden kann zu ihren Aufgaben gehören. War die Vermittlung erfolgreich und die Bewerber konnten eine Stelle antreten, betreuen Personalvermittler diese ggf. noch während ihrer Einarbeitungsphase in der Firma und führen Gespräche sowohl mit den Vorgesetzten als auch mit den Arbeitnehmern.

2.3 Fremdsprachen / Tourismus

Übersetzer / Dolmetscher

Dolmetscher bzw. Übersetzer/innen beherrschen mehrere Sprachen und sorgen dafür, dass sich Menschen unterschiedlicher Muttersprachen miteinander verständigen können. Sie übertragen aus der Ausgangssprache in die Zielsprache und umgekehrt. Dabei übertragen Dolmetscher das gesprochene Wort, Übersetzer das geschriebene. Beide brauchen bei ihrer Arbeit Sachkenntnis und Einfühlungsvermögen in den Zusammenhang des Textes.

Übersetzer haben vorwiegend mit technischen, wissenschaftlichen und wirtschaftlichen Texten zu tun. Sie übersetzen Betriebsanleitungen, medizinische Gutachten, Zeugnisse, Gerichtsurteile und Verträge, seltener auch literarische Werke oder Filmtexte.

Simultandolmetscher übertragen das gesprochene Wort fast zeitgleich, also simultan, mündlich in die Zielsprache. In schalldichten Kabinen empfangen sie die Redebeiträge per Kopfhörer und sprechen die Übersetzung ins Mikrofon. Die Konferenzteilnehmer hören die Übersetzung durch Kopfhörer. Beim Konsekutivdolmetschen übertragen Dolmetscher ganze Sätze oder Abschnitte erst, wenn der Redner diese beendet hat. Dolmetscher sind nicht nur bei internationalen Konferenzen, sondern beispielsweise auch bei Verhandlungen zwischen Geschäftspartnern, bei der Polizei und bei Gericht gefragt.

- Bundesverband der Dolmetscher und Übersetzer e.V (BDÜ) www.bdue.de
- Fachverband der Berufsübersetzer und Berufsdolmetscher e.V.(Aticom) www.aticom.de
- Verband deutschsprachiger Übersetzer literarischer und wissenschaftl. Werke e.V. VdÜ www.literaturuebersetzer.de
- VÜD - Verband der Übersetzer und Dolmetscher e.V. www.vued.de/

Fremdsprachensekretär

Fremdsprachensekretäre führen alle in einem Sekretariat üblichen Arbeiten aus, vor allem solche, für die Fremdsprachenkenntnisse benötigt werden. Sie erledigen die fremdsprachige oder deutsche Korrespondenz, verfassen Protokolle und Berichte, führen fremdsprachige Telefonate und verwalten Schriftgut sowie Fachinformationen.

Den eigenen Beruf (er-)finden!

Fremdsprachensekretäre arbeiten eng mit Führungskräften zusammen. Sie organisieren Dienstreisen und planen Geschäftstermine. Bei Empfängen und Besuchen ausländischer Gäste übernehmen sie Dolmetschertätigkeiten und kümmern sich um den organisatorischen Ablauf.

Fremdsprachenkorrespondent

Fremdsprachenkorrespondenten bearbeiten in export- und/oder importorientierten Handels- oder Produktionsunternehmen kaufmännische Vorgänge, die sich aus den Auslandskontakten einer Firma ergeben. Sie finden Beschäftigung in Unternehmen nahezu aller Wirtschaftsbereiche.

Fremdsprachenkorrespondent ist eine berufliche Weiterbildung, deren Prüfung bundesweit einheitlich geregelt ist.

Für die Zulassung zur Prüfung ist die Teilnahme an einem Lehrgang nicht verpflichtend.

- bSb Berufsverband Sekretariat und Büromanagement e. V. www.bsboffice.de
- Bundesverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen e.V. (BGA) www.bga.de/startseite.html

Animateur / Fremdenführer / Reiseleiter

Animateure unterhalten die Gäste eines Hotels, einer Ferienanlage oder eines großen Campingplatzes mit einem bunten Angebot von Freizeit-, Sport-, aber auch kulturellen Aktivitäten. Dazu entwickeln sie eigene Konzepte, planen verschiedene Freizeitangebote und führen sie durch. Sie organisieren Spiele, Kanu-Ausflüge und sportliche Ereignisse wie Beachvolleyball- oder Tennisturniere. Sie bieten Bastel- und Malkurse an oder erteilen Unterricht im Tauchen, Segeln, Skifahren, Tennis oder in einer anderen Sportart. Für die kleinen Urlaubsgäste bieten sie kindgerechte Programme an. Je nach Arbeitsplatz sind Animateure auch für die Abendunterhaltung zuständig. Sie animieren die Gäste u.a. zu Gesellschaftsspielen, zum Erlernen landestypischer Volkstänze oder zur Teilnahme an Karaoke-Wettbewerben.

Fremdenführer begleiten als orts- und sachkundige Fachkräfte historische beziehungsweise kunsthistorische Reisen oder Stadtrundfahrten. Mitunter schlüpfen sie dabei in die Rolle einer historischen Persönlichkeit, um die Gäste mit schauspielerischen Einlagen in vergangene Zeiten zu versetzen. Manchmal sind sie auch für Führungen zuständig, in deren Rahmen sie nicht nur klassische Sehenswürdigkeiten, sondern auch Orte des alltäglichen Lebens und der Arbeitswelt oder brisante politische Themen berücksichtigen. Ihre Führungen bereiten sie organisatorisch vor, indem sie u.a. schriftliche Konzepte für ihre Vorträge ausarbeiten. Dabei beziehen sie politische, wirtschaftliche, gesellschaftliche und kulturelle Fakten des entsprechenden Reiselandes ein. Da sie auch ausländische Gäste betreuen, sind Fremdsprachenkenntnisse meist unerlässlich.

Fremdenführer sind für die persönliche Betreuung der Reisenden zuständig und fungieren als Ansprechpartner bei Fragen oder Beschwerden. Ggf. erledigen sie auch Büro- und Verwaltungsarbeiten.

Reiseleiter sind in der Regel auf bestimmte Reisegebiete und Reisearten spezialisiert, z.B. Abenteuer-, Studien- oder Seniorenreisen. Betreuen sie eine Gruppe während der ganzen Reise, so erledigen sie organisatorische Aufgaben wie die Zimmerverteilung im Hotel, Geldwechsel oder die Beschaffung von Transportmitteln. Zu-

Den eigenen Beruf (er-)finden!

dem organisieren sie Ausflüge. Sie fungieren als Ansprechpartner der Reisenden und nehmen z.B. Beschwerden und Anregungen entgegen, um die Reise für die Teilnehmer so angenehm wie möglich zu gestalten. Am Zielort übernehmen sie ggf. auch Stadtführungen und informieren die Reisenden über die Geschichte, Traditionen und Besonderheiten des Ortes, der Region oder des Landes.

Ggf. betreuen sie die Reisenden nur am Zielort. Auch dort stehen sie als Ansprechpartner zur Verfügung und vermitteln beispielsweise Ausflüge oder führen diese durch.

- Bundesverband der Gästeführer in Deutschland e.V. www.bvqd.de
- Bundesverband der Reiseleiter, Animateure und Gästeführer e.V. www.brag-ev.de

Flugbegleiter

Flugbegleiter sorgen für das Wohlbefinden und die Sicherheit von Fluggästen: Sie informieren über die Ausstattung an Bord und servieren Speisen und Getränke. In Notfällen koordinieren sie die erforderlichen Rettungsmaßnahmen und betreuen die Passagiere. Flugbegleiter ist eine Ausbildung, die durch interne Vorschriften der Lehrgangsträger geregelt ist. Die Ausbildungsinhalte umfassen in der Regel Themen einer Sicherheitsgrundschulung, die in einer Verordnung des Europarates zur Harmonisierung der technischen Vorschriften und der Verwaltungsverfahren in der Zivilluftfahrt (EU-OPS) festgelegt wurden. Die Lehrgänge unterschiedlicher Dauer werden von Fluggesellschaften und privaten Bildungsträgern mit oder ohne Vorvertrag bei einer Fluggesellschaft durchgeführt.

- www.flugbegleiter.net

Touristikmanager

Touristikmanager organisieren z.B. die Betriebsabläufe in einem Reisebüro, kaufen Reisedienstleistungen ein, bestellen oder mieten Hotelbetten, Ferienhäuser, Apartments oder Omnibusse an und chartern Flugzeuge, Sonderzüge oder Schiffe. Sie errechnen Kosten und kalkulieren Preise für Pauschalangebote. Die hierfür selbst zusammengestellten oder von Reiseveranstaltern übernommenen Informationen stellen sie in Prospekten und Werbebroschüren dar. Sie spüren neue Reisetrends auf und vermarkten diese. Zudem arbeiten Touristikmanager Einzelangebote aus, die auf die speziellen Wünsche der Kunden zugeschnitten sind. Beispielsweise kombinieren sie für diese Fahrt-, Flug- oder Fährverbindungen und buchen Unterkünfte.

Kaufmännische und administrative Aufgaben wie Schriftverkehr mit Veranstaltern, Beförderungsunternehmen, Fremdenverkehrsvereinen, Kurverwaltungen, Kunden oder Versicherungsunternehmen machen einen wesentlichen Teil ihrer Tätigkeit aus. In der Öffentlichkeitsarbeit führen sie Informationsveranstaltungen durch, geben Presseinformationen heraus und werben auf Touristik- und Freizeitmessen. Im Bereich Travel Management organisieren Touristikmanager Geschäftsreisen in Großunternehmen, Behörden oder Institutionen. Sie verwalten das Budget, führen Bedarfsanalysen durch und schließen Großabnahmeverträge mit Hotels, Flug-, Mietwagen- und Kreditkartengesellschaften. Vom Reiseantrag über die Buchung bis hin zur Abrechnung und Kontrolle gestalten sie alle Reiseabläufe.

- Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW) www.btw.de
- Deutscher Tourismusverband e.V. (DTV) www.deutschertourismusverband.de
- DRV Deutscher ReiseVerband e.V. www.driv.de
- Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR) www.v-i-r.de

2.4 Kulturwirtschaft

Beamte im höheren Archivdienst

Beamte im höheren Archivdienst planen, steuern, überwachen und leiten die Erfassung, Ordnung, Bewertung, Beschreibung und Erhaltung von Aufzeichnungen, die einen bleibenden Wert besitzen. Dabei achten sie darauf, das Archivgut für verschiedene Nutzergruppen und -interessen gut erschließbar aufzubereiten.

Sie finden Beschäftigung bei Archiven des Bundes, der Länder und Kommunen sowie bei Parlamentsarchiven.

Die Ausübung der Berufstätigkeit ist reglementiert. In der Regel benötigt man eine mit der Laufbahn- bzw. Archivarischen Staatsprüfung abgeschlossene Ausbildung als Beamter im höheren Archivdienst. Voraussetzung ist in der Regel ein erfolgreich abgeschlossenes Masterstudium oder ein als gleichwertig anerkannter Hochschulabschluss beispielsweise der Archivwissenschaft. Im Eignungstest wird z.B. geprüft, ob die Prüfungsteilnehmer über eine vertiefte Allgemeinbildung, über logisches, strukturelles, analytisches Denkvermögen sowie über gute Fremdsprachenkenntnisse verfügen. Weitere Ausbildungsvoraussetzungen sind angemessene Kenntnisse der lateinischen Sprache, Kenntnisse in weiteren Fremdsprachen (je nach Ausbildungsbehörde unterschiedlich, vielfach Englisch und/oder Französisch) sowie ggf. Nachweis der Promotion mit einer möglichst unter Verwendung archivalischer Quellen angefertigten Arbeit oder eine einschlägige berufliche bzw. wissenschaftliche Betätigung

- Das Bundesarchiv, Dienststelle
lenz www.bundesarchiv.de/bundesarchiv/ausbildung/hoeherer_archivdienst/index.html.de
- Geheimes Staatsarchiv Preußischer Kulturbesitz (GStA PK) www.gsta.spk-berlin.de/ausbildung_praktikum_499.html
- VdA - Verband deutscher Archivarinnen und Archivare
e.V. www.vda.archiv.net/

Archivar

Archivare bewerten, erfassen, ordnen, erschließen und erhalten Archivgut, machen es nutzbar und werten es aus. Sie finden Beschäftigung in erster Linie in Staats-, Stadt-, Kirchen-, Museums-, Verlags-, Zeitungs- oder Filmarchiven sowie in den Archiven von Informations- und Dokumentationsstellen, Universitäten oder Presseagenturen. Darüber hinaus finden sie auch Beschäftigung in den Archiven verschiedener Wirtschafts-, Berufs- und anderer Interessenverbände oder politischer Parteien.

Vorausgesetzt wird ein abgeschlossenes grundständiges Studium der Archivwissenschaft. Auch Studienabsolventen und -absolventinnen aus dem Bereich Bibliotheks-, Informationswissenschaft bieten sich mitunter Zugangsmöglichkeiten. Führungspositionen, spezialisierte Aufgabenstellungen oder Tätigkeiten in Wissenschaft und Forschung erfordern meist ein Masterstudium, ggf. auch die Promotion oder Habilitation.

- Berufsverband Information Bibliothek e.V. (BIB) www.bib-info.de/
- VdA - Verband deutscher Archivarinnen und Archivare
e.V. www.vda.archiv.net/

Beamter höherer Bibliotheksdienst / Bibliothekar

Beamte im höheren Dienst an wissenschaftlichen Bibliotheken sind für Aufbau und Pflege des Buch- und Informationsbestandes zuständig. Sie unterstützen Informati-

Den eigenen Beruf (er-)finden!

onssuchende, führen Recherchen durch und nehmen leitende Funktionen wahr. Außerdem übernehmen sie Aufgaben in der wissenschaftlichen Forschung und Lehre. Beamte im höheren Dienst an wissenschaftlichen Bibliotheken finden Beschäftigung in Hochschul-, Staats- und Regionalbibliotheken, in zentralen Fachbibliotheken und in wissenschaftlichen Spezialbibliotheken.

Voraussetzung ist in der Regel ein für die Laufbahn geeignetes abgeschlossenes Masterstudium oder ein als gleichwertig anerkannter Hochschulabschluss, gute IT- und Fremdsprachenkenntnisse, ggf. Erfahrungen im Bibliothekswesen und gerne die Promotion. In der Regel benötigt man eine mit der Laufbahnprüfung abgeschlossene Ausbildung als Beamter im höheren Dienst an wissenschaftlichen Bibliotheken. Die Laufbahnbefähigung kann bei einigen Dienstherren auch durch ein entsprechendes weiterbildendes Masterstudium zusammen mit einer in der Regel zweijährigen hauptberuflichen Erfahrungszeit erworben werden (Fachrichtungslaufbahn). Die Anerkennung eines solchen Masterabschlusses als Zugangsvoraussetzung zur Laufbahn der Beamten im höheren Dienst an wissenschaftlichen Bibliotheken richtet sich nach den jeweiligen laufbahnrechtlichen Bestimmungen von Bund und Ländern. In manchen Bundesländern ist auch eine Laufbahn besonderer Fachrichtung mit besonderen Zugangsvoraussetzungen eingerichtet worden.

- Zentral- und Landesbibliothek Berlin www.zlb.de/ueber-uns/ausbildung-jobs/ausbildung/hoeherer-bibliotheksdienst-referendariat.html
- Verein deutscher Bibliothekare www.vdb-online.org/kommissionen/qualifikation/ausbildungsinfo/referendariat.php
- Berufsverband Information Bibliothek e.V. (BIB) www.bib-info.de
- Bibliothek & Information Deutschland (BID) www.bideutschland.de
- Deutsche Gesellschaft für Informationswissenschaft und Informationspraxis e.V. (DGI) www.dgi-info.de
- Deutscher Bibliotheksverband (dbv) www.bibliotheksverband.de

Dokumentar

Dokumentare recherchieren Informationen und nutzen dazu die jeweils am besten geeigneten Informationsquellen. Dokumente erschließen sie inhaltlich und formal, indem sie Thesauri und Klassifikationen aufbauen, aktuell halten und entsprechend der jeweiligen Anforderungen modifizieren. Dokumente erhalten so einen informationellen Mehrwert. Sie pflegen außerdem den Informationsbestand aus konventionellen sowie elektronischen Medien und entwerfen und konzipieren elektronische Informationssysteme, die eine kostengünstige und leistungsfähige Informationsversorgung gewährleisten. Auch die Vermarktung der Produkte bzw. Dienstleistungen und die Förderung der Informationsbereitschaft im Unternehmen durch ein gezieltes Informationsmanagement gehören zu ihren Aufgaben. Wissenschaftliche Dokumentare übernehmen ferner Beratungs- und Recherchetätigkeiten bezüglich wissenschaftlicher Fragestellungen und erschließen komplexe Fachpublikationen. Dokumentare sind in z.B. Dokumentationsabteilungen von Bibliotheken, Presseagenturen, Verlagen und Hochschulen beschäftigt. Auch in Film- und Tonarchiven etwa bei Rundfunkanstalten können sie tätig sein. Daneben arbeiten sie z.B. am Helpdesk von Softwareherstellern und verwalten Informationen in der technischen Dokumentation.

- Berufsverband Information Bibliothek e.V. (BIB) www.bib-info.de

Medizinischer Dokumentar

Medizinische Dokumentare erfassen Schriftstücke und Daten aus Krankenakten, Arztbriefen, Operationsberichten oder Fachbüchern und -zeitschriften, werten sie aus

Den eigenen Beruf (er-)finden!

und speichern sie. Bei Bedarf können sie diese schnell bereitstellen. Für die Abrechnung der erbrachten Leistungen verschlüsseln sie unter Verwendung gesetzlich vorgeschriebener Klassifikationen Patienten-, Diagnose- und Therapiedaten.

In der Arzneimittelforschung arbeiten Medizinische Dokumentare und Dokumentarinnen an Studien mit, bei denen Arzneimittel geprüft und erforscht werden. Mittels statistischer Methoden und Techniken werten sie die Daten unter Berücksichtigung von datenschutzrechtlichen Bestimmungen aus. Außerdem führen sie biometrisch-statistische Auswertungen durch und erstellen Berichte. Sie entwickeln Software oder passen bestehende Softwareprodukte an die speziellen Anforderungen ihres Aufgabenbereichs an. Auch betreuen sie Krankenhausinformationssysteme, schulen Anwender, koordinieren den Daten- und Informationsfluss und wirken am Übergang von der papiergestützten Patientenakte in elektronische Archivierungssysteme mit. In der Regel benötigt man eine abgeschlossene Berufsausbildung als Medizinischer Dokumentar.

- Deutscher Verband Medizinischer Dokumentare e.V. (DVMD) www.dvmd.de

Informations-Broker / Internet-Scout

Informations-Broker recherchieren Fachinformationen, bewerten diese und präsentieren sie ihren Vorgesetzten oder Kunden. Sie finden Beschäftigung in Unternehmen nahezu aller Wirtschaftsbereiche. Informations-Broker ermitteln für ihren jeweiligen Auftrag relevante Daten aus verschiedenen Quellen. Sie verarbeiten interessierende Daten digital weiter und bringen sie in eine gewünschte Form, z.B. einen Bericht.

Auch am Aufbau und der Pflege von Informationsmanagementsystemen oder an Recherchen zur Unternehmens-, EDV- oder Technologieberatung - z.B. im Bereich Online-Konzepte - können sie beteiligt sein. Aufgaben und Tätigkeiten im Einzelnen sind:

Fachinformationen auffinden, z.B. Markt- und Branchenanalysen, Firmenprofile und Finanzinformationen, etwa mithilfe des Internets, Spezialdatenbanken und Archiven, Informationsangebot z.B. mithilfe von Schlagworten oder Filtern durchsuchen, Informationen bewerten und für jeweiligen Auftrag relevante Informationen auswählen, Informationen zusammenstellen, z.B. in Pressespiegeln, Daten kundengerecht aufbereiten oder weiterverarbeiten, i.d.R. digital z.B. als Berichte oder Zusammenfassungen, Kompatibilität der Informationen beachten, z.B. technische Rahmenbedingungen der Content-Management-Systeme von Kunden beachten, Informationen übersetzen, z.B. in Englisch für internationale Unternehmen, Informationsmanagementsysteme aufbauen oder pflegen, im Bereich Unternehmens-, EDV- oder Technologieberatung mitwirken, Online-Konzepte (z.B. für Verlage) erstellen.

- Bundesverb. Informationswirt., Telekommunikation und neue Medien e.V. (BITKOM) www.bitkom.org/
- Deutsche Gesellschaft für Information & Wissen e.V. (DGI) www.dgi-info.de
- VOI Verband Organisations- und Informationssysteme e.V. www.voi.de

Kurator / Museologe

Kuratoren sind für die Gestaltung und den Bestand einzelner Sammlungen, Ausstellungen oder Abteilungen eines Museums verantwortlich. Sie pflegen und erweitern den Bestand an Exponaten, archivieren, katalogisieren und erschließen ihn und führen den wissenschaftlichen Leihverkehr durch. Sie überwachen die sachgemäße Lagerung und Pflege musealer und künstlerischer Objekte und veranlassen Restaurierungsarbeiten, sammeln Forschungsunterlagen und halten sich durch aktuelle For-

Den eigenen Beruf (er-)finden!

schungsberichte auf dem Laufenden. Wenn sie Dauerausstellungen betreuen, überprüfen und optimieren sie die Zusammenstellung der Exponate und veranlassen, dass diese ansprechend präsentiert werden. Hierbei sind ausstellungstechnische und konservatorische Ansprüche zu vereinbaren. Anlassbezogen präsentieren Kuratoren und Kuratorinnen Exponate in unterschiedlichen Zusammenhängen, um dem Publikum besondere Aspekte deutlich zu machen. Sie konzipieren und organisieren zielgruppengerechte Führungen, z.B. für Kinder, oder Sonderaktionen wie Bildbetrachtungen, Konzertabende oder Museumsnächte. Darüber hinaus übernehmen sie kaufmännische und organisatorische Aufgaben, stellen z.B. Haushaltspläne auf und leiten die Museumsmitarbeiter an. Wenn sie Sonderausstellungen organisieren, wählen sie Objekte oder Künstler zu einem gesetzten Thema und gestalten das jeweilige Gesamtkonzept, meist bei vorgegebenem inhaltlichen Rahmen und Etat. Um zu prüfen, ob sich das Konzept beim Publikum bewährt und die Ausstellung somit ein künstlerischer wie wirtschaftlicher Erfolg ist, werten sie z.B. die Besucherzahlen und -reaktionen aus.

- Deutscher Museumsbund e.V. (DMB) www.museumsbund.de

Kulturmanager

Kulturmanager entwickeln und organisieren z.B. Kultur- und Freizeitveranstaltungen, planen zusammen mit den zuständigen Stellen die inhaltliche Gestaltung sowie den Ablauf und engagieren z.B. Referenten. Ebenso gilt es, Fördermittel zu akquirieren, mit Kunden und Sponsoren zu verhandeln und Angebote einzuholen. Sie erstellen die Budgetplanung, erarbeiten Werbemittel und kümmern sich um Räume und benötigtes Equipment. Sie unterstützen Künstler und sind Ansprechpartner für Kunden und externe Dienstleister. In der Kulturverwaltung stellen sie Kulturprogramme in Kooperation mit der lokalen Kulturszene zusammen, leiten z.B. Kulturzentren und arbeiten bei der Entwicklung von Weiterbildungsmaßnahmen regionaler Träger mit. Öffentlichkeitsarbeit und Kulturmarketing können ebenso in ihr Tätigkeitsgebiet fallen wie die Konzeption und Gestaltung von Websites oder die Koordinierung vernetzter Buchungssysteme für Bühnen-, Konzert- und Freizeitprogramme, Ausstellungen oder andere Kulturveranstaltungen. Im Bereich Kultur- und Freizeitpädagogik bieten sie beispielsweise kreative und künstlerische Kurse an oder organisieren Führungen durch Ausstellungen, Museen o.Ä. In der Ausstellungsplanung bzw. im Ausstellungsmanagement wirken sie mit bei der Zusammenstellung und ggf. dem Kauf von Exponaten, konzipieren und bewerben Ausstellungen.

- Deutscher Kulturrat e.V. www.kulturrat.de
- Bundesverband der Veranstaltungswirtschaft (bdv) e.V. www.bdv-online.com
- EVVC Europäischer Verband der Veranstaltungs-Centren e.V. www.evvc.org
- Fachverband für Kulturmanagement e.V. www.fachverband-kulturmanagement.org/
- Verband der Deutschen Konzertdirektionen e.V. VDKD www.vdkd.de

Eventmanager

Event-Manager planen und organisieren Veranstaltungen aller Art - vom Rockkonzert bis zum Mittelaltermarkt. Sie konzipieren Events selbst oder handeln im Auftrag von Kunden. Stehen der gewünschte Ablauf und Inhalt der Veranstaltung fest, beginnen sie mit den konkreten Vorbereitungen. Sie suchen Veranstaltungsräume, buchen Künstler, technisches und sonstiges Personal und beauftragen Dienstleistungsunternehmen wie Catering- oder Logistikfirmen. Dabei behalten sie die Vorstellungen der Auftraggeber wie auch das Budget im Auge. Sie koordinieren die verschiedenen Pla-

Den eigenen Beruf (er-)finden!

nungsbereiche inhaltlich und zeitlich, haben die Ablaufplanung wie die Details im Blick und können bei unvorhergesehenen Schwierigkeiten noch rechtzeitig Alternativen entwickeln. Strikt achten sie darauf, dass die veranstaltungsrechtlichen Vorschriften, etwa zur Sicherheit oder zum Lärmschutz, eingehalten werden und holen alle erforderlichen Genehmigungen ein. Sie sind meist während eines Events vor Ort, koordinieren Arbeiten und lösen Probleme. Als Nachbereitung fassen sie Erfolge, etwaige Probleme und Verbesserungspotenziale in einem Abschlussbericht zum jeweiligen Veranstaltungsprojekt zusammen. Liegt ihr Schwerpunkt im Bereich Marketing, entwickeln sie eventbetonte Marketingkampagnen, entwerfen Werbemittel und Präsentationsformen für Produkte oder betreuen die Öffentlichkeitsarbeit eines Unternehmens. Führen sie eine eigene Veranstaltungsagentur, übernehmen sie auch Aufgaben wie Unternehmensplanung, Kostenrechnung, Controlling und Personalwesen.

- Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V. (MA) www.auma.de/de/Seiten/Default.aspx
- FAMAB Verband Direkte Wirtschaftskommunikation e.V. www.famab.de/

Musikmanager

Musikmanager organisieren Musikproduktionen, Festival-, Konzert- oder Theaterveranstaltungen oder betreuen und vermarkten Künstler/innen. Sie konzipieren Aufführungen und Aufnahmen, entdecken und entwickeln neue Künstler und führen Werbe- und Marketingmaßnahmen durch. Sie finden Beschäftigung bei Konzertveranstaltern, bei Theater-, Opern- und Schauspielhäusern, bei Tonträgerunternehmen sowie bei Musikverlagen

- Bundesverband Musikindustrie e.V. www.musikindustrie.de/
- Künstlervermittlung der Zentralen Auslands- und Fachvermittlung (ZAV) zav.arbeitsagentur.de/nn_313918/kv/Home/Homepage.html_nnn=true

Fundraiser (Sponsoring)

Fundraiser planen und realisieren Maßnahmen, um Mittel für soziale und kulturelle Einrichtungen wie Hilfsorganisationen, Stiftungen und Hochschulen zu beschaffen. Sie finden Beschäftigung in erster Linie in Werbeagenturen mit dem Schwerpunkt Öffentlichkeitsarbeit und Mitgliederwerbung im Auftrag von Verbänden, Interessenvertretungen, Hilfs- und Non-Profit-Organisationen oder in sozialen, kulturellen, religiösen oder politischen Einrichtungen. Darüber hinaus können sie auch an Hochschulen, in Kliniken oder Sportvereinen arbeiten..

- Bundesverband Deutscher Stiftungen e.V. www.stiftungen.org
- Deutscher Fundraising Verband e.V. www.fundraisingverband.de/
- Fundraising Stellenbörse www.sozialmarketing.de
- Deutscher Spendenrat e.V. www.spendenrat.de

Kulturpädagoge / Museumspädagoge/Theaterpädagoge

Kulturpädagogen machen Kultur einem breiten Publikum zugänglich. In Bereichen wie Theater, Bildende Kunst, Musik, Tanz, Fotografie oder Literatur konzipieren und organisieren sie kultur- und freizeitpädagogische Aktivitäten, entwickeln didaktische Konzepte und entsprechende Projekte, z.B. für Kinder, Jugendliche, Senioren oder ausländische Mitbürger. Für Museen erarbeiten sie museumspädagogische Konzepte und führen Schulklassen durch die Ausstellungen. An Theatern bereiten sie Besu-

Den eigenen Beruf (er-)finden!

cher auf Theaterstücke vor, nehmen mit ihnen an Proben teil und diskutieren anschließend über die Aufführungen.

Im Rahmen des Kulturmanagements, z.B. in Kulturämtern oder -referaten, organisieren sie kommunale Kulturaktivitäten von Stadtführungen und Ausstellungen bis hin zu Festivals und verantworten dabei meist neben der inhaltlichen Konzeptionierung auch das Budget. Auch die Leitung einer kulturellen Einrichtung, wie z.B. Volkshochschule oder Jugendzentrum, können Kulturpädagogen übernehmen. Die Mitwirkung an kulturpädagogischen Produktionen für Film, Fernsehen, Hörfunk und Printmedien bietet ebenso Aufgabenfelder wie eine Beschäftigung im Veranstaltungsmanagement, z.B. bei Reise- und Konzertanbietern.

- Deutscher Kulturrat e.V. www.kulturrat.de
- Bundesverband Museumspädagogik e.V. www.museumspaedagogik.org
- Bundesvereinigung Kulturelle Kinder- und Jugendbildung e.V. www.bkj.de
- Institut für Bildung und Kultur e.V. www.ibk-kultur.de
- Kulturpolitische Gesellschaft e.V. (KuPoGe) www.kupoge.de
- Goethe Institut www.goethe.de

Kunst- und Antiquitätenhändler

Kunst- und Antiquitätenhändler handeln mit Kunst- und antiquarischen Gebrauchsgegenständen. Sie finden Beschäftigung in Fachgeschäften für Kunst und Antiquitäten, in Auktionshäusern und in Internet-Auktionshäusern.

Kunst- und Antiquitätenhändler erwerben z.B. bei Haushaltsauflösungen, Versteigerungen von Nachlässen, Kunstauktionen, Ausstellungen oder Antiquitätenmessen verschiedenste Objekte. Dazu können Gemälde, fotografische Werke, Plastiken, Installationen, Medienkunst, textile Kunstwerke, Juwelen, Porzellan und kunsthandwerkliche Erzeugnisse gehören. Dabei müssen sie den Wert eines Objekts sowie seine Wiederverkaufschancen vor Ort einschätzen können, um finanzielle Risiken zu vermeiden. Die erworbenen Stücke verkaufen sie anschließend im eigenen Ladengeschäft weiter oder versteigern sie auf Auktionen. Z.T. verleihen sie auch Objekte, etwa für Ausstellungen, Theater- oder Filmproduktionen. Manche sind außerdem als Gutachter tätig. Häufig spezialisieren sie sich auch auf eine bestimmte Sparte.

- Bundesverband des Deutschen Kunst- & Antiquitätenhandels e.V. (BDKA) www.bdka.de
- Bundesverband Deutscher Galerien e.V. (BVDG) www.bvdg.de
- Verband Deutscher Antiquare e.V. www.antiquare.de

Kunstsachverständiger

Kunstsachverständige ordnen Kunstgegenstände und Antiquitäten nach Zeiträumen, Stilrichtungen und Künstlern ein. Dabei können sie sich auf bestimmte Gebiete oder WerkGattungen spezialisieren, etwa auf die europäische Malerei der Romantik oder des 20. Jahrhunderts, auf bestimmte Künstler, auf Altäre, Glas, Keramik, Möbel oder die Kunstfotografie. Sie stellen den Erhaltungszustand der Werke oder Gegenstände fest. Aufgrund der dabei ermittelten Daten bestimmen sie unparteiisch und unabhängig den künstlerischen und materiellen Wert eines Kunstwerkes sowie seinen derzeitigen Wert auf dem Kunstmarkt. Als selbstständige Kunstsachverständige betreuen und beraten sie Kaufinteressenten. So suchen sie, z.B. für Museen, weltweit gezielt nach bestimmten Raritäten und schätzen mögliche Risiken und Chancen ab, wie etwa Wertänderungen. Dabei geben sie auch Kauf- oder Verkaufsempfehlungen. In Auktionshäusern können Kunstsachverständige zudem im direkten Ein- und Verkauf

Den eigenen Beruf (er-)finden!

beschäftigt sein. Arbeiten sie im Auftrag von Versicherungen, führen sie z.B. Sicherheitsberatungen über den fachgerechten Transport der Kunstgegenstände durch oder vermitteln selbst Versicherungen. Als öffentlich bestellte und vereidigte Kunst-sachverständige beurteilen sie z.B. Sachverhalte vor Gericht im Rahmen von Rechtsstreitigkeiten oder erstellen Gutachten, die zur Vermeidung gerichtlicher Auseinandersetzungen dienen.

- Bundesverband Deutscher Sachverständiger und Fachgutachter e.V. (BDSF) www.bdsf.de/
- Bundesverband öffentlich bestellter und vereidigter sowie qualifizierter Sachverständiger e.V. (BVS) www.bvs-ev.de
- Deutsche Sachverständigenkammer e.V. www.deutsche-sachverstaendigenkammer.de/

Dramaturg

Dramaturgen sichten historische oder zeitgenössische Werke der Sprech-, Musiktheater- und Musikkultur oder Stoffe für Fernsehspiele, -serien, Hörspiele sowie Dokumentationen und prüfen, ob diese zum Programm des jeweiligen Hauses bzw. Senders passen. Ggf. geben sie auch Stücke in Auftrag oder arbeiten vorhandene Literatur in spiel- und produzierbare Fassungen um. Sie sichern sich Aufführungs- bzw. Senderechte für das ausgewählte Material, bereiten Theater- oder Film- und Fernsehproduktionen theoretisch vor und stehen der Regie bei Inszenierungen bzw. Dreharbeiten beratend zur Seite. Am Theater übernehmen sie häufig Aufgaben in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Sie stellen z.B. Programmhefte zusammen, halten Einführungsvorträge für das Publikum und informieren die Presse über neue Inszenierungen.

- Deutscher Bühnenverein Bundesverband der Theater und www.buehnenverein.de
- Dramatiker-Union e.V. www.dramatikerunion.de
- dramaturgische gesellschaft www.dramaturgische-gesellschaft.de
- Verband deutscher Film- und Fernseh-dramaturgen e.V. (VeDRA) www.dramaturgenverband.org
- Spitzenorganisation der Filmwirtschaft e.V. (SPIO) www.spio.de

Künstlervermittler

Künstlervermittler finden Engagements für Künstler, Tänzer, aber auch Models oder andere Personen, die bei ihnen unter Vertrag stehen bzw. in ihrer Kundendatenbank geführt werden, und schließen sie ab. Wenn sich Regisseure, Produzenten, Herstellerfirmen oder Werbeagenturen zur Rollenbesetzung an sie wenden, haben diese meist genaue Vorstellungen beispielsweise über Alter, Aussehen oder Berufserfahrung der von ihnen gesuchten Darsteller. Im Idealfall stellen sie eine Auswahl an Künstlern zusammen und legen diese ihren Kunden zur Entscheidung vor. Umgekehrt akquirieren Künstlervermittler auch aktiv Auftrittsmöglichkeiten, indem sie laufend mit Bühnen und anderen Auftrittsorten Verbindung suchen und diesen immer wieder potenziell interessante künstlerische Angebote unterbreiten.

Wenn der gewünschte Typ nicht in ihrer Kundendatenbank geführt wird, schalten sie Anzeigen, veranlassen Aufrufe in Hörfunk und Fernsehen oder beauftragen sogenannte Talent-Scouts mit der Suche nach geeigneten Personen. Sie sichten das Resultat und laden aussichtsreiche Kandidaten zu einem Casting oder einem Vorgesprächstermin ein. Während dieses Termins, gleichgültig ob für Werbung, Modefoto-

grafie, Film- oder Fernsehproduktionen, werden Fotos oder kurze Videoporträts der Kandidaten angefertigt und den Auftraggebern präsentiert. Fotos, Videos, Lebenslauf und ihren persönlichen Eindruck des Kandidaten archivieren Künstlervermittler, um jederzeit auf eine große Auswahl in der Kundendatenbank zurückgreifen zu können.

- Verband der Deutschen Konzertdirektionen e.V. VDKD www.vdkd.de
- Verband Deutscher Schauspieler-Agenturen e.V. (VDSA) www.schauspieler-agenturen.de

2.5 Kommunikation

Public-Relations-Manager

Public-Relations-Manager entwickeln Kommunikationsstrategien und -konzepte, um das Image eines Unternehmens zu formen, und setzen entsprechende Maßnahmen um. Sie erstellen Situations- und Meinungsanalysen sowie ein Stärken-Schwächen-Profil der Firma oder beauftragen externe Dienstleister damit. Auf Grundlage der Ergebnisse planen sie PR-Aktivitäten wie den Versand von Mailings oder Pressegespräche. Hierfür bauen sie Verteiler mit den Kontaktdaten von Journalisten auf. Sie pflegen diese Daten und halten sie auf aktuellem Stand. Public-Relations-Manager verfassen z.T. mehrsprachige Texte für die Website und die Social-Media-Portale des Unternehmens, für Newsletter und Kundenzeitungen und sie gestalten diese Medien. Sie erstellen und bearbeiten verschiedene Unterlagen, dokumentieren die Details der einzelnen Kampagnen, kalkulieren Kosten, erstellen Zeitpläne und überwachen die Durchführung der Öffentlichkeitsarbeit. Schließlich kontrollieren sie den Erfolg der getroffenen Maßnahmen und greifen - wenn nötig - korrigierend ein. Oft kontaktieren sie Marktpartner und gesellschaftlich relevante Gruppen aus Politik und Medien persönlich.

Public-Relations-Manager können auch im Bereich der internen Kommunikation von Unternehmen tätig sein. Dann leiten sie aus der Unternehmensstrategie Konzepte für die innerbetrieblichen Kommunikationsabläufe ab. Sie planen diese und fungieren als interne Dienstleister bzw. Berater.

- Deutsche Public Relations Gesellschaft e.V. (DPRG) www.dprg.de
- Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA e.V. www.gwa.de
- Kommunikationsverband e.V. www.kommunikationsverband.de
- Gesellschaft Public Relations Agenturen e.V. (GPRA) www.pr-guide.de

Marketingfachkraft/-assistent

Marketingfachkräfte bzw. Marketingassistenten wirken dabei mit, Produkte und Dienstleistungen bekannt zu machen und die Nachfrage zu steigern. Sie sind vor allem in der Werbung, in der Verkaufsförderung und im Produktmanagement tätig. Im Bereich Marketing und Vertrieb übernehmen sie z.B. Aufgaben in der Marktforschung oder arbeiten an der marktgerechten Absatzplanung im In- und Ausland oder an werbe- und verkaufsfördernden Maßnahmen mit. Ihre konkrete Aufgabe ist es beispielsweise, ein bestimmtes Produkt mit positiv besetzten Themen zu verbinden. Dabei wirken sie bei der Entwicklung der entsprechenden Werbemotive und beim Entwurf der Anzeigen und Logos mit. Auch an Qualitäts- und Preisverhandlungen sind sie beteiligt. Die Mitarbeit beim Internetauftritt ihrer Beschäftigungsfirma und das Ausarbeiten von Konzepten im Bereich des E-Commerce können ebenfalls zu ihren Aufgaben gehören. Im Key-Account-Management betreuen sie wirtschaftlich bedeutende Kunden im In- und Ausland, beispielsweise Groß- oder Einzelhandelsbetriebe.

Den eigenen Beruf (er-)finden!

- DDV Deutscher Dialogmarketing Verband e.V. www.ddv.de
- Deutscher Marketing-Verband e.V. (DMV) www.marketingverband.de
- Marketing, Service und Management GmbH (MSM Germany) www.msm-group.com

Medienassistent/in

Medienassistenten konzipieren multimediale Produkte aller Art, wie z.B. Anzeigen, Broschüren, Videospots, Computerspiele, Internetseiten oder CDs und bearbeiten bzw. realisieren sie unter Berücksichtigung kaufmännisch-organisatorischer und rechtlicher Aspekte. So entwerfen und gestalten sie etwa audiovisuelle Medien oder Internetprojekte nicht nur, sondern prüfen zudem deren Finanzierungsmöglichkeiten und erstellen Vor- und Nachkalkulationen. Sie beschaffen Rechte und Lizenzen, werten Informationen über den Markt und die Mitbewerber aus und wirken bei der Erarbeitung von Marketingkonzeptionen mit. Darüber hinaus übernehmen sie die Einsatzplanung für Medienproduktionen, kalkulieren Kosten, beschaffen die jeweils erforderlichen Materialien sowie die technische Ausrüstung und wirken bei der Personaleinteilung mit. Nach der Produktion rechnen sie z.B. Honorare ab, werten statistische Daten aus und bereiten diese zu Controllingzwecken auf.

- Internetportal für Berufseinsteiger in die che www.kommunikarriere.de

Werbetexter

Werbetexter entwerfen einprägsame Texte für Werbekampagnen aller Art. Dazu informieren sich zunächst genau über das jeweilige Produkt, die Zielgruppe sowie das Unternehmen und seine Mitbewerber. Anschließend legen sie in Zusammenarbeit mit Fachkräften aus den Bereichen Grafik und Marketing die Werbeziele bzw. -struktur fest und entwickeln anhand ihrer Ergebnisse eine Gesamtkonzeption für Text und Bild. In der Regel werden mehrere Entwürfe gefertigt, die dem Kunden präsentiert und mit ihm abgesprochen werden. Anschließend verfassen sie den passenden Text. Dies können einzelne, griffige Slogans, aber auch mehrere Sätze bis hin zu Gebrauchsanweisungen und vollständigen Produktbeschreibungen in Katalogen sein. Ziel ist es dabei, Schlagwörter oder Teilsätze zu kreieren, die untrennbar mit dem jeweiligen Produkt oder Unternehmen verbunden sind und sofort erkannt werden, um einen möglichst hohen Wiedererkennungswert von Marken oder Kampagnen zu schaffen. Darüber hinaus sind Werbetexter auch an der Entwicklung von Corporate-Wording-Konzepten beteiligt. In diesem Rahmen entwerfen sie z.B. Textbausteine für Geschäftsbriefe mit einheitlichen Formulierungen und Standardsätzen. So soll gerade in Großunternehmen ein einheitliches Vorgehen in der Kommunikation nach außen gewährleistet und die Gefährdung von Kundenbeziehungen durch unsensible Wortwahl vermieden werden. Aber auch das Verfassen von Mailings kann zu ihren Aufgaben gehören.

- Fachverband Freier Werbetexter e.V. (FFW) www.texterverband.de
- Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA e.V. www.gwa.de
- Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft e.V. (ZAW) www.zaw.de

Berater audiovisuelle Medien

Berater für audiovisuelle Medien analysieren die Situation bzw. den Markt für bestimmte Produkte und Dienstleistungen und entwickeln auf dieser Basis Marketingkonzepte. Sie beraten Kunden z.B. zu Medienauswahl bzw. -einsatz sowie Gestal-

Den eigenen Beruf (er-)finden!

tungsmöglichkeiten im Bereich der audiovisuellen Medien, kalkulieren Kosten, erstellen Angebote, führen Preisverhandlungen und schließen Verträge ab. Sie können sich auf Werbeträger oder Werbemittel spezialisieren, z.B. auf die Vermarktung von TV-Werbezeiten oder Onlinemedien, etwa soziale Netzwerke. Mithilfe von Kundendatenbanken pflegen sie bestehende Kontakte oder akquirieren Neukunden, z.B. in der telefonischen Kundenbetreuung. Dabei greifen sie auf Daten über die Medien zurück, die sie selbst erheben, z.B. durch Befragungen, oder sie nutzen Studien und Ergebnisse von Verbrauchs- und Medienanalysen. Zur Umsetzung der abgestimmten Kommunikationsstrategie in Einzelmaßnahmen beauftragen und instruieren sie beispielsweise Mediengestalter und Regisseure, betreuen sie bis zum Auftragsabschluss und stellen die Qualität der Arbeitsergebnisse sowie einen erfolgreichen Auftragsabschluss sicher.

- Fachverband Medienproduktions e.V. (FMP) www.f-mp.de
- Bundesverband Audiovisuelle Medien e.V. (bvvm) www.bvvm-medien.de

Informations-Broker

Informations-Broker ermitteln für ihren jeweiligen Auftrag relevante Daten aus verschiedenen Quellen. Sie bewerten und selektieren Informationen, verarbeiten interessierende Daten digital weiter und bringen sie in eine gewünschte Form, z.B. einen Bericht. Auch am Aufbau und der Pflege von Informationsmanagementsystemen oder an Recherchen zur Unternehmens-, EDV- oder Technologieberatung - z.B. im Bereich Online-Konzepte - können sie beteiligt sein.

- Bundesverb. Informationswirts., Telekommunikation und neue Medien e.V. (BITKOM) www.bitkom.org
- VOI Verband Organisations- und Informationssysteme e.V. www.voi.de

Kommunikationstrainer / Coach

Kommunikationstrainer vermitteln die Regeln und Techniken der Kommunikation und Rhetorik. Sie lehren darüber hinaus, wie man eigene Standpunkte klar formuliert und vertritt. In ihren Seminaren demonstrieren Verhaltens- und Kommunikationstrainer den Teilnehmern, wie man zwischenmenschliches Stress- und Konfliktpotenzial frühzeitig erkennen, souverän ansprechen und Lösungen entwickeln bzw. angemessen reagieren kann. Dabei gehen sie stets praxisorientiert vor. Sie kennen Gruppenprozesse, insbesondere in Unternehmen, und vermitteln Einsicht in Handlungs- und Veränderungsspielräume, um die sprachliche und kommunikative Kompetenz der Teilnehmer zu erweitern. Ziel ihrer Arbeit ist es, dass die Teilnehmer lernen, Missverständnisse und Konfliktsituationen im sozialen Miteinander zu vermeiden bzw. zu lösen. Sie wenden jeweils die Techniken an, auf die sie sich spezialisiert haben, beispielsweise systemische Techniken oder Transaktionsanalyse. Häufig arbeiten sie mit mentalem Training, Rollenspielen und anderen der Psychotherapie entlehnten Methoden, die das zwischenmenschliche Verständnis fördern sollen. Um bestimmte Verhaltensweisen zu dokumentieren und zu analysieren, setzen Verhaltens- und Kommunikationstrainer in ihren Seminaren Videorecorder und Fernsehgeräte ein. Im Bereich Business Coaching unterstützen sie Führungskräfte dabei, Veränderungsprozesse im Unternehmen konstruktiv zu gestalten. Mit gezielten Beratungs- und Trainingsmaßnahmen begleiten sie die Mitarbeiter bei der Bewältigung des Wandels. Sie analysieren mit einzelnen Personen oder mit einem Team die Hintergründe beruflicher Konflikte sowie die Motive und Gesetzmäßigkeiten ihres Verhaltens bzw. ihrer Kommunikationsgewohnheiten. In praktischen Übungen spielen sie mit den Teilnehmern Verhaltensänderungen durch und prüfen deren Umsetzung in

Den eigenen Beruf (er-)finden!

die berufliche Praxis. Oft vermitteln sie Führungskräften die Fähigkeit, selbst das Coaching von Mitarbeitern zu übernehmen. Eine weitere Aufgabe der Verhaltens- und Kommunikationstrainer ist es, Unternehmensmitarbeitern, die häufige Kundenkontakte haben, professionelle Techniken z.B. für Beratungs- oder Verkaufsgespräche zu vermitteln. Dabei zeigen sie wie die Stimme richtig eingesetzt wird und führen Gesprächsschulungen durch.

- Berufsverband für Trainer, Berater und Coaches e.V. (BDVT) www.bdvt.de
- Deutscher Bundesverband Coaching e.V. (DBVC) www.dbvc.de
- dvct - Deutscher Verband für Coaching und Training e.V. www.dvct.de
- T.O.C. Berufsverband für Training Organisationsberatung und Coaching www.trainerverband.de

Interkultureller Kommunikationsberater / Coach

Interkulturelle Kommunikationsberater untersuchen die Verständigung über Sprach- und Kulturgrenzen hinweg. Sie bedenken Wechselwirkungen und Einflussfaktoren, bewerten individuelle Rahmenbedingungen und definieren Maßnahmen und Konzepte. In der Unternehmensberatung wirken sie an Maßnahmen und Konzepten mit, die interkulturelle Kompetenz und Sensibilität zu verbessern, bieten z.B. Coachings an. In Funktionsbereichen wie Presse- und Öffentlichkeitsarbeit oder im Kunst- und Kulturmanagement gestalten sie ggf. die komplette Planung, Organisation, Führung und das Controlling von Projekten. Zudem konzipieren sie Bildungsangebote, bieten Schulungen und Trainings an oder veröffentlichen zu Themen der interkulturellen Verständigung in Fach- oder Publikumsmedien.

- Institut für Interkulturelles Management GmbH (IFIM) www.ifim.de

2.6 Medien/Publizistik

Medienwirt / Medienmanager

Medienmanager planen und organisieren den Einsatz oder die Entwicklung von Medien für Unternehmen oder Betriebsabteilungen. Beispielsweise beraten sie Kundenunternehmen, mit welchen Medien sie ihre Zielgruppe erreichen. In Medienbetrieben bilden sie die Schnittstelle zwischen kreativer Gestaltung, wirtschaftlicher Realisierung und technischer Umsetzung. Sie organisieren Projekte wie die Herstellung von Filmen, Hörfunkbeiträgen oder Websites. Auch planen und konzipieren sie Aktivitäten in Blogs, Foren oder Social Media-Diensten. Sie finden Beschäftigung z.B. in Verlagen, bei Hörfunk und Fernsehen, in der Filmwirtschaft, bei Softwareanbietern, z.B. im Bereich Multimedia, in Meinungsforschungsunternehmen, in der Werbewirtschaft und bei PR-Agenturen.

- Bundesverb. Informationswirt. Telekommunikation und neue Medien e.V. (BITKOM) www.bitkom.org
- Jugendpresse Deutschland e.V. Bundesverband jungercher www.jugendpresse.de
- Bundesverband Druck und Medien e.V. (bvdm) www.bvdm-online.de
- Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. www.bvdw.org
- Deutscher Managerverband e.V. www.managerverband.de

Media-Fachkraft / Anzeigenverkäufer

Media-Fachkräfte nehmen eingehende Anzeigenaufträge entgegen. Sie beraten Kunden zu Veröffentlichungsart, Anzeigengestaltung, -größe und -preis. Eingehende Aufträge bereiten sie auf die Veröffentlichung in den jeweiligen Medien vor. Beispielsweise gestalten sie die Textausrichtung, passen die Größe an oder fügen Grafiken bzw. Bilder ein. Außerdem erstellen sie Abrechnungen, führen Dispositionen, koordinieren Anzeigenaufträge und überwachen die Einhaltung von Terminfristen. Neukunden akquirieren sie meist am Telefon, zunehmend aber auch über Social-Media-Kanäle.

Anzeigenverkäufer verkaufen Anzeigeflächen in Printmedien, z.B. Zeitungen und Zeitschriften, aber auch Werbefläche im Internet oder in anderen Online-Medien. Anzeigenverkäufer betreuen Anzeigenkunden, pflegen den bestehenden Kundstamm, bauen diesen aus und akquirieren Neukunden. Freiberuflich oder im Rahmen einer Festanstellung erstellen sie Angebote und schließen Verträge ab. Die Verkaufsverhandlungen führen sie meist am Telefon. Sie informieren ihre Kundschaft zu allen Fragen der Gestaltung, Produktion und Disposition des gewünschten Werbe-raums. Beispielsweise beraten sie sie über spezifische Werbewirkungen, über die Verwendung von Schriftarten, Fotos, Logos und anderen gestalterischen Elementen sowie über Größe und Preise der Anzeigen. Die Unterlagen für die Anzeigen leiten sie an die zuständigen Stellen weiter. Sie aktualisieren außerdem Kunden-, Agentur- und andere Adressdateien, pflegen die entsprechenden Kontakte und führen verkaufsfördernde Maßnahmen durch. Auch bei der Entwicklung von Mediakonzepten wirken sie mit.

- Bundesverband deutscher Anzeigenblätter e.V. (BVDA) www.bvda.de
- Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e.V. (BDZV) www.bdzv.de
- Verband Deutscher Zeitschriftenverleger e.V. (VDZ) www.vdz.de

Journalist / Redakteur

Journalisten verbreiten Informationen mittels Wort, Bild, Ton oder in Kombination dieser Darstellungsmittel. Sie sammeln diese Informationen, prüfen sie, wählen sie aus und bereiten sie entsprechend der Darstellungsform mediengerecht für Printprodukte, Hörfunk, Fernsehen oder Online-Medien auf, z.B. als Nachricht, Kommentar oder Leitartikel. Als Informationsquellen dienen Meldungen der Nachrichtenagenturen, Pressekonferenzen, Informanten, Datenbanken, Archive oder die eigene Wahrnehmung. Sie erstellen Konzepte für Berichte und Beiträge und sprechen diese mit Vorgesetzten bzw. Redaktionsleitung ab, führen Interviews und erstellen fertige Beiträge. Ggf. wirken sie auch bei der technischen Umsetzung und Präsentation mit, z.B. bei Live-Berichten oder Social-Media-Projekten. Sie sind üblicherweise in einem bestimmten Ressort tätig. Dazu gehören z.B. Innen- und Außenpolitik, Wirtschaft, Lokales, Sport, Kultur und Wissenschaft. Außerdem sind sie in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (Public Relations, PR) von Unternehmen und Organisationen sowie in Werbeagenturen und -abteilungen tätig.

Redakteure sammeln und prüfen zielgruppenspezifische Informationen und bringen diese in mediengerechte Form - in Text, Bild oder Ton. Im Bereich Onlineredaktion bearbeiten sie z.B. Texte mithilfe von Content-Management-Systemen (CMS) oder erstellen Dateien für Podcasts. Sie recherchieren Aktuelles und Hintergründe zu Themen und Ereignissen, indem sie beispielsweise Agenturmeldungen sichten, Pressekonferenzen besuchen oder Internetrecherchen durchführen. Dabei spezialisieren sie sich meist auf bestimmte Ressorts wie Politik, Wirtschaft, Lokales, Sport

Den eigenen Beruf (er-)finden!

oder Kultur. Redakteure bearbeiten vorhandene Meldungen und Beiträge, passen sie z.B. in ein Layout bzw. Sendekonzept ein und planen zukünftige Themen. Im Verlag sind ihre klassischen Arbeitsbereiche Printmedien wie Bücher, Zeitungen und Zeitschriften, aber auch digitale Medien. Hier planen sie die Veröffentlichungen, koordinieren die Herstellung oder schreiben Klappentexte für Bücher.

Der Einstieg in den Journalismus muss frühzeitig, möglichst schon während der Schulzeit und dem Studium, vorbereitet sein. Nur dann hat man Aussicht auf eine Volontärstelle oder einen Platz an einer der Journalistenschulen.

- Institut zur Förderung des publizistischen Nachwuchses e.V. (ifp) www.journalistenschule-ifp.de
- ARD.ZDF medienakademie www.ard-zdf-medienakademie.de
- Deutsche Journalistinnen- und Journalisten-Union (dju) <http://dju.verdi.de/>
- Deutscher Fachjournalisten-Verband e. V. DFJV www.dfjv.de
- DPV Deutscher Presse Verband e.V. www.dpv.org
- Journalistinnenbund e.V. www.journalistinnen.de
- Verband der Medizin- und Wissenschaftsjournalisten e. V. (VMWJ) www.journalistenvereinigung.de
- Deutscher Journalisten-Verband e.V. (DJV) Gewerkschaft der Journalistinnen/Journalisten www.djv.de

Content-Manager

Content-Manager gestalten die redaktionellen Inhalte von Inter- und Intranet-Angeboten. Dazu erstellen sie zunächst ein Konzept für die Organisation und überlegen, welche Themen, Rubriken und Formate sie verwenden möchten. Anschließend legen sie fest, mit welchen journalistischen, technischen und gestalterischen Mitteln diese möglichst benutzerfreundlich präsentiert werden können. Die technische Umsetzung erfolgt dann z.B. mit Content-Management-Systemen (CMS), etwa in Form von webbasierten Redaktionssystemen für Online-Shops oder Firmenhomespages. Oft sind sie auch für einzelne oder mehrere inhaltliche Bereiche direkt verantwortlich. Wenn sie im Bereich Social Media tätig sind, gehören auch die Einbindung und regelmäßige Aktualisierung von Contentformaten wie Podcasts und Blogs in sozialen Netzwerken und ggf. die Suchmaschinenoptimierung (Search Engine Optimization, SEO) von Online-Angeboten zu ihren Aufgaben.

Content-Manager lassen Inhalte intern oder extern anfertigen bzw. erstellen sie selbst. Teilweise erwerben sie auch fertige Contents (inklusive ihrer Nutzungsrechte), die sie ggf. bearbeiten, anpassen oder redigieren. Neben Texten sind dies vor allem Fotos, Grafiken, Töne und Filmsequenzen. Aufbereitete Inhalte pflegen sie in das System ein oder überprüfen und verbessern Einträge der Redaktion. Für die laufende Aktualisierung inhaltlicher und technischer Art sind sie ebenfalls zuständig. Außerdem schulen sie Mitarbeiter, leisten IT-Support im Content-Management-Bereich, führen Vertragsverhandlungen, akquirieren Neukunden und analysieren die relevanten Märkte

technischer Redakteur

Technische Redakteure erstellen aussagefähige, umsetzbare, verständliche technische Beschreibungen aller Art: Gebrauchs-, Bedienungs-, Montage-, Konstruktions-, Produktions- und Reparaturanleitungen, Schutz- und Sicherheitsvorschriften, Geräte- und Systembeschreibungen, Handbücher, Schulungsmaterial, Online-Hilfen und In-

Den eigenen Beruf (er-)finden!

formationen im Internet. Sie nehmen den jeweiligen Redaktionsauftrag entgegen und besprechen diesen mit dem Kunden oder sonstigen Auftraggeber. Sie analysieren die Aufgabenstellung, grenzen die Nutzer bzw. Zielgruppe der technischen Beschreibungen ein und wählen eine zielgruppengerechte Art der Darstellung sowie das geeignete Medium und umreißen die notwendigen Arbeitsschritte und Aufwände. Dann planen und koordinieren sie die einzelnen Teilschritte.

Bei der redaktionellen Arbeit müssen zunächst Informationen gesammelt und bewertet werden. Technische Redakteure und Redakteurinnen informieren sich in der Entwicklungsabteilung über das zu beschreibende Produkt. Um eine verständliche Beschreibung liefern zu können, ist technisches Fachwissen nötig, das sie in der Regel während des Studiums erwerben. Je nach Zielgruppe wählen sie Inhalt, Aufbau und Sprache. Die teils komplexen Sachverhalte veranschaulichen sie mit Tabellen, Fotos, Zeichnungen oder Grafiken, die sie vorab mit Grafikern besprechen.

Der Prozess der Erstellung der Dokumentation läuft in der Regel parallel zum gesamten Entwicklungsprozess des Produktes. Technische Redakteure planen ihre Arbeit so, dass die Dokumentation termingerecht zur Lieferfreigabe des Produktes fertig ist. Neben terminlichen und inhaltlichen Vorgaben müssen sie rechtlichen Grundlagen und Normen gerecht werden und etwa vorgeschriebene Sicherheitshinweise in Gebrauchsanleitungen anbringen. Nach der redaktionellen Ausarbeitung bereiten sie die elektronische Aufbereitung bzw. den Druck der Inhalte sowie die Übergabe an den Kunden oder Auftraggeber vor. Ferner verwalten und aktualisieren sie wichtiges Informationsmaterial zum Auftrag.

- Gesellschaft für Technische Kommunikation e.V. – tekom www.tekom.de

Moderator

Moderatoren bereiten Informations- und Unterhaltungssendungen vor und moderieren diese. Zunächst recherchieren sie zum aktuellen Thema in verschiedenen Medien, z.B. im Internet, und bereiten sich umfassend auf ihre Sendung vor. Dabei arbeiten sie sowohl das zeitliche wie auch das organisatorische und inhaltliche Konzept für ihre Sendung aus und schreiben die Moderationstexte. Im Bereich Radio kommen gewöhnlich sogenannte Selbstfahrerstudios zum Einsatz, d.h. die Moderatoren und bedienen zugleich die Technik im Studio, während sie ihre Texte und Ansagen sprechen. Im TV präsentieren sie ihre Moderationen frei oder nutzen einen Teleprompter. Darüber hinaus können sie Galas, Kundenveranstaltungen, Produktpräsentationen oder auch Modenschauen moderieren..

- Vereinigung der Rundfunk-, Film- und Fernsehschaffenden (VRFF) www.vrff.de
- ARD.ZDF medienakademie www.ard-zdf-medienakademie.de

Produktionsassistent (Film/Fernsehen)

Produktionsassistenten für Film und Fernsehen unterstützen Produktions- und Aufnahmeleitung bei der Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung einer Film- bzw. Fernsehproduktion. Sie koordinieren die Produktionsabläufe, planen den Einsatz der Mitarbeiter und arbeiten die Schnitt- und Drehpläne aus. Außerdem wirken sie mit bei der Suche nach geeigneten Drehorten, beurteilen deren Sicherheit und Infrastruktur und stellen diese Informationen der Produktionsleitung zur Verfügung. Auch das Beschaffen von Requisiten und die Organisation der Reisen aller Beteiligten an die Sets gehören zu ihren Aufgaben. Sie übernehmen Aufgaben in der Finanzplanung und Buchhaltung, bereiten statistische Daten zu Controllingzwecken auf und werten sie aus. Außerdem überwachen sie die Einhaltung technischer Nor-

Den eigenen Beruf (er-)finden!

men und Vorschriften sowie der Bestimmungen des Daten-, Urheber- und Persönlichkeitsschutzes. Auch in den Bereichen Personalwesen sowie Marketing und Öffentlichkeitsarbeit unterstützen sie die Produktionsleitung.

- Allianz Deutscher Produzenten - Film & Fernsehen e.V. www.produzentenallianz.de
- Bundesverband Audiovisuelle Medien e.V. (bvvm) www.bvvm-medien.de
- Bundesverband Deutscher Film- und AV-Produzenten e.V. www.bundesverband-av.de
- Der Berufsverband der Filmschaffenden im Bereich Produktion www.bv-produktion.de
- Verband Privater Rundfunk und Telemedien e.V. (VPRT) www.vprt.de
- Verband Technischer Betriebe für Film und Fernsehen e.V. (VTFF) www.vtff.de

Literaturagent

Literaturagenten wickeln den Handel mit Buchrechten ab. Dabei geht es auch um internationale, insbesondere englische und amerikanische Literatur. Sie führen Verhandlungen über Erstausgaberechte, Übersetzungs- und andere Weiterverarbeitungsrechte und betreuen bzw. überwachen die Einhaltung der Verträge. Sie kontrollieren Abrechnungen sowie die Einhaltung der Konditionen und Zahlungen.

Verlagslektor

Verlagslektoren betreuen Autoren und bereiten mit ihnen Manuskripte auf, d.h., sie schlagen inhaltliche und sprachliche Änderungen vor und korrigieren Fehler. Sie begleiten die Autoren bis zur Druckreife ihrer Manuskripte. Zusammen mit der Verlagsleitung entwickeln Verlagslektoren Programmstrategien bzw. neue Produktideen und versuchen, geeignete Autoren zu gewinnen. Eingesandte Manuskripte beurteilen sie sowohl nach ihrer Qualität als auch hinsichtlich des Marktpotenzials innerhalb des Verlagsprofils bzw. für die spezifischen Zielgruppen. Gegebenenfalls bewerten sie auch die Übersetzungswürdigkeit fremdsprachiger Texte. Wenn es zum Vertragsabschluss kommt, führen sie ggf. die Honorarverhandlungen. Nicht zuletzt wirken Verlagslektoren an Marketingstrategien und der Öffentlichkeitsarbeit mit, werben im Buchhandel und bei Rezensenten für das Verlagsprogramm und verfassen z.B. PR-Artikel über ein neu herausgegebenes Buch. Dabei berücksichtigen sie auch Social-Media-Kanäle wie z.B. Blogs, Facebook und Twitter.

- Verband der freien Lektorinnen und Lektoren (VFLL) www.vfll.de
- Arbeitsgemeinschaft von Jugendbuchverlagen e.V. (avj) www.avj-online.de
- Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V. www.boersenverein.de
- VdS Bildungsmedien e.V. www.vds-bildungsmedien.de

Autor (Sach-, Fach-, Drehbücher, Biografien etc.)

Autoren verfassen Bücher. Sie schaffen Figuren, entwickeln Handlungsverläufe und entwerfen Szenen, recherchieren historische Zusammenhänge und schreiben ihre Ideen auf. In der Regel arbeiten sie freiberuflich.

- Freier Deutscher Autorenverband (FDA) www.fda.de
- Verband Deutscher Drehbuchautoren e.V. (VDD) www.drehbuchautoren.de
- Verband Deutscher Schriftsteller (VS) www.verband-deutscher-schriftsteller.de

Korrektor

Korrektoren lesen und überprüfen Texte z.B. für Bücher, Zeitschriften oder Online-Publikationen. Sie kennzeichnen ggf. auf Fahnen (Korrekturabzügen) Setzfehler und Änderungen unter Anwendung von Korrekturzeichen nach geltenden Korrekturregeln. Häufig führen sie die Korrekturen selbst direkt am Bildschirm aus.

In Fachverlagen mit mehreren Publikationen erarbeiten sie in Zusammenarbeit mit der Chefredaktion eine einheitliche Schreibweise, damit gleiche Begriffe nicht in unterschiedlichen Schreibweisen erscheinen. Diese verlagsinternen Schreibweisen pflegen sie und führen sie laufend weiter.

- Bundesverband Druck und Medien e.V. (bvdm) www.bvdm-online.de

2.7 Neue Medien Internet

Multimediafachmann / Multimedia-Producer

Multimediafachleute wirken an der Konzeption und Umsetzung von Multimediaprodukten mit. Dabei übernehmen sie gestalterische, softwaretechnische, redaktionelle oder organisatorische Aufgaben. Sie finden Beschäftigung in Unternehmen der Softwareentwicklung und -beratung oder bei Unternehmen der Medienbranche. Sie stimmen mit dem Kunden die genaue Aufgabenstellung, Rahmenbedingungen Grobkonzeption und Kalkulation ab. Dann planen sie den Produktionsablauf inhaltlich und zeitlich und weisen alle am Projekt beteiligten an. Sie organisieren, überwachen und dokumentieren die Ausarbeitung von Navigationsstruktur und Designkonzept sowie die Umsetzung z.B. mittels Autorensystemen, präsentieren die Ergebnisse beim Kunden und schließen das Projekt ab.

- Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) www.bsi.bund.de
- Bundesverb. Informationswirt., Telekommunikation und neue Medien e.V. (BITKOM) www.bitkom.org
- Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. www.bvdw.org

Entwickler für Digitale Medien

Entwickler von Digitalen Medien begleiten Kommunikationsmedien, die auf der Grundlage digitaler Informations- und Kommunikationstechnologie funktionieren, vom Entwurf über die Implementierung bis zur Übergabe an den Kunden. Im Team, z.B. mit Softwareentwicklern bzw. mit IT-Lösungsentwicklern erarbeiten sie Gestaltungs- und Funktionskonzepte, klären Aufwände, Kosten und Machbarkeit und stimmen das Projekt mit dem Kunden ab. Anschließend realisieren und integrieren sie die Medienkomponenten und Medienarten wie Text, Grafik, Audio, Video, Animationen und Virtual Reality, führen Funktionstests durch und beseitigen evtl. auftretende Fehler. Die fertigen Multimedia-Anwendungen installieren bzw. implementieren sie auf dem Zielsystem, und übergeben dieses mit Dokumentation und ggf. Schulung an den Auftraggeber.

Innerhalb der IT-Spezialistenprofile sind Entwickler von Digitalen Medien der Gruppe der Software- und Lösungsentwickler zuzuordnen.

- Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware e.V. (BIU) www.biu-online.de
- G.A.M.E. Bundesverband der Entwickler von Computerspielen e.V. www.game-bundesverband.de

Webdesigner

Webdesigner gestalten Bildschirmseiten, die durch hohe Funktionalität anwenderfreundlich sind und gleichzeitig durch ansprechendes Design, z.B. Bildsprache, Farben und Typografie, die Inhalte unterstützen. Mit ihren Kunden sprechen sie über Gestaltungswünsche und -möglichkeiten, legen mit Auftraggeber und Projektleitung die genaue Aufgabenstellung sowie finanzielle und technisch-inhaltliche Rahmenbedingungen fest. Sie erörtern ggf. verschiedene Lösungswege und erstellen Gestaltungskonzepte, die sie in Konzeptpräsentationen mit den Kunden abstimmen. Ist das Konzept freigegeben, beginnen sie mit der Umsetzung. Dabei beachten sie die individuellen redaktionellen, technischen, finanziellen und produktspezifischen Anforderungen und Absprachen, bearbeiten Kundenvorlagen, z.B. Bild-, Text- und Grafikdaten, und recherchieren Beiträge in Bild- und Tonarchiven. Sie erstellen eine Navigationsstruktur, die die Interaktionsmöglichkeiten aufzeigt, den Aufbau von Bildschirmdarstellungen (Screens) festlegt und Verweise auf andere Bildschirmseiten (Links) definiert. Schließlich bereiten sie die Daten zur Programmierung vor und setzen das Design mithilfe Software um. Webdesigner können auch im Designmanagement tätig sein, also an der Schnittstelle zwischen Design, Technologie, Management und Marketing.

- Webmasters Europe e.V. www.webmasters-europe.org
- Allianz deutscher Designer e.V. (AGD) <https://agd.de>

Online-Marketing-Manager / Affiliate-Manager

Onlinemarketing-Manager koordinieren Werbemaßnahmen im Internet und entwickeln Marketingstrategien für virtuelle Verkaufsräume, akquirieren Kundengruppen und gestalten sowie verbessern Geschäftsprozesse im Bereich des Onlineshoppings. Sie finden Beschäftigung in Handelsunternehmen unterschiedlicher Branchen oder in Softwareentwicklungsfirmen. Sie betreuen den Onlinebereich im B-to-C-Geschäft (business to consumer, d.h. Verkauf an Endkunden) oder das B-to-B-Geschäft (business to business, d.h. Verkauf an Firmenkunden), steuern neben der inhaltlichen auch die technische Umsetzung und tragen ggf. Budget- und Personalverantwortung. Als wichtige Grundlage erstellen Onlinemarketing-Manager Marketingstrategien und Konzepte für die Bereiche Kundenservice und Logistik: Beispielsweise suchen sie nach Möglichkeiten, Logistikservices zu verbessern, Verkaufsplattformen kundenorientierter zu gestalten und Bestell-, Einkaufs- und Zahlungsvorgänge zu vereinfachen. Sie führen Marktanalysen durch und treten online direkt mit Nutzern in Kontakt: Sie beantworten Fragen, nehmen Vorschläge entgegen, lösen Probleme und verbessern die Anwendungen. So sorgen sie für Suchmaschinenoptimierungen (SEO, Search Engine Optimization), damit Webangebote bei Eingabe einschlägiger Suchwörter in Internet-Suchmaschinen möglichst weit vorn erscheinen. Sie werben in verschiedenen Medien sowie auf den eigenen klassischen Absatzkanälen für das Onlineangebot und suchen im Affiliate-Management nach Partnern, mit denen sie zum beiderseitigen Nutzen kooperieren können. Im Bereich Social Media nutzen sie soziale Netzwerke wie Blogs, Communities und Kundenbewertungsportale für ihre Marketingziele. Darüber hinaus suchen sie stets nach innovativen Onlinemarketing-Ideen und neuen technischen Lösungen.

- Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. www.bvdw.org
- Bundesverband Network Marketing e.V.(BVNM) www.bvnm.de
- DDV Deutscher Dialogmarketing Verband e.V. www.ddv.de

E-Learning-Autor

E-Learning-Autoren erstellen Konzepte und Lerninhalte für interaktive Lernmedien und E-Learning-Software, die entweder als Computer Based Training (CBT) auf CD-ROM oder als Web Based Training (WBT) mit ständiger Aktualisierung durch das Internet angeboten werden. Sie finden Beschäftigung bei Software- und Datenbank-anbietern sowie Verlagen, die interaktive Lernmedien und E-Learning-Software herausgeben oder als freiberufliche E-Learning-Entwickler. Sie beraten ihre Kunden und führen Bedarfsanalysen durch, d.h., sie ermitteln den Lern- bzw. Schulungsbedarf der jeweiligen Zielgruppen. Für das Lernmedium erstellen sie Drehbücher über Texte, Animationen, Sprache und interaktive Elemente. Dabei legen sie Ablaufpläne fest und entwerfen eine pädagogisch und inhaltlich sinnvolle Bedienerführung für die Lernprogramme. Sie recherchieren die Lerninhalte und bereiten diese nach didaktischen und medienpädagogischen Gesichtspunkten auf. Darüber hinaus entwickeln sie neue interaktive Lernformen für die Aus- und Weiterbildung und analysieren vorhandene Lernsysteme. Gegebenenfalls erarbeiten sie Gesamtkonzepte für das Blended Learning, d.h. die Kombination der Lernsoftware mit Präsenzseminaren, Online Tutoring, Handbüchern usw.

- Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. www.bvdw.org
- Bundesverb. Informationswirt., Telekommunikation und neue Medien e.V. (BITKOM) www.bitkom.org
- Forum DistancE-Learning Der Fachverband für Fernlernen und Lernmedien e.V. www.forum-distance-learning.de
- www.e-teaching.org ist ein öffentlich gefördertes, nicht-kommerzielles Informationsportal für Hochschullehrende

2.8 Politik /Internationale Organisationen/ Öffentlicher Dienst

Politische Berater / Mitarbeiter bei Verbänden / Lobbyist

Politische Berater unterstützen politische und gesellschaftliche Akteure bei der Kommunikation von Interessen. Dazu analysieren sie die Position ihrer Klienten und relevante Rahmenbedingungen, entwickeln Kommunikationsstrategien und Kommunikationsmaßnahmen, übernehmen, begleiten und überwachen deren Umsetzung. Sie arbeiten bei Berufsorganisationen, Arbeitnehmer- und Arbeitgeberverbänden, bei politischen Parteien, Stiftungen, Vereinen und anderen Interessenvertretungen sowie in Consulting-Agenturen.

- Deutsche Gesellschaft für Verbandsmanagement e.V. (DGVM) www.dgvm.de
- Deutsche Gesellschaft für Politikberatung e. V. (degepol) www.degepol.de

Campaigner

Campaigner entwickeln Strategien und Projekte zu bestimmten Themen und Themenfeldern für Non-Profit-Organisationen. Sie planen und führen Aktionen durch und vertreten ihre Organisation nach außen. Sie sammeln Informationen, bereiten sie auf und kontaktieren Ansprechpartner, um auf Kampagnen vorwiegend gemeinnütziger Organisationen aufmerksam zu machen. Auch mit Partnerorganisationen und Aktivisten kommunizieren sie. Im Austausch mit Kollegen erarbeiten sie Strategien für die Kampagne. Zu den klassischen Maßnahmen gehören vor allem Pressearbeit, Medienkampagnen oder Vorträge. Campaigner entwickeln auch Online-Kampagnen, ggf. mit dem Schwerpunkt Social Media. Dann sorgen sie für einen professionellen Web-auftritt, identifizieren Online-Zielgruppen, betreuen Blogs, konzipieren oder betreiben

Den eigenen Beruf (er-)finden!

ggf. eigene Foren oder erstellen Beiträge in sozialen Netzwerken. Lobbyarbeit gehört ebenfalls zu ihrer Tätigkeit: Sie schreiben Ministerien und Abgeordnete an, machen diese auf die Anliegen ihrer Organisation aufmerksam und versuchen, sie für ihre Ziele zu gewinnen.

Meinungsforscher

Meinungsforscher erarbeiten Fragestellungen zu bestimmten Themen und legen das Vorgehen für die Erhebung und die statistische Aufbereitung fest. Sie entwerfen die Umfragen für den kommenden Auftrag, planen die Erhebungstechniken und organisieren Ablauf, Dauer, Ort und den Einsatz der Interviewer. Die Interviewer weisen sie in die jeweilige Studie ein, schulen sie und stehen bei Umsetzungsproblemen als Ansprechpartner zur Verfügung. Teilweise führen sie selbst Befragungen durch. Nach Abschluss der Untersuchung werten sie die Daten aus, interpretieren sie, formulieren die Ergebnisse der Umfrage und bereiten sie zielgruppengerecht für Zusammenfassungen und Präsentationen auf.

- BVM Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e.V. <http://bvm.org/home/>

Auswärtiger Dienst

Beamte im höheren Auswärtigen Dienst pflegen die Beziehungen zu ausländischen Staaten und zu internationalen Organisationen. Dabei nehmen sie stets die Interessen der Bundesrepublik Deutschland wahr. Sie beobachten und analysieren wichtige Entwicklungen auf den Gebieten der Außen-, Europa-, Wirtschafts-, Kultur- und Wissenschaftspolitik sowie die wirtschaftliche Entwicklung im jeweiligen Gastland, um der Bundesregierung Informationen für außenpolitische Entscheidungen zur Verfügung zu stellen. Zudem beschäftigen sie sich mit Fragen der internationalen Umwelt- und Klimapolitik und setzen sich mit dem weltweiten Eintreten für Menschenrechte auseinander. Ferner gehören die Förderung der deutschen Wirtschaftsinteressen im Ausland, die auswärtige Kultur- und Bildungspolitik, die Zusammenarbeit im Bereich der nachhaltigen wirtschaftlichen Entwicklung sowie die Zusammenarbeit auf technologisch-wissenschaftlichen Gebieten zu ihrem Aufgabenbereich.

- Auswärtiges Amt / Akademie Auswärtiger Dienst www.auswaertiges-amt.de

Entwicklungshelfer

Entwicklungshelfer vermitteln im Entwicklungsdienst und in der Entwicklungszusammenarbeit Kenntnisse, Fertigkeiten sowie Technologien, die geeignet sind, eine Verbesserung der Lebensverhältnisse der Menschen zu bewirken, die in dem Entwicklungsland/der Krisenregion leben. Darüber hinaus organisieren und koordinieren sie Projekte, beispielsweise im Gesundheitswesen, in der Verwaltung oder im zivilen Friedensdienst. Sie finden Beschäftigung in erster Linie bei anerkannten Trägern des Entwicklungs- bzw. Friedensdienstes, z.B. bei staatlichen oder kirchlichen Organisationen oder privaten Verbänden.

- Centrum für internationale Migration und Entwicklung (CIM) www.cimonline.de
- Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH www.giz.de
- Deutsches Institut für Entwicklungspolitik www.die-gdi.de

Mitarbeiter des höheren Dienstes bei Ministerien oder Verwaltungen

Beamte im höheren Dienst der Verwaltung sind mit qualifizierten Verwaltungs- und Führungsaufgaben betraut. Sie wirken an der Vorbereitung und am Erlass von Gesetzen, Rechtsverordnungen und Verwaltungsvorschriften mit, entwerfen Vorlagen für neue Rechtsverordnungen und schreiben Stellungnahmen zu Gesetzesentwürfen. Innerhalb ihrer Abteilung oder Dienststelle planen und organisieren sie die Arbeitsabläufe und sind in ihrem Aufgabenbereich für eine einheitliche Rechtsanwendung verantwortlich. Sie koordinieren und kontrollieren den ordnungsgemäßen und einheitlichen Verwaltungsvollzug in nachgeordneten Behörden. Dazu erarbeiten sie allgemeine Verwaltungsvorschriften und erlassen Weisungen. Sie klären rechtliche Zweifelsfälle und entscheiden in Grundsatzfragen. In der inneren Verwaltung von Bundes-, Landes- oder Kommunalbehörden bearbeiten sie in verantwortlicher Position Personal- und Haushaltsangelegenheiten. Dabei gestalten sie z.B. Modernisierungsprozesse, regeln den Personaleinsatz und planen den Personalbedarf und die Personalentwicklung. Zugangsvoraussetzungen sind:

- i.d.R. ein für die Laufbahn geeignetes abgeschlossenes Masterstudium oder ein als gleichwertig anerkannter Hochschulabschluss
- deutsche Staatsangehörigkeit oder die Staatsangehörigkeit eines anderen EU-Mitgliedstaates (Ausnahmen sind möglich)
- Gewähr für das Eintreten für die freiheitliche demokratische Grundordnung im Sinne des Grundgesetzes
- Fähigkeit zur Bekleidung öffentlicher Ämter, das heißt geordnete wirtschaftliche Verhältnisse, guter Leumund, nicht entmündigt und nicht vorbestraft

Als Vorbereitung könnte ein Studium an der Deutschen Hochschule für Verwaltungswissenschaften in Frage kommen (www.dhv-speyer.de)

Mitarbeiter bei internationalen Organisationen

Sehr gut qualifizierten und international ausgerichteten Führungskräften und Führungsnachwuchskräften bieten sich bei den internationalen Organisationen interessante und anspruchsvolle Karrieremöglichkeiten. Bei den Vereinten Nationen, bei der Europäischen Gemeinschaft sowie zahlreichen Fach- und Sonderorganisationen bieten sich herausfordernde Tätigkeiten und Aufgabenfelder am Sitz der jeweiligen Organisation oder in den Regionalbüros in Afrika, Asien, Lateinamerika und Europa. Das Büro Führungskräfte zu Internationalen Organisationen (BFIO) bietet Bewerbern eine qualifizierte Beratung über Einstiegs- und Karrieremöglichkeiten bei internationalen Organisationen und begleitet konkrete Bewerbungen in Kooperation mit dem Auswärtigen Amt. (Arbeit bei internationalen Organisationen: www.arbeitsagentur.de > Bürgerinnen und Bürger > Arbeit und Beruf > Arbeits-/Jobsuche > Arbeit bei Internationalen Organisationen)

- BFIO: www.ba-auslandsvermittlung.de > Arbeit > Arbeiten im Ausland > Arbeiten bei Internationalen Organisationen
- Auswärtiges Amt www.auswaertiges-amt.de

2.9 Wirtschaft

Assistent der Geschäftsführung / Trainee

Ein Assistent der Geschäftsführung lernt die Entscheidungsmechanismen und Entscheidungsgründe von der höchsten Ebene aus seiner unterstützenden Tätigkeit für seine Führungskraft kennen. Dabei erwirbt er Fachwissen und intime Kenntnisse

Den eigenen Beruf (er-)finden!

über das Unternehmen, die er nach zwei bis vier Jahren durch einen Wechsel in eine andere Position im Unternehmen erfolgreich anwenden muss.

Hochschulabsolventen werden als Trainee vorwiegend bei Großunternehmen 12-24 Monate auf eine Führungsnachwuchsposition vorbereitet. In dieser Einführungsphase sollen sie wichtige Firmenbereiche und Personen in einem beschleunigten Zeitrahmen kennenlernen und selbst bekannt gemacht werden. Häufig wird versucht, die Trainees eines Jahrganges zusammenzuführen. Auf diese Weise entstehen Netzwerke, die für die späteren Aufgaben im Unternehmen sehr hilfreich sind. Außerdem werden die Fähigkeiten und das Wissen des Trainees auf die Erfordernisse des Unternehmens angepasst.

Traineeprogramme sind zu finden unter:

- www.staufenbiel.de/jobs-arbeitgeber/traineeprogramm.html ,
- www.absolventa.de/trainee
- www.berufsstart.de/trainee/
- www.trainee-gefluester.de
- www.my-trainee.de

Account-Manager / Key-Account-Manager

Account-Manager übernehmen in der Regel eigenständig und umsatzverantwortlich Aufbau, Pflege und strategische Weiterentwicklung von Kundenbeziehungen. Sie analysieren und bewerten - etwa durch Beratungs- und Verkaufsgespräche - Geschäftsprozesse und Bedürfnisse von Kunden. Darauf aufbauend erstellen sie Kundenentwicklungspläne in Absprache mit der zuständigen Leitungsebene.

Sie überlegen sich Konzepte und Aktionen, um Geschäftspotenziale optimal auszunutzen und die Marktposition ihres Unternehmens zu sichern. Die Maßnahmen führen sie durch bzw. begleiten sie und überprüfen deren Ergebnis. So analysieren sie den Grad des Erfolgs z.B. mithilfe betriebswirtschaftlicher Kennzahlen und Vergleiche. Im modernen Account-Management wird die partnerschaftliche Erschließung neuer Geschäftsfelder immer wichtiger. Account-Manager zielen nicht nur auf die eigene Umsatzerhöhung, sondern entwickeln zum beiderseitigen Nutzen Ideen und Konzepte gemeinsam mit ihren Kunden.

Key-Account-Manager akquirieren und betreuen wichtige oder umsatzstarke Kunden und Vertriebspartner, die sogenannten Key-Accounts bzw. Schlüsselkunden.

- Berufsgenossenschaft Handel und Warendistribution (BGHW) www.bghw.de
- Bundesverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen e.V. (BGA) www.bga.de/
- Centralvereinigung Deutscher Wirtschaftsverbände für Handelsvermittlung und Vertrieb (CDH) e.V. www.cdh.de

Callcenter Agent

Callcenter Agenten erbringen im Rahmen der Kundenbindung, Neukundengewinnung und Vertrieboptimierung unterschiedliche Dienstleistungen am Telefon. Sie nehmen Kundenanrufe entgegen (Inbound-Bereich) oder rufen Kunden aktiv vom Callcenter aus an (Outbound-Bereich).

- DDV Deutscher Dialogmarketing Verband e.V. www.ddv.de
- Call Center Verband Deutschland e.V. www.callcenter-verband.de

Handelsassistent

Handelsassistenten im Einzelhandel übernehmen mittlere und ggf. auch höhere Leitungsfunktionen in Einzelhandelsunternehmen. Sie steuern den Verkauf von Waren oder Warengruppen. Sie stellen entsprechende Sortimente zusammen und beeinflussen durch ihre Einkaufsentscheidungen auch das Image des Unternehmens, z.B. durch ein ausgefallenes, vielfältiges oder zielgruppengerechtes Warenangebot. Im Rahmen ihres Budgets und ihres Verantwortungsbereichs verhandeln sie über Art, Menge und Qualität der Waren, über Zeitpunkt und Konditionen der Lieferungen sowie über Einkaufspreise und Zahlungsbedingungen. Ebenso bestimmen sie die Art der Warenpräsentation: Sie wählen Werbemittel und Werbeträger für Aktionen aus und entwickeln Marketingkonzepte. Zu ihren Aufgaben gehören auch die warentwirtschaftliche Organisation und Verwaltung, vor allem beim Einkauf und bei der Lagerhaltung.

- Berufsgenossenschaft Handel und Warendistribution (BGHW) www.bghw.de
- Handelsverband Deutschland - HDE e.V. www.einzelhandel.de
- Zentralstelle für Berufsbildung im Handel e.V. (zbb) www.zbb.de

POS-Manager

POS-Manager setzen in den Verkaufsstellen ihres Verantwortungsbereichs die Vertriebs- und Marketingstrategie der Unternehmen um bzw. überprüfen vor Ort, ob Vorgaben der Unternehmens-, Vertriebs- oder Marketingzentralen umgesetzt werden. Sie beraten und schulen die Mitarbeiter, informieren über neue Entwicklungen, führen Korrekturen und Anpassungen durch und begleiten Neuausrichtungen. Beispielsweise kontrollieren sie die Platzierung der Regale und der Produkte. Sie organisieren die Umsetzung neuer Strategien bzw. Aktionen, z.B. die Einführung spezieller Kundenkarten oder die Durchführung von Events. In Gesprächen vor Ort, durch eigene Beobachtungen und Feldstudien versuchen sie einzugrenzen, welche Maßnahmen erfolgversprechend sind, also z.B. den Abverkauf fördern, Attraktivität, Kundenfrequenz oder Kundenbindung erhöhen.

- Bundesverband Technik des Einzelhandels e.V. (BVT) www.bvt-ev.de
- Handelsverband Deutschland - HDE e.V. www.einzelhandel.de

Community-Manager

Community-Manager entwickeln Strategien für die Nutzung von sozialen Netzwerken bzw. Kanälen des Web 2.0 und setzen sie um. Hierfür arbeiten sie zunächst gemeinsam mit dem Marketing und der Pressestelle ein Social-Media-Konzept aus, worin Kommunikationsziele im Online-Bereich definiert werden. Auf dieser Grundlage richten sie virtuelle Profile in verschiedenen Communitys, Foren und Netzwerken ein oder erweitern die Internetpräsenz um einen eigenen Blog. Außerdem moderieren sie Diskussionsforen und organisieren Experten-Chats, bei denen Fachleute gezielt auf die Fragen der Kunden und Nutzer eingehen. In Absprache mit der zuständigen Stelle pflegen sie die Community und schaffen Anreize, sie möglichst häufig zu besuchen bzw. Mitglied zu werden. Dafür organisieren sie z.B. Online-Gewinnspiele oder Votings, bieten laufend neue Beiträge oder Newsletter zu einschlägigen Themen und gehen auf die Fragen und Kommentare von Profilbesuchern ein. Auch recherchieren sie Zusatzinformationen und bearbeiten aktuelle Themen für das Medium Internet redaktionell.

Durch die Kommunikationsportale bauen Community-Manager Kundenkontakte auf und unterstützen ein Unternehmen auf diese Weise bei der Wettbewerbsanalyse und

Den eigenen Beruf (er-)finden!

Markterkundung. So können etwa beim Audience Development durch Bemängelungen, Anregungen und Änderungsvorschläge Produkte und Dienstleistungen verbessert oder entwickelt werden. Im Rahmen des Social Media Monitoring verfolgen Community-Manager außerdem, wie Unternehmen und ihre Produkte bzw. Einrichtungen online dargestellt werden, und reagieren auf Kritik.

- BVCM Bundesverband Community Management e.V. www.bvcm.org

Relationship-Manager

Relationship-Manager beobachten und bewerten systematisch die relevanten Märkte, insbesondere dokumentieren sie Kundenbeziehungen. Sie analysieren z.B. die Kundenentwicklung, die Kundenwanderung und das Kundenverhalten. Auf dieser Grundlage entwickeln sie Maßnahmen, die darauf zielen, die Kundenzufriedenheit und Kaufkraft, Kundengewinnung und -bindung sowie Kundenorientierung (individuelle Angebote entsprechend der Bedürfnisse, Support, Lieferung) zu steigern und/oder Kosten zu senken. Sie planen gezielte Kundenbindungs- und Kundengewinnungsprogramme, setzen sie um und überprüfen deren Erfolg und wirken auch am Business-Performance-Management mit.

- Berufsgenossenschaft Handel und Warendistribution (BGHW) www.bghw.de
- Bundesverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen e.V. (BGA) www.bga.de
- Centralvereinigung Deutscher Wirtschaftsverbände für Handelsvermittlung u. Vertrieb www.cdh.de

Personalreferent

Personalreferenten arbeiten in den Bereichen Personalplanung, Personalbeschaffung, Personalverwaltung und Personalentwicklung. In Zusammenarbeit mit der Unternehmensführung planen sie Einstellungen oder Kündigungen und setzen sie um. Sie entwickeln Strategien zur Personalgewinnung, arbeiten Stellenprofile aus, formulieren und veröffentlichen Stellenanzeigen und geben den Bewerbern Auskünfte zu ausgeschriebenen Stellen. Die eingehenden Bewerbungen sichten sie, dann treffen sie eine Vorauswahl, führen Bewerbungsgespräche und arbeiten Arbeitsverträge aus. In der Personalverwaltung führen und verwalten sie Personalakten, erfassen Urlaubs-, Krankheits- und andere Fehlzeiten der Mitarbeiter, führen bei Bedarf Fehlzeitengespräche oder erteilen ggf. Abmahnungen. Ebenso prüfen sie die Sozialversicherungspflicht der Beschäftigten und beantworten Fragen zu Entgelt, Elternzeit oder betrieblicher Erfolgsbeteiligung. Im Bereich Personalentwicklung ermitteln sie den Weiterbildungsbedarf der Mitarbeiter, planen die betriebliche Weiterbildung und organisieren Schulungen.

Personalentwickler

Personalentwickler erarbeiten Konzepte der Personalentwicklung und formulieren Grundsätze und Leitlinien in Bereichen wie Führung, Zusammenarbeit, Information und Kommunikation. Mit dem Ziel, ein optimales Verhältnis von Personalaufwand und Personalleistung zu erhalten, analysieren sie den Personalbestand und ermitteln den Personalbedarf. Sie erarbeiten Anforderungs- und Kompetenzprofile und wirken bei der Einstellung neuer Mitarbeiter mit. Dabei suchen sie teilweise mittels E-Recruiting weltweit Fachkräfte oder rekrutieren auf Jobmessen Nachwuchskräfte. Sie bereiten Vorstellungsgespräche, Potenzialanalysen und Assessment-Center vor und führen diese durch. Sie beraten Arbeitnehmer und Bewerber hinsichtlich ihrer berufli-

Den eigenen Beruf (er-)finden!

chen Entwicklungsmöglichkeiten. Sie ermitteln in Gesprächen die Bedürfnisse der Fach- und Führungskräfte z.B. hinsichtlich Weiterbildung, Arbeitsplatz- und -zeitgestaltung oder Mitarbeitermotivation bzw. Leistungsanreizen. Die Ergebnisse setzen sie in konkrete Maßnahmen und Schritte um. Sie beauftragen z.B. Weiterbildungsanbieter mit dem Durchführen von Seminaren im Unternehmen oder konzipieren selbst Trainingsmaßnahmen. Auch die Organisation der betrieblichen Berufsausbildung, die Budgetplanung und die Personalbeurteilung können in den Aufgabenbereich der Personalentwickler fallen.

- Deutsche Gesellschaft für Personalführung e.V. (DGFP) www.dgfp.de
- DGP Deutsche Gesellschaft für Personalwesen e.V. www.dgp.de

Unternehmensberater

Unternehmensberater unterstützen Unternehmen bei ökonomischen Entscheidungsprozessen in unterschiedlichen betrieblichen Funktionsbereichen. Zudem beraten sie öffentliche Institutionen bei wirtschaftspolitischen Entscheidungen. Dabei erstellen sie Analysen und Konzepte und führen Projekte durch. Sie beurteilen und planen die Markt- und Kundenausrichtung von Unternehmen und entwickeln Vorschläge sowohl hinsichtlich der Geschäftsfeldentwicklung als auch der Marketing- und Verkaufsorganisation (Strategieberatung). Darüber hinaus identifizieren sie Umsatz- und Verbesserungspotenziale im Unternehmen, unterbreiten ihren Auftraggebern Konzepte zur Betriebsoptimierung beispielsweise hinsichtlich organisatorischer Abläufe und beraten sie über Finanzierungs- und Förderungsmöglichkeiten (Organisations- und Prozessberatung). Empfehlungen für das Personalwesen (Human-Resources-Beratung), z.B. über Qualifizierungsprojekte und Mitarbeiterentwicklung, sowie Vorschläge zum Einführen und Weiterentwickeln von IT-Systemen (IT-Beratung) kommen hinzu. Neben der Analyse und Beratung sorgen Unternehmensberater meist auch für die konkrete Umsetzung der vom jeweiligen Unternehmen gewünschten Projekte

- Berufsverband für Trainer, Berater und Coaches e.V. (BDVT) www.bdvt.de
- Bundesverband deutscher Unternehmensberater BDU e.V. www.bdu.de

Makler

Makler vermitteln Waren bzw. Dienstleistungen und bringen Vertragsabschlüsse zwischen zwei Parteien zustande. Zunächst analysieren sie die Situation ihres Kunden bzw. die von ihm angebotenen Güter. Je nach Ware oder Dienstleistung schätzen sie deren Wert oder Verkaufschance und veranlassen ggf. wertsteigernde Maßnahmen. Anschließend suchen sie nach geeigneten Käufern. Wenn sie von Kunden mit der Ermittlung benötigter Waren und Dienstleistungen betraut werden, prüfen und vergleichen sie Angebote hinsichtlich des Preis-Leistungs-Verhältnisses und geben Entscheidungshilfen. Beispielsweise per Anzeige in Print- oder Onlinemedien machen sie auf das Angebot aufmerksam und informieren Interessenten telefonisch oder im Zuge von Besichtigungs- und Beratungsterminen. Obwohl sie in erster Linie ihrem Auftraggeber verpflichtet sind, klären Makler beide Seiten neutral über Risiken auf. Haben sie passende Angebote oder solvente Abnehmer gefunden, präsentieren sie ihrem Auftraggeber eine Vorauswahl. Zudem übernehmen sie bei Vertragsabschluss häufig formale Angelegenheiten und gestalten z.B. die entsprechenden Verträge.

- Verband Deutscher Versicherungs-Makler e.V. (VDVM) www.vdvm.de
- Immobilienverband IVD Bundesverband www.ivd.net
- Bundesverband mittelständ. Versicherungs- und Finanzmakler e.V. (BMVF) www.bmvf.de

Den eigenen Beruf (er-)finden!

- Zentralverband Deutscher Schiffsmakler e.V. (ZVDS) www.schiffsmakler.de.

Fachwirt für Versicherungen und Finanzen

Fachwirte für Versicherungen und Finanzen übernehmen Beratungs-, Sachbearbeiter- und Führungsaufgaben in den verschiedensten Versicherungssparten. Sie akquirieren und betreuen Kunden aus dem gewerblichen und industriellen Sektor und setzen verkaufsfördernde Maßnahmen um. Telefonisch oder per E-Mail nehmen sie gemeldete Schäden auf, prüfen den Versicherungsschutz, beauftragen Sachverständige und kümmern sich um die Schadensregulierung. Auch prüfen sie Anträge zur Kranken-, Lebens- oder Rentenversicherung. Ferner gestalten sie Versicherungstarife, entwickeln Problemlösungsstrategien für private und gewerbliche Risiken ihrer Kunden und überwachen Versicherungspolice und Kündigungen. Versicherungssummen und Prämien berechnen sie nach internen Schlüsseln.

Im Bereich der innerbetrieblichen Organisation wirken sie bei der Planung und Steuerung von Arbeitsabläufen mit. Im Außendienst akquirieren sie Privat- und Firmenkunden. Sie sind auch für die Schulung und Weiterbildung der unterstellten Außendienstmitarbeiter verantwortlich. Zudem beobachten und analysieren sie den Markt. Von großer Bedeutung sind die Pflege und der Ausbau von Kontakten zu Vertriebspartnern wie Maklern, Mehrfachagenten und firmenverbundenen Vermittlern.

- Bildungsnetzwerk Versicherungswirtschaft, eine Information des Berufsbildungswerkes der Deutschen Versicherungswirtschaft e.V. www.bvw.de.

3. Persönliche Berufswegplanung

Auf dem Weg zum persönlichen Berufsziel sollte jeder sich zunächst der eigenen Stärken bewusst werden. Erstaunlicherweise gelingt es vielen eher zu sagen, was sie nicht können. Vielleicht hilft in diesem Fall die Überlegung, welcher Umkehrschluss aus den vermeintlich negativen Eigenschaften zu ziehen ist. Häufig sind auch Gespräche mit Freunden und Verwandten aufschlussreich, denn diese haben möglicherweise ganz andere Wahrnehmung und Erkenntnisse über die Fertigkeiten Kompetenzen.

Aus Fähigkeiten allein entsteht noch kein Berufsziel. Hinzukommen muss das Interesse an bestimmten Aufgaben und Tätigkeiten und die Bereitschaft zur Übernahme von Verantwortung. Der Schlüssel zur Motivation ist das Wissen um Tätigkeitsfelder und die damit verknüpften Berufe. Es gilt in die Recherche einzusteigen. Angelesene Informationen haben den Nachteil, dass sie sehr allgemein gehalten sind und den Alltag nur schwer widerspiegeln. Hier setzt Richard Nelson Bolles⁸ an, wenn er Gespräche mit Berufsvertretern empfiehlt. Nicht länger als 10 – 15 Minuten soll das Interview dauern, das durch folgende Fragen Struktur erhält:

- Wie sind Sie zu dem gekommen, was Sie jetzt tun?
- Was gefällt Ihnen daran?
- Gibt es etwas, was ihnen weniger gut gefällt?
- Welche Veränderungen werden nach ihrer Einschätzung in den nächsten 2-3 Jahren eintreten?
- Was brauche ich (an Fertigkeiten, Wissen, Aktivitäten), um das gleiche wie Sie tun zu können?

⁸ Durchstarten zum Traumjob: Das ultimative Handbuch für Ein-, Um- und Aufsteiger

Den eigenen Beruf (er-)finden!

- Kennen Sie jemanden, mit dem ich auch noch sprechen könnte?

Fraglos verlangt diese Vorgehensweise viel Mut, Neugier und Hartnäckigkeit. Es werden sich nicht sofort Entscheidungen ergeben, aber es ist ein guter Weg sich den persönlichen Zielen zu nähern.

4. Weiterbildungsangebote

4.1 weiterführende Studienangebote

Nach der Einführung des Bologna-Prozesses in Deutschland baut das Masterstudium auf dem Bachelorabschluss auf. Dieses konsekutive Masterstudium vermittelt eine fachliche Vertiefung. Unter weiterbildenden Studiengängen sind jedoch eher die nicht - konsekutiven Masterstudiengänge zu verstehen. Hier wird in der Regel ein anderes Fach studiert und damit der berufliche Horizont erweitert. Zwischen Bachelorabschluss und den erneuten Studienbeginn sollte möglichst eine Zeit der beruflichen Erfahrungen eingeschoben werden. Informationen zu weiterführenden Studiengängen sind zu finden auf der Internetseite www.hochschulkompass.de. Eine andere Suchmöglichkeit bietet die Seite www.arbeitsagentur.de mit der Datenbank KURSNET. Wählt man auf der Startseite der Datenbank „Studium“ kann man sich weiterbildende Studiengänge aus sieben verschiedenen Arbeitsfeldern anzeigen lassen. Ein anderer Weg sich Weiterbildungsstudiengänge zu erschließen ist die Datenbank BERUFENET, die ebenfalls auf der Startseite www.arbeitsagentur.de zu finden ist. Ausgehend vom Erststudium findet man unter „Tätigkeit“ den Unterpunkt „Weiterbildung“ und erhält Vorschläge für Weiterbildungsstudiengänge mit Verzweigungen zur Datenbank KURSNET.

Ein klassischer Weiterbildungsstudiengang ist der des Master of Business Administration (MBA). Es handelt sich um ein umfangreiches Management-Studium, das Studenten auf eine führende Tätigkeit im gehobenen Management vorbereiten soll. Es gibt spezielle Rankings im Internet, die die weltweiten Angebote miteinander vergleichen. Der MBA ist in vielen Fällen eine Alternative zur Promotion. Leider erheben die führenden Managementschulen hohe Studiengebühren. Einen Überblick über die deutschen Anbieter finden Sie unter www.mba-studium.net . Einen Einblick in den internationalen Markt bietet: www.mba-master.de .

4.2 berufliche Weiterbildungsangebote

Die Angebote der beruflichen Weiterbildung sind ungeheuer vielfältig. Sie reichen von einem einfachen EDV-Kurs bis zur Vorbereitung auf einen Berufsabschluss nach dem Berufsbildungsgesetz. Sie werden von privaten Bildungsanbietern aber auch von Hochschulen durchgeführt. Welche Weiterbildungen für einen erfolgreichen Berufseinstieg sinnvoll sind, hängt von den angestrebten beruflichen Einsatzfeldern ab.

InfoWeb Weiterbildung (www.iwwb.de) heißt die Suchmaschine des Deutschen Bildungsservers für Weiterbildungskurse. Dort findet man nicht nur Kursangebote sondern auch eine umfangreiche Datenbanksammlung und Hinweise, wo man sich beraten lassen kann; denn die Fülle und unterschiedliche Struktur der Bildungsangebote erschweren häufig die Entscheidung. Das Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB) hat

Den eigenen Beruf (er-)finden!

eine Checkliste „Qualität der beruflichen Weiterbildung“ entwickelt, die im Internet unter www.bibb.de/checkliste zu finden ist.

KURSNET heißt das Portal für berufliche Aus- und Weiterbildung der Bundesagentur für Arbeit unter www.arbeitsagentur.de. Es ist Deutschlands größte Aus- und Weiterbildungsdatenbank. Unter anderem können Sie sich anzeigen lassen, welche Weiterbildungen durch die Bundesagentur für Arbeit gefördert werden können, sofern Sie die persönlichen Voraussetzungen erfüllen. Da diese Voraussetzungen sehr stark vom Einzelfall abhängen, soll an dieser Stelle auf eine genauere Darstellung verzichtet werden. Bei Fragen wenden Sie sich an Ihre Agentur für Arbeit oder nutzen Sie unser Sprechstundenangebot.⁹

Nicht nur die Bundesagentur für Arbeit fördert berufliche Weiterbildungen. In der Förderfibel der Stiftung Warentest aus dem Jahr 2010 sind alle Finanzierungsangebote zusammengestellt. Sie steht als Download unter www.test.de/themen/bildung-soziales/weiterbildung > Infodokumente > „Leitfaden Weiterbildung finanzieren“ zur Verfügung.

5. Stellensuche für Geisteswissenschaftler

Wie bereits eingangs erwähnt, finden sich passende Stellenangebote nicht unbedingt, wenn der Studienabschluss als Suchkriterium gewählt wird. Die Tätigkeitsbezeichnung ist da schon hilfreicher. Wenn man die Tätigkeit allerdings (noch) nicht benennen kann, gibt es andere Möglichkeiten sich den Arbeitsmarkt zu erschließen.

Unter dem Titel „Arbeitsmarkt Bildung, Kultur, Sozialwesen“ veröffentlicht der Wissenschaftsladen Bonn wöchentlich Stellenangebote, die sich an Geisteswissenschaftler richten. Die Zeitschrift kann abonniert werden. Ein Teil der Stellenangebote ist aber auch im Internet unter www.wila-arbeitsmarkt.de zu finden.

In der Datenbank BERUFENET finden Sie unter der Rubrik „Stellen- und Bewerbungssuche“, sofern zuvor der Studienabschluss eingegeben wurde, eine Liste mit Jobbörsen, die für Absolventen der jeweiligen Studienrichtung hilfreich sein könnten.

Einige allgemeine Jobbörsen, so auch die der Bundesagentur für Arbeit eröffnen die Möglichkeit Stellenangebote nach Branchen zu suchen. Auf diese Weise lernen Sie Tätigkeiten kennen, die in der jeweiligen Branche gesucht werden.

Ein anderer Weg ist die „Volltextsuche“. Durch die Eingabe von Schlüsselworten, werden Ihnen Stellenangebote aufgezeigt, die in der Beschreibung diese Worte enthalten. Diese Suche ist besonders zu empfehlen, wenn Spezialkenntnisse vorhanden sind, beispielsweise „chinesisch“.

Die Kollegen aus dem Team Akademische Berufe in Göttingen haben eine Liste von Jobbörsen zusammengestellt, die nach Tätigkeitsfeldern geordnet ist. Dort finden sich außerdem Links zu Suchmaschinen die auf Firmenhomepages oder in anderen Jobbörsen nach Stellenangeboten suchen. Die Liste ist unter dem Titel „www – Stellensuche im Internet, Jobbörsen für Akademiker“ auf der Internetseite der Agentur für

⁹ siehe unten unter 7.2

Den eigenen Beruf (er-)finden!

Arbeit Kiel veröffentlicht. (www.arbeitsagentur.de/kiel > Bürgerinnen und Bürger > Akademiker > Jobbörsen für Akademiker im Internet)

Zur Recherche nach möglichen Arbeitgebern für eine Initiativbewerbung eignen sich insbesondere die Internetseiten der berufsständischen Organisationen, die oben nach den jeweiligen Tätigkeitsbeschreibungen aufgeführt worden sind.

Sie können auch die Firmendatenbank www.genios.de nutzen indem Sie dort Stichworte eingeben, die den Beruf beschreiben, den sie suchen.

Ein ganz simpler Weg, um auf potentielle Arbeitgeber zu stoßen ist die Stichwortsuche über eine Internetsuchmaschine. (Beispiel: „Musik, Hamburg, Arbeit“. Sie werden staunen, wie viele Treffer Sie finden werden. Mit etwas Fantasie lassen sich jedem Treffer Berufstätigkeiten zuordnen.)

6. Geisteswissenschaftler als Existenzgründer

Zunehmend üben Geisteswissenschaftler ihren Beruf nicht als Arbeitnehmer sondern als freier Mitarbeiter bzw. Freelancer für ein oder mehrere Arbeitgeber aus, ohne in deren Unternehmen eingegliedert zu sein. Diese Form der Berufstätigkeit hat rechtliche und steuerliche Konsequenzen, die hier nicht im Einzelnen dargestellt werden können. Eine gute Einführung gibt Dr. Maria Kräuter in Ihrer Broschüre „Geisteswissenschaftler als Gründer“.¹⁰

Davon ist die Unternehmensgründung im engeren Sinn zu unterscheiden. Hier geht es darum ein eigenes Produkt herzustellen und zu vermarkten.

Am Anfang steht die Geschäftsidee. Beispiel: Geschichtsagentur, ein Unternehmen, das für unterschiedliche Auftraggeber gegen Honorar historische Hintergründe recherchiert und präsentiert.

Um derartige Ideen umzusetzen, benötigt man Kapital, Räumlichkeiten und Kunden. Das heißt es müssen Kenntnisse über PR und Werbung, Buchhaltung und Steuern, Einkauf und Vertrieb, Finanzierung und Controlling sowie Vertragsrecht erworben werden. Wer diese nicht hat, benötigt schon im Vorfeld der Gründung Berater oder einen Coach. Es ist von vornherein einzuplanen, dass „Verwaltungsarbeiten“ viel Arbeitszeit in Anspruch nehmen. Das Gründungskonzept dient nicht nur der Kapitalbeschaffung sondern lässt Rückschlüsse auf die Erfolgsaussichten zu. Dafür ist zunächst der Wert der gebotenen Leistung zu ermitteln. Die grobe Formel zur Wertermittlung lautet:

- Wunschgehalt pro Monat x 3 x 12 = Jahresumsatz
- 210 Arbeitstage x 6 = Jahresarbeitszeit (in Stunden)
- Jahresumsatz : Jahresarbeitszeit = Stundenhonorar¹¹

Es folgt die Marktanalyse, aus der hervorgehen muss, ob dieser Preis erzielbar ist und ob es in ausreichender Anzahl Kunden gibt, die eine Auslastung gewährleisten.

Wer sich in die komplexe Materie einarbeiten möchte, dem sei die Internetseite des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie len: www.existenzgruender.de . Dort finden sind grundlegende Informationen mit hilfreichen Verweisen und wertvollen Kontaktadressen.

¹⁰ Wissenschaftsladen Bonn e.V. Buschstraße 85, 53113 Bonn, www.wilabonn.de , 4. Auflage 2009

¹¹ Dr. Maria Kräuter aaO S. 11

7. Serviceangebote des Teams Akademische Berufe, Agentur für Arbeit Kiel

Das Team Akademische Berufe berät Studierende und Hochschulabsolventen in allen Fragen der Berufs- und Karriereplanung. Es unterstützt bei der Stellensuche und im Bewerbungsverfahren.

7.1 Veranstaltungen

Für jedes Semester wird ein Veranstaltungsprogramm zusammengestellt. Es enthält Seminare zu allen Facetten des Bewerbungsverfahrens, Vorträge zum Arbeitsmarkt und Termine für Betriebsbesuche. Die Teilnahme an den Veranstaltungen ist in der Regel kostenlos. Es ist erhältlich bei der Agentur für Arbeit und als PDF im Internet abrufbar unter www.arbeitsagentur.de/kiel > Bürgerinnen und Bürger > Akademiker > Veranstaltungen.

7.2 Beratungsangebot

Die Beraterinnen und Berater für Akademische Berufe behandeln alle Fragen im Zusammenhang mit der Berufswahl und dem Einstieg ins Berufsleben. Auch berufserfahrenen Akademikern geben Sie Rückmeldungen zu ihren Bewerbungsunterlagen.

Persönliche Gespräche werden in der Regel in der Agentur für Arbeit, Adolf-Westphal-Str.2, 24143 Kiel geführt.

Termine erhalten Sie entweder persönlich in der Eingangszone der Agentur für Arbeit, telefonisch beim Servicecenter kostenfrei unter Tel.: 0800 4 5555 00 oder per Mail an Kiel.121-Akademiker@arbeitsagentur.de.

Für spontane Beratungsgespräche können die Sprechstunden auf dem Campus der Christian-Albrechts-Universität oder in der Fachhochschule genutzt werden.

Sprechstunde an der CAU:

Di. – Do. 8.30 – 12.30
Hochschulteam, "Unibüro" Westring 391b
24118 Kiel
(zwischen Audimax und Mensa, hinter der Campus Suite)
Tel.: 709 1820

Sprechstunde an der FH Kiel:

Di 14:00 - 16:00
Sokratesplatz 3, Gebäude 18, Raum 006
24149 Kiel
(neben der Zentralen Studienberatung)

Das Beraterteam freut sich, wenn Sie uns Ihr Vertrauen schenken und wir Sie unterstützen können.

Rainer Cloes, Cornelia Prillwitz, Ulrike Zängl