

Arbeitsfelder für Geisteswissenschaftler - Alternativen für Lehrer

TEAM AKADEMISCHE BERUFE - AUSGABE 01/12



Den eigenen Beruf
(er-)finden



Bundesagentur für Arbeit
Agentur für Arbeit Kiel

Den eigenen Beruf (er-)finden!

Vorwort	3
1. Der Arbeitsmarkt für Geisteswissenschaftler	4
2. Denkbare berufliche Einsatzfelder	5
2.1 Bildung / Erziehung	5
Lehrer an Privatschulen	5
Nachhilfelehrer	6
Fremdsprachenlehrer/ Lehrer für Deutsch als Fremdsprache	6
Hochschuldozent	6
Bildungsreferent	7
Lehrer / Dozent in der Erwachsenenbildung	7
Erziehungsberater	9
2.2 Sozialwirtschaft	9
Arbeitsvermittler	9
Beschäftigungsorientierte Berater	10
Berufsberater	10
Bildungs- und Studienberater	10
Personalberater / Recruiter	11
Personaldisponent / Personalvermittler	12
2.3 Fremdsprachen / Tourismus	13
Übersetzer / Dolmetscher	13
Fremdsprachensekretär	13
Fremdsprachenkorrespondent	13
Touristikmanager	14
Animateur / Fremdenführer / Reiseleiter	14
Flugbegleiter	15
2.4 Kulturwirtschaft	15
Beamter höherer Bibliotheksdienst / Bibliothekar	15
Dokumentar / Informations-Broker	16
Medizinischer Dokumentar	17
Kurator / Museologe / Museumspädagoge	17
Kulturmanager / Musikmanager / Eventmanager	18
Fundraiser (Sponsoring)	19
Kulturpädagoge	20
Kunsthändler	20
Kunstsachverständiger	21
Dramaturg	21
Künstlervermittler	22

Den eigenen Beruf (er-)finden!

2.5	Kommunikation.....	22
	Public-Relations-Manager	22
	Marketingfachkraft/-assistent.....	23
	Werbetexter.....	23
	Informations-Broker / Wissensmanager	24
	Kommunikationstrainer / Coach	24
2.6	Medien/Publizistik.....	25
	Medienberater	25
	Medienwirt / Medienmanager	25
	Journalist / Redakteur / (Literatur)-Kritiker.....	26
	technischer Redakteur.....	26
	Moderator	27
	Produktionsassistent	27
	Literaturagent / Lektor	28
	Autor (Sach-, Fach-, Drehbücher, Biografien etc.).....	28
	Korrektor.....	29
	Anzeigenverkäufer.....	29
2.7	Neue Medien Internet.....	29
	Multimediafachmann / Multimedia-Producer	29
	Entwickler für Digitale Medien	30
	Webdesigner	30
	Online-Marketing-Manager / Affiliate-Manager.....	31
	E-Learning-Autor	32
	Computerlinguist.....	32
2.8	Politik /Internationale Organisationen/ Öffentlicher Dienst.....	33
	Auswärtiger Dienst	33
	Entwicklungshelfer.....	33
	Mitarbeiter des höheren Dienstes bei Ministerien oder Verwaltungen.....	33
	Mitarbeiter bei internationalen Organisationen	34
	Mitarbeiter bei Verbänden, Lobbyist.....	34
2.9	Wirtschaft	35
	Assistent der Geschäftsführung / Trainee	35
	Interviewer / Marktforscher	35
	Account-Manager / Key-Account-Manager.....	36
	Callcenter Agent.....	36
	POS-Manager	37
	Relationship-Manager / Customer-Development-Manager	37

Den eigenen Beruf (er-)finden!

Personalreferent.....	37
Personalentwickler	38
Unternehmensberater / Outplacementberater / Interkultureller Coach	38
Makler.....	39
3. Persönliche Berufswegplanung	40
4. Weiterbildungsangebote.....	40
4.1 weiterführende Studienangebote.....	40
4.2 berufliche Weiterbildungsangebote	41
5. Stellensuche für Geisteswissenschaftler	42
6. Geisteswissenschaftler als Existenzgründer	42
7. Serviceangebote des Teams Akademische Berufe, Agentur für Arbeit Kiel	43
7.1 Veranstaltungen	43
7.2 Beratungsangebot	44

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 gegeben 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 einen Seite werden Geisteswissenschaftler/innen in den unterschiedlichsten Wirtschaftsbereichen zunehmend geschätzt, verfügen sie doch in der Regel über ausgeprägte Kompetenzen im Bereich des Wissensmanagements. Ihre interkulturellen Kompetenzen und Fertigkeiten bei der Informationsgewinnung und Informationsaufbereitung gehören zu den nachgefragten in einer wissensbasierten und globalen Arbeitswelt. So ist die Zahl der sozialversicherungspflichtig beschäftigten Geisteswissenschaftler/innen in den letzten Jahren stetig gewachsen. Mit 43.300 Beschäftigten gab es auch 2010 ein überdurchschnittliches Plus von 7,8 Prozent. Gegenüber dem Jahr 2000 waren sogar 28,0 Prozent mehr sozialversicherungspflichtige Beschäftigte zu verzeichnen.¹

Auf der anderen Seite ist der Markt dadurch geprägt, dass es angesichts hoher Konkurrenz nicht allen Geisteswissenschaftlern gelingt, einen Arbeitsplatz in einem studienadäquaten Tätigkeitsfeld zu finden. Zunehmend weichen sie auf andere Bereiche in der freien Wirtschaft aus und sind dort zum Beispiel in der Kundenberatung, Werbung oder Public Relation – nicht unbedingt entsprechend ihrer Qualifikation – tätig.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 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-

¹ Bundesagentur für Arbeit, Der Arbeitsmarkt für Akademikerinnen und Akademiker in Deutschland, Mit guten Chancen in den Aufschwung, Mai 2011

² aaO

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

⁴ aaO S. 193

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 Berufseinstiegsmöglichkeiten 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.

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 (ca. 200 Schulen in Deutschland)

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

Den eigenen Beruf (er-)finden!

- Bundesarbeitsgemeinschaft Freier Schulen (AGFS), www.agfs.org/ (ca. 3500 Schulen und Bildungseinrichtungen)
- Arbeitsgemeinschaft Evangelischer Schulbünde e.V. (EID), www.evangelische-schulbuende.de (140 Schulen)
- Verband katholischer Internate und Tagesinternate e.V. (VKIT), www.katholische-internate.de/
- 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

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.nachhilfesschulen.org
- www.nachhilfe.de

Fremdsprachenlehrer/ Lehrer für Deutsch als Fremdsprache

Fremdsprachenlehrer erteilen Unterricht in einer oder mehreren Sprachen und vermitteln Wissen zu Literatur und Kultur des entsprechenden Sprachraums. Sie arbeiten an Sprachschulen, Berufsfachschulen für Fremdsprachenberufe oder Volkshochschulen, in Kindergärten und -horten mit mehrsprachiger Spracherziehung, an Fachhochschulen und Universitäten. Auch in kirchlich getragenen Schulen und Internaten sowie in der öffentlichen Verwaltung sind sie tätig. Darüber hinaus können sie in der Mitarbeiterschulung von Unternehmen unterschiedlicher Wirtschaftszweige beschäftigt sein. In Verlagen und Softwareunternehmen wirken sie an der Entwicklung von Medien für den Fremdsprachenunterricht mit.

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.

- DaF-Portal - Das Internetportal für Deutsch als Fremdsprache www.daf-portal.de
- Forum Deutsch als Fremdsprache www.deutsch-als-fremdsprache.de

Hochschuldozent

Dozenten an Hochschulen und Akademien arbeiten an staatlichen und privaten Hochschulen, z.B. an Fachhochschulen und Universitäten, sowie an Berufsakademien. Sie leiten die Studierenden zu selbstständigem Arbeiten mit wissenschaftlichen Methoden an, vermitteln ihnen Studieninhalte sowie praktische Fertigkeiten. Zudem

Den eigenen Beruf (er-)finden!

übernehmen sie die Studienfachberatung, betreuen Examens- und Promotionskandidaten, erstellen Prüfungsaufgaben, korrigieren Klausuren und nehmen Prüfungen ab. Sie koordinieren und planen 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 publizieren sie beispielsweise in der Fachpresse. Wenn sie an Kolloquien, (internationalen) Fachtagungen, Fachkongressen und Symposien teilnehmen, präsentieren sie dort die neuesten Forschungsergebnisse und -methoden. Mitunter nehmen sie auch Führungsaufgaben in der Hochschulverwaltung wahr, insbesondere im Personalwesen und in der Sachverwaltung. Für eine wissenschaftliche Laufbahn an der Hochschule ist eine Promotion erforderlich, für die Berufung zum Hochschulprofessor bzw. zur Hochschulprofessorin an einer Universität benötigt man in der Regel zusätzlich eine Habilitation. Neuerdings ist auch der Einstieg über eine Juniorprofessur möglich.

- 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 - 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 unterrichts-

Den eigenen Beruf (er-)finden!

begleitende 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
- Bundesarbeitsgemeinschaft Evangelischer Familien-Bildungsstätten e.V. (BAG), www.familienbildung-ev-bag.de (zirka 100 Einrichtungen)
- 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](http://www.kursnet.de) können Sie sich über die Inhalte der Weiterbildungskurse und Bildungsträger informieren die Weiterbildungen anbieten. Anbieter in Kiel finden Sie unter www.weiterbildung-kiel.de. 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 (31 Akademien, 80 Niederlassungen)
- FAW - Akademie Kiel, Einsteinstr. 1, Wissenschaftspark, 24118 Kiel, www.faw-kiel.de
- FAW – Akademie Hamburg, Spohrstr. 6, 22083 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
- WAK, Wirtschaftsakademie Schleswig-Holstein GmbH, Hans-Detlev-Prien-Straße 10, 24106 Kiel, www.wak-sh.de
- bfw, Berufsbildungswerk, Gemeinnützige Bildungseinrichtung des DGB GmbH, www.bfw.de
- Berufsbildungsstätte Kiel Seefischmarkt, Wischhoffstr. 1-3, 24148 Kiel
- Berufsbildungsstätte Neumünster Haart, Haart 224, 24539 Neumünster
- Grone-Schule Schleswig-Holstein gGmbH, Andreas-Gayk-Straße 7-11, 24103 Kiel, www.grone.de

Erziehungsberater

Erziehungsberater stellen Konfliktursachen fest und bieten den Erziehenden in individuellen Krisensituationen Hilfen an. Ggf. leiten sie therapeutische Maßnahmen ein und kümmern sich um eine vorübergehende Fremdunterbringung der Kinder. Sie unterstützen darüber hinaus Kinder, Jugendliche und Eltern bei der ggf. gemeinschaftlichen Bewältigung persönlicher Probleme, z.B. bei Schul- und Arbeitsschwierigkeiten, beim Verarbeiten von Ehescheidungsfolgen 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. 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.

- 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
- 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
- Institut für soziale Arbeit e.V. (ISA) <http://dnn.iucon.biz>
- 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 dann passgenaue Stellenangebote suchen. Dazu recherchieren sie in Datenbanken, Jobbörsen und ggf. in Zeitungen. Sie kontaktieren aber auch Firmen direkt, um freie Stellen zu ermitteln und für ihre Arbeitnehmerkunden zu werben. Bei der Erstellung von Bewerbungsunterlagen und der Vorbereitung auf das Vorstellungsgespräch leisten sie Unterstützung. Sie unterstützen Arbeitgeber bei der Personalauswahl, indem sie für offene Stellen geeignete Bewerber auswählen und vorschlagen.

- Bundesverband Zeitarbeit Personal-Dienstleistungen e.V (BZA) www.bza.de
- IGZ Interessensverband Deutscher Zeitarbeitsunternehmen e.V. www.ig-zeitarbeit.de

Den eigenen Beruf (er-)finden!

- Bundesagentur für Arbeit www.arbeitsagentur.de

Beschäftigungsorientierte Berater

Beschäftigungsorientierte Berater und Fallmanager arbeiten in Agenturen für Arbeit auf der Grundlage des Sozialgesetzbuches III (SGB III) sowie in Jobcentern nach dem SGB II oder in Sozialverwaltungen. Sie vermitteln und beraten Arbeitnehmerkunden (u.a. Menschen mit Behinderung, Menschen in schwierigen Lebenssituationen) aus dem SGB-III- und SGB-II-Bereich (Hartz IV) und integrieren diese in den Arbeitsmarkt, in Arbeits- und Ausbildungsstellen. Dabei arbeiten sie mit anderen Trägern der sozialen Sicherung, Verbänden und Arbeitgebern eng zusammen und organisieren und vernetzen Sozialleistungen (Sozialmanagement). Sie aktivieren Entscheidungsprozesse bei ihren Kunden, leisten Hilfe zur Selbsthilfe, initiieren Maßnahmen zur Ein- bzw. Wiedereingliederung in die Arbeitswelt und berücksichtigen dabei das soziale Umfeld der Ratsuchenden, deren Lebenssituation und Lebensentwurf. Berater und Fallmanager wenden das Recht fallbezogen an, treffen Entscheidungen zu Leistungen der Arbeitsförderung und Eingliederung.

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.

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 Vor-

Den eigenen Beruf (er-)finden!

gehensschritte. 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
- 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 / Recruiter

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 gestalten sie Anzeigen und platzieren sie in der regionalen oder überregionalen Presse oder in anderen geeigneten Medien. Um ihrem Auftraggeber Empfehlungen aussprechen zu können, führen sie erste Auswahlgespräche mit den Bewerbern. Bei allen weiteren Schritten bis zum Vertragsabschluss stehen sie beiden Parteien beratend zur Seite. Auch ohne spezielle Nachfrage eines Unternehmens suchen Personalberater nach geeignetem Personal. Sie versuchen dann, Fach- und Führungskräfte, die sich z.B. beruflich verändern wollen, zu vermitteln, indem sie deren Lebensläufe an Unternehmen schicken. Kommt daraufhin ein Vertragsabschluss zwischen Bewerber und Unternehmen zustande, erhalten die Personalberater ein Honorar. Beim so genannten E-Recruitment werben sie Personal mittels Internetdatenbanken an. Sie treffen eine Vorauswahl der eingehenden Bewerbungen, führen Vorstellungsgespräche und beraten den Arbeitgeber bei der endgültigen Auswahl, gegebenenfalls auch bei der Abfassung des Arbeitsvertrags. Teilweise betreuen und beraten sie die Kandidaten und Kandidatinnen sowie die Arbeitgeber während der Probezeit. Sie können mit einer Reihe weiterer Aufgaben des Personalmanagements betraut werden, beispielsweise Aspekten des Personalcontrollings oder der 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

Personaldisponent / Personalvermittler

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 der jeweils geforderten Qualifikationsprofile an. Im Vorfeld werben Personaldisponenten Interessenten an. Sie schalten Anzeigen, 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. Sind Auftrag und Angebot aufeinander abgestimmt und die Aufträge entsprechend verteilt, betreuen sie 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 derer Leistungen. In der Regel gehören die aktive Neukundengewinnung sowie der Ausbau und die Betreuung des bereits bestehenden Kundenstamms zu ihren Aufgaben. Dafür pflegen sie die Datenbank, erstellen Statistiken, analysieren den Wettbewerb und übernehmen die Auftragskalkulation.

Personalvermittler (Researcher) sind bestrebt, für ihre Kunden die optimale Stellenbesetzung bzw. Arbeitsstelle zu finden. Um für Arbeitgeber Personal zu suchen, recherchieren sie in Zeitungen, Jobbörsen und Datenbanken nach geeigneten Bewerbern und stellen den Erstkontakt her. Sie interviewen die potentiellen Kandidaten, dokumentieren ihre Profile und leiten die Unterlagen an das jeweilige Unternehmen weiter. Zusätzlich recherchieren sie Unternehmensinformationen und bereiten projektweise Zielfirmenlisten auf. Arbeitssuchende 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 Zeitungen, Datenbanken und Jobbörsen nach geeigneten Stellen und kontaktieren Firmen, um freie Stellen zu erfragen. Mit den Arbeitssuchenden 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.

- Bundesverband Personalvermittlung e.V. (BPV) www.bpv-info.de
- Bundesverband Zeitarbeit Personal-Dienstleistungen e.V. (BZA) www.bza.de
- IGZ Interessensverband Deutscher Zeitarbeitsunternehmen e.V. www.ig-zeitarbeit.de
- Bundesarbeitgeberverband der Personaldienstleister e.V. (BAP) www.personaldienstleister.de

2.3 Fremdsprachen / Tourismus

Übersetzer / Dolmetscher

Dolmetscher bzw. Übersetzer übersetzen aus der Ausgangssprache in die sogenannte Zielsprache und umgekehrt und überwinden damit Sprachbarrieren. Dolmetscher tun dies mündlich, Übersetzer schriftlich. Dieser Beruf ist besonders für Hochschulabsolventen mit 2 Muttersprachen geeignet. Sie arbeiten meist in Übersetzungsbüros oder aber auch freiberuflich. Darüber hinaus sind sie in verschiedenen EU-Institutionen (z.B. EU-Parlament, EU-Kommission), bei Behörden des Landes oder des Bundes sowie in großen Wirtschaftsunternehmen und Agenturen für Medien und Kommunikation tätig. Um Texte oder Aussagen für gerichtliche, behördliche oder notarielle Zwecke zu übertragen, benötigen Dolmetscher eine Beeidigung und öffentliche Bestellung. Hierfür sind die Zuverlässigkeit sowie die fachliche Eignung, meist durch Abschluss eines entsprechenden Studiums oder einer entsprechenden staatlichen Prüfung, teilweise auch durch eine Zusatzprüfung, nachzuweisen.

- 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

Fremdsprachensekretär

Fremdsprachensekretäre führen weitgehend selbstständig die in einem Vorzimmer oder einem Sekretariat anfallenden Arbeiten aus. Dabei arbeiten sie mit besonderer Ausrichtung auf fremdsprachliche Aufgaben. Sie können in Unternehmen nahezu aller Wirtschaftsbereiche tätig sein, etwa in Export- oder Vertriebsabteilungen. Es gibt die Möglichkeit, den Abschluss im Rahmen einer Weiterbildung zu erwerben und die entsprechende Prüfung vor einer Industrie- und Handelskammer abzulegen.

Fremdsprachenkorrespondent

Fremdsprachenkorrespondenten bearbeiten in export- und / oder importorientierten Handels- oder Produktionsunternehmen kaufmännische Vorgänge, die sich aus den Auslandskontakten einer Firma ergeben. Sie können in Unternehmen der unterschiedlichsten Wirtschaftsbereiche tätig sein, etwa in export- oder importorientierten Handels-, Produktions- oder Dienstleistungsunternehmen. International ausgerichtete Interessenvertretungen sowie internationale Organisationen bieten weitere Beschäftigungsmöglichkeiten.

Fremdsprachenkorrespondent ist eine bundesweit geregelte berufliche Weiterbildung nach dem Berufsbildungsgesetz (BBiG). Vorbereitungslehrgänge auf die Weiterbildungsprüfung werden i.d.R. in Teilzeit und Vollzeit durchgeführt und dauern 6 bis 24 Monate. Fernlehrgänge dauern 15 Monate. Für die Zulassung zur Prüfung ist die Teilnahme an einem Lehrgang nicht verpflichtend.

- bSb Berufsverband Sekretariat und Büromanagement e. V. www.bsboffice.de
- Bundesverband Bürowirtschaft e.V. (BBW) www.bwb-online.de

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 Großabnehmerverträge 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

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 geleiten Reisegruppen zu Sehenswürdigkeiten, über die sie umfangreiche, sachkundige Informationen vermitteln. Sie arbeiten in Reisebüros, bei Reiseveranstaltern und in Fremdenverkehrsbüros. Darüber hinaus sind sie in Hotels oder Tourismusverbänden, Museen und Denkmalschutzeinrichtungen, in der öffentlichen Verwaltung auf den Gebieten Bildung und Kultur sowie in der Erwachsenenbildung an Volkshochschulen tätig.

Reiseleiter begleiten Reisegruppen während einer Reise oder betreuen sie an den Zielorten. Sie übernehmen organisatorische Aufgaben und dienen als direkte Ansprechpartner der Reisenden. Hauptsächlich arbeiten sie bei Reiseveranstaltern, Fremdenverkehrsämtern, Omnibusunternehmen und auf Ausflugs- und Kreuzfahrtschiffen. Darüber hinaus können sie auch bei Tourismusverbänden beschäftigt sein.

- 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

2.4 Kulturwirtschaft

Beamter höherer Bibliotheksdienst / Bibliothekar

Beamte im höheren Dienst an wissenschaftlichen Bibliotheken übernehmen fachwissenschaftliche sowie Leitungs- und Führungsaufgaben in der Bibliotheksverwaltung. Sie sind für die Erschließung von Informationen zuständig, häufig in einem Fachgebiet, das ihrem Studienabschluss entspricht. Dabei sorgen sie dafür, dass der jeweiligen Zielgruppe ein effizienter und moderner Informationsservice geboten wird, der außer traditionellen Medien (Bücher, Zeitschriften, Tonträger, Filme) auch elektronische und Online-Medien beinhaltet. Als "Bibliotheksmanager" in Hochschul- oder anderen Spezialbibliotheken optimieren sie betriebsinterne Abläufe und kümmern sich um Organisations-, Haushalts- und Planungsaufgaben. So befassen sie sich zum Beispiel mit der (Weiter-)Entwicklung von Richtlinien und Verfahren der Bestanderschließung (etwa Katalogisierung) mithilfe informationstechnischer Mittel sowie der Erstellung von Richtlinien für die Medienbeschaffung in ihrem Fachgebiet. Anspruchsvolle Aufgaben der Informationsvermittlung nehmen sie teilweise selbst wahr, zum Beispiel wissenschaftliche Recherchen, bibliografische Publikationen und die Durchführung von Lehrveranstaltungen. Die Ausbildung Beamter im höheren Dienst an wissenschaftlichen Bibliotheken wird an Bibliotheksschulen bzw. Hochschulen sowie an wissenschaftlichen Ausbildungsbibliotheken durchgeführt. Der 2-jährige Vorbereitungsdienst wird von Bund und Ländern angeboten. Mindestvoraussetzung für die Zulassung zum Vorbereitungsdienst ist in der Regel ein abgeschlossenes Masterstudium. Noch bessere Chancen hat man mit einer abgeschlossenen Promotion.

Zu den Kernaufgaben von Bibliothekaren zählen der Aufbau, die Entwicklung und die Vermittlung von Medien- und Informationsbeständen. Dazu gehören sowohl Bücher, Zeitschriften, CD-ROMs, DVDs und Videos als auch beispielsweise E-Books, E-Zeitschriften, spezielle Internetportale oder Netzpublikationen. Bibliothekare und Bibliothekarinnen sind auch dafür verantwortlich, Medien und Informationen so zu erschließen (z.B. über Kataloge oder - auch automatische - Indexierungsverfahren),

Den eigenen Beruf (er-)finden!

dass die Informationssuchenden möglichst unkompliziert und effektiv fündig werden. Für die Erschließung und das Management traditioneller und elektronischer Medien- und Informationsbestände bedienen sie sich so genannter integrierter Bibliothekssysteme. Die einzelnen Bibliotheken sind überregionalen Bibliotheksverbänden angeschlossen, was die Übernahme bereits vorhandener Datensätze und den Zugriff auf gemeinsam gehaltene Ressourcen ermöglicht. Welche Informationen auf welche Weise zugänglich gemacht und z.B. in Schulungen vermittelt werden, bestimmen die unterschiedlichen Bedürfnisse der Nutzer und die verschiedenen Zielgruppen der Bibliotheken. Gerade öffentliche Bibliotheken sind über die eigentliche Informationsvermittlung hinaus Teil der kommunalen Kulturarbeit. Durch spezielle Projekte und Aktionen z.B. im Bereich der Leseförderung für Kinder versuchen sie, diesem Anspruch gerecht zu werden.

- 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
- Verein Deutscher Bibliothekare e.V. (VDB) www.vdb-online.org

Dokumentar / Informations-Broker

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.

Mithilfe des Internets, von Spezialdatenbanken und Archiven recherchieren Informations-Broker vorwiegend wirtschaftliche Fachinformationen wie Markt- und Branchenanalysen, Firmenprofile und Finanzinformationen. Sie wählen die für ihre jeweiligen Auftraggeber relevanten Informationen aus und optimieren auf diese Weise den Informationsfluss. Gegebenenfalls verarbeiten sie die Daten digital weiter, erstellen Pressespiegel, Berichte oder Zusammenfassungen in deutscher und englischer Sprache. Sind sie in einem Unternehmen beschäftigt, können auch der Aufbau und die Aktualisierung betriebsinterner Informationssysteme (Informationsmanagement), eine Tätigkeit als Unternehmens-, EDV- oder Technologieberater sowie das Erstellen von Online-Konzepten (z.B. für Verlage) zu ihren Aufgaben gehören. Darüber hinaus können sie auch innerhalb eines Unternehmens für die Informationsbeschaffung verantwortlich sein.

Den eigenen Beruf (er-)finden!

- Berufsverband Information Bibliothek e.V. (BIB) www.bib-info.de
- Deutsche Gesellschaft für Informationswissenschaft und Informationspraxis e.V.
- (DGI) www.dgi-info.de
- VOI Verband Organisations- und Informationssysteme e.V. www.voi.de

Medizinischer Dokumentar

Medizinische Dokumentare erfassen und speichern Schriftstücke und Daten aus Krankenakten, Arztbriefen, Operationsberichten oder Fachbüchern und -zeitschriften und werten sie aus. Bei Bedarf können sie diese schnell bereitstellen. Sie dokumentieren und archivieren zudem Patienten-, Diagnose- und Therapiedaten und wirken bei der medizinischen Literaturdokumentation mit. In der Arzneimittelforschung arbeiten sie an umfangreichen Studien mit, bei denen Arzneimittel geprüft und erforscht werden. Mittels statistischer Methoden und Techniken werten sie die Daten aus und liefern so Belege über die Wirksamkeit und Sicherheit von Medikamenten. Zur Dokumentation entwickeln sie medizinische Software wie Bildschirmmasken, Ordnungssysteme, Kataloge und Register sowie erfassen, prüfen, verschlüsseln und speichern die medizinischen Informationen. Außerdem erstellen sie Statistiken und Spezialdokumentationen, führen biometrisch-statistische Auswertungen durch und pflegen medizinische Datenbanken. Sie betreuen Krankenhausinformationssysteme, schulen Anwender/innen, koordinieren den Daten- und Informationsfluss und kümmern sich darum, dass die medizinischen Spezialcomputer funktionieren.

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

Kurator / Museologe / Museumspädagoge

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 Forschungsberichte 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.

Museologen übernehmen außer den Tätigkeiten eines Kurators allgemeine Verwaltungsaufgaben, sind etwa für Marketing, Personalfragen oder Finanzen verantwort-

Den eigenen Beruf (er-)finden!

lich. Auch eine Tätigkeit in der öffentlichen Verwaltung, z.B. im Bereich Denkmalpflege ist möglich.

Museumspädagogen erarbeiten unter pädagogisch-didaktischen Aspekten den Aufbau von Museumsführungen sowie das entsprechende Begleitmaterial, z.B. Schaubilder, Zitate und Anschauungsstücke. Dabei verfolgen sie das Ziel, Informationen spannend und anschaulich zugleich zu vermitteln. Ggf. erproben sie auch neue Konzepte der Museumsarbeit, um den Besuchern ein tieferes Verständnis der Exponate bzw. der historischen Zusammenhänge zu vermitteln. Zum Teil organisieren sie auch museumspädagogische Projekte, die den Besuchern einen Einblick in historische Lebensbedingungen ermöglichen sollen. Sie konzipieren zudem unterschiedliche Ausstellungen. Dabei arrangieren sie die Exponate möglichst anschaulich. Weiterhin erarbeiten sie z.B. Ausstellungskataloge, Informationstafeln oder Fragebögen und sind z.T. auch für die Öffentlichkeitsarbeit des Museums zuständig. Zu ihren Aufgaben gehören zudem der Auf- und Ausbau eines Teams von teils angestellten, teils ehrenamtlichen Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen sowie die Supervision des Personals. Manchmal arbeiten sie zum Zweck eines fachlichen Erfahrungsaustauschs auch mit nationalen und internationalen Kultur- und Bildungseinrichtungen zusammen.

- Deutscher Museumsbund e.V. (DMB) www.museumsbund.de
- Bundesverband Museumspädagogik e.V. www.museumspaedagogik.org

Kulturmanager / Musikmanager / Eventmanager

Kulturmanager erstellen kulturelle Konzepte und organisieren kulturelle Angebote und Freizeitprogramme. Dabei schaffen sie den Spagat zwischen künstlerischem Anspruch und wirtschaftlichen Möglichkeiten. Sie versuchen einerseits, die Angebote inhaltlich zu optimieren, haben deren gesellschaftliche Akzeptanz und Attraktivität im Blick, achten jedoch genauso konsequent auf deren Machbarkeit und Finanzierbarkeit sowie auf wirtschaftliche Rahmenbedingungen. Sie analysieren den Kulturmarkt, entwickeln und präsentieren Veranstaltungskonzepte und -programme, organisieren Kultur- und Freizeitveranstaltungen, akquirieren Fördermittel, verhandeln mit Kunden und Sponsoren und holen Angebote ein. Sie erstellen die Budgetplanung, erarbeiten Werbemittel und kümmern sich um Räume und benötigtes Equipment. Auch haben sie die Aufgabe, Künstler zu unterstützen. Außerdem sind sie Ansprechpartner für Kunden und alle externen Dienstleister. Sie übernehmen die Mitarbeiterführung in Kulturbetrieben wie Bühnen, Galerien und Museen sowie die Geschäftsführung in kulturellen Einrichtungen oder auch in Freizeit- und Wellness- Bereich. 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, Lesungen sowie für andere Kulturveranstaltungen. Darüber hinaus können sie in der Kultur- und Freizeitpädagogik arbeiten, wo sie beispielsweise kreative und künstlerische Kurse anbieten oder Führungen durch Ausstellungen, Museen o.Ä. ausarbeiten und durchführen.

Musikmanager befassen sich mit der Vermittlung und Vermarktung von Musik in der Öffentlichkeit. Sie planen und organisieren musikalische Veranstaltungen, wie Konzerte, Festivals oder Aufführungen in Theater-, Opern- und Schauspielhäusern und betreuen Musikproduktionen. Sie entwickeln Konzepte, wägen Chancen und Risiken ab, stellen Grobplanungen samt Kostenkalkulationen auf und stimmen diese mit der

Den eigenen Beruf (er-)finden!

Produktionsleitung bzw. dem Auftraggeber ab. Nach erfolgter Abstimmung arbeiten sie die Planungen detailliert aus und setzen diese in Maßnahmen und Arbeiten um. Sie führen z.B. Vertragsverhandlungen und schließen Verträge ab, erstellen die Programme und Spielpläne, organisieren Marketing- und Werbemaßnahmen sowie Öffentlichkeitsarbeit. Den Maßnahmenfortschritt sowie die Leistungserbringung koordinieren und überwachen sie laufend. Dabei berücksichtigen sie künstlerische, verwaltungstechnische, finanzielle, kaufmännische sowie rechtliche Rahmenbedingungen und Vorgaben.

Von der Idee über den Ablauf und die Durchführung bis zur Nachbereitung planen, leiten und organisieren Event-Manager Veranstaltungen aller Art: Sie analysieren den jeweiligen Veranstaltungsmarkt, entwickeln und präsentieren Veranstaltungskonzepte und verhandeln mit Kunden. Dabei bilden sie ggf. die Schnittstelle zwischen Auftraggebern, Veranstaltern und Agenturen. Stehen der gewünschte Ablauf und Inhalt der Veranstaltung fest, beginnen Event-Manager z.B. in Sach- und Personalplanung, Marketing, Kalkulation, Kostenkontrolle und Personal mit konkreten Vorbereitungen. Dabei stimmen sie laufend die verschiedenen Planungsbereiche inhaltlich und zeitlich aufeinander ab, haben die Ablaufplanung wie die Details im Blick und können bei unvorhergesehenen Schwierigkeiten noch rechtzeitig Alternativen entwickeln. Sie pflegen Kontakte zu potenziellen Geschäftspartnern und bauen Netzwerke und Kontaktdateien auf, denn sie suchen für ihre Veranstaltungen laufend nach attraktiven Veranstaltungsräumen, technischem Equipment und sonstigen Ausstattungsgegenständen. Sie benötigen Künstler, technisches und sonstiges Personal sowie Dienstleistungsunternehmen wie Catering- oder Logistikfirmen. Im Hinblick auf das Event vergleichen sie verschiedene Angebote. Dabei beachten sie ggf. vorgegebene Rahmenbedingungen wie besondere Wünsche des Kunden oder eine maximale Budgethöhe und handeln Verträge aus. Bei der Auswahl des Programms achten sie streng darauf, alle veranstaltungsrechtlichen Vorschriften einhalten zu können, etwa was Sicherheit oder Lärmschutz angeht, und ggf. erforderliche Genehmigungen einzuholen. Um das Event zielgruppengerecht anzukündigen, setzen sie ein Marketingkonzept bzw. Marketingmaßnahmen um. Während der gesamten Planungen führen sie Kosten-Nutzen- und Budgetkontrollen durch. 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.

- Bundesverband der Veranstaltungswirtschaft (bdv) e.V. www.bdv-online.com,
- Bundesvereinigung Soziokultureller Zentren e.V. (BSKZ) www.soziokultur.de
- Deutscher Kulturrat e.V. www.kulturrat.de
- EVVC Europäischer Verband der Veranstaltungs-Centren e.V. www.evvc.org
- Forum Marketing-Eventagenturen (FME) www.famab.de
- Verband der Deutschen Konzertdirektionen e.V. VDKD www.vdkd.de

Fundraiser (Sponsoring)

Fundraiser konzipieren Fundraisingaktionen und -veranstaltungen, entwickeln Direktmarketing-, Werbe- und PR-Maßnahmen und setzen sie um. Sie entwickeln das Profil der Einrichtung in der Öffentlichkeit weiter und verstehen es, das soziale oder kulturelle Anliegen überzeugend darzustellen. Je nach Einrichtung wenden sie dabei

Den eigenen Beruf (er-)finden!

unterschiedliche Methoden an. Dazu kann die Gründung eines Fördervereins oder das Einbinden von Prominenten in die Einwerbung von Mitteln gehören. Ein wichtiger Aspekt ihrer Arbeit ist zudem, die Verwendung der Mittel zu dokumentieren und den Spendern nicht nur zu vermitteln, warum sie spenden sollen, sondern auch, wie ihre Gelder eingesetzt wurden und was damit erreicht wurde. Aber nicht nur Geld-, auch Sachmittel- und Zeitspenden können gefragt sein. Sie überzeugen Firmen und Einzelpersonen, der Organisation oder Einrichtung bestimmte Gegenstände kostenfrei zu überlassen. Ggf. arbeiten sie bei der Internetpräsentation ihrer Einrichtung mit, pflegen (Adress-)Datenbanken und führen Mailingaktionen durch. Auch die Budgetplanung und -kontrolle und ggf. die Gewinnung ehrenamtlicher Mitglieder gehören zu ihren Aufgaben. Wenn sie selbstständig tätig sind, kümmern sie sich außerdem um die Akquisition von Kunden und neuen Auftraggebern.

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

Kulturpädagoge

Kulturpädagogen sind Kulturvermittler, die wissenschaftliche, künstlerische, didaktische und organisatorische Aufgaben wahrnehmen. 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 Galerien und Museen erarbeiten sie museumspädagogische Konzepte und führen Schulklassen durch die Ausstellungen. An Theatern bereiten sie Jugendliche, Erwachsene und Kinder auf Theaterbesuche vor, besuchen mit ihnen Proben und diskutieren anschließend über die Aufführungen. Sie organisieren Workshops, in denen sie die Teilnehmer zum eigenen künstlerischen Ausdruck, Malen, Tanzen oder Theaterspiel anregen. Im Rahmen des Kulturmanagements organisieren sie z.B. Festivals und Ausstellungen und verantworten dabei meist neben der inhaltlichen Konzeptionierung auch das Budget, weiterhin planen und realisieren sie Werbemaßnahmen und übernehmen Aufgaben in der Öffentlichkeitsarbeit. Sie entwickeln und betreuen auch kulturpädagogische Beiträge für Film- und Tonstudios, Hörfunk und Fernsehen oder Printmedien. Auch die Leitung einer kulturellen Einrichtung können Kulturpädagogen übernehmen.

- 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

Kunsthändler

Gemälde, fotografische Werke, Plastiken, Installationen, Medienkunst, textile Kunstwerke, Juwelen, Porzellan, Designobjekte und kunsthandwerkliche Erzeugnisse erwerben Kunst- und Antiquitätenhändler bei Haushaltsauflösungen, bei Versteigerungen von Nachlässen, Kunstauktionen, Ausstellungen oder Antiquitätenmessen. Sie müssen den Wert eines Objekts sowie die Wiederverkaufschancen vor Ort einschät-

Den eigenen Beruf (er-)finden!

zen können. Die erworbenen Stücke verkaufen sie z.B. im eigenen Ladengeschäft oder versteigern sie auf Auktionen. Z.T. verleihen sie auch Objekte für Ausstellungen, Theater- oder Filmproduktionen. Manche Kunst- und Antiquitätenhändler sind außerdem als Gutachter tätig. Neben ihren Aktivitäten auf dem Kunstmarkt erledigen sie verwaltende Aufgaben, führen die Korrespondenz, planen Marketingmaßnahmen und halten die Kundenkartei aktuell. Sie kennen die Vorlieben und Interessen ihrer Kunden und informieren sie z.B. durch Prospekte, Kataloge oder Newsletter über Neuerwerbungen oder Versteigerungen. Auch der Kunstmarkt ist Trends unterworfen und so beobachten und analysieren Kunst- und Antiquitätenhändler ihn genau, um auf neue Strömungen rechtzeitig reagieren zu können. Durch Fachveröffentlichungen sowie das Internet halten sie sich über anstehende Verkäufe auf dem Laufenden oder suchen im Auftrag von Kunden nach bestimmten Objekten.

- 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 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 Kunstsachverständige beurteilen sie z.B. Sachverhalte vor Gericht im Rahmen von Rechtsstreitigkeiten oder erstellen Gutachten, die zur Vermeidung gerichtlicher Auseinandersetzungen dienen.

- Bundesverband Freier Sachverständiger e.V. www.bvfs.de
- Bundesverband öffentlich bestellter und vereidigter sowie qualifizierter Sachverständiger e.V. (BVS) www.bvs-ev.de

Dramaturg

Dramaturgen erarbeiten Theaterspielpläne bzw. gestalten Fernseh- oder Hörfunkprogramme mit. Für einen Theaterspielplan schlagen sie eine Mischung aus klassischen und modernen, leichten und ernsten Stücken vor, um eine möglichst breite Zielgruppe zu erreichen. Sie 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. Gegebenenfalls geben sie Stücke in Auftrag oder ar-

Den eigenen Beruf (er-)finden!

beiten vorhandene Literatur in spiel- und produzierbare Fassungen um. Bei Bühnenverlagen sichern sie sich Aufführungs- bzw. Senderechte für das ausgewählte Material. Dabei kommunizieren Dramaturgen mit den Autoren. Außerdem bereiten sie Theater- oder Film- und Fernsehproduktionen theoretisch vor und stehen der Regie bei den 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 Orchester www.buehnenverein.de
- Dramatiker-Union e.V. www.dramatikerunion.de
- dramaturgische gesellschaft www.dramaturgische-gesellschaft.de
- Verband deutscher Film- und Fernsehproduzenten e.V. (VeDRA) www.dramaturgenverband.org
- Spitzenorganisation der Filmwirtschaft e.V. (SPIO) www.spio.de

Künstlervermittler

Für Künstler, z.B. Schauspieler, Musiker, Tänzer, aber auch Models oder andere Personen, die bei ihnen unter Vertrag stehen bzw. in ihrer Kundenkartei geführt werden, finden Künstlervermittler Engagements und schließen sie ab. Wenn sich Regisseure, Produzenten, Herstellerfirmen oder Werbeagenturen zur Rollenbesetzung an Künstlervermittler wenden, haben sie meist genaue Vorstellungen beispielsweise über Alter, Aussehen oder Berufserfahrung der von ihnen gesuchten Darsteller. Im Idealfall stellen sie eine Auswahl an Künstlern aus ihrer Kartei zusammen und legen diese ihren Kunden zur Entscheidung vor. Umgekehrt akquirieren Künstlervermittler 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 Kartei geführt wird, schalten Künstlervermittler Anzeigen, veranlassen Aufrufe in Hörfunk und Fernsehen oder beauftragen so genannte Talent-Scouts mit der Suche nach geeigneten Personen. Sie sichten das Resultat und laden aussichtsreiche Kandidaten zu einem Casting oder einem Vorsprechtermin ein. Während dieses Termins, gleichgültig ob für Werbung, Modelfotografie, Film- und Fernsehproduktionen, werden Fotos oder kurze Videoporträts der Kandidaten angefertigt und den Auftraggebern präsentiert. Fotos, Videos, Lebenslauf und ihren persönlichen Eindruck des Kandidaten archivieren sie, um jederzeit auf eine große Auswahl in der Kartei 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 erstellen Situations- und Meinungsanalysen sowie ein Stärken-Schwächen-Profil des Unternehmens oder beauftragen externe Dienstleister damit. Auf Grundlage der Ergebnisse planen sie PR-Aktivitäten wie den Versand von Mailings oder Pressegespräche. Sie bauen Verteiler mit den Kontaktdaten von Jour-

Den eigenen Beruf (er-)finden!

nalisten auf, die sie auch kontinuierlich pflegen und auf dem aktuellsten Stand halten. Sie verfassen z.T. mehrsprachige Texte sowohl für die Website des Unternehmens als auch für Newsletter sowie Kundenzeitungen und gestalten sie. Außerdem erstellen und bearbeiten sie verschiedene Unterlagen, dokumentieren die Details der einzelnen Kampagnen, kalkulieren Kosten, erstellen Zeitpläne und überwachen die Durchführung von Veranstaltungen und Projekten sowie die aktive Pressearbeit und den Versand von Pressematerial. 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.

- 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 wirken dabei mit, Produkte und Dienstleistungen bekannt zu machen und die Nachfrage zu steigern. Sie sind vor allem in der Werbung und Verkaufsförderung und im Produktmanagement tätig. Ihre Aufgabe ist es, ein bestimmtes Produkt mit positiv besetzten Themen zu verbinden. So kann es u.a. darum gehen, Gesundheit und attraktives Aussehen mit einer bestimmten Jogurtmarke in Zusammenhang zu bringen. Dabei wirken die Fachkräfte bei der Entwicklung der entsprechenden Werbemotive und beim Entwurf der Anzeigen und Logos mit. Auch das Knüpfen von Kontakten zu Geschäftspartnern im In- und Ausland in der jeweiligen Sprache kann Teil ihrer Aufgaben sein. An Qualitäts- und Preisverhandlungen sind Marketingfachkräfte bzw. Marketingassistenten ebenfalls beteiligt. Im Key-Account-Management betreuen sie wirtschaftlich bedeutende Kunden im In- und Ausland. Im Bereich Marketing und Vertrieb arbeiten sie in der Marktforschung, an der marktgerechten Absatzplanung im In- und Ausland oder an werbe- und verkaufsfördernden Maßnahmen mit. Das Konzipieren des Internetauftritts ihrer Beschäftigungsfirma und das Ausarbeiten von Konzepten im Bereich des E-Commerce können ebenfalls zu ihren Aufgaben gehören.

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

Werbetexter

Werbetexter entwerfen einprägsame Texte für Werbekampagnen aller Art. Dazu informieren sie 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 genaue Struktur der Kampagne fest und entwickeln eine Gesamtkonzeption von Text und Bild. In der Regel werden mehrere Entwürfe gefertigt, die dem Kunden präsentiert und mit ihm abgesprochen werden. Anschließend erstellen Werbetexter den zu einem Konzept passenden Text. Dies können einzelne, griffige Slogans, aber auch mehrere Sätze sein. Klassischerweise steigen Werbetexter als Junior-Texter in eine Werbeagentur ein,

Den eigenen Beruf (er-)finden!

um nach einigen Jahren aufzusteigen. Mit einigen Jahren Erfahrung können sie als so genannte Konzeptioner tätig sein, wo sie schwerpunktmäßig größere Kampagnen entwickeln und die konzeptionelle Richtung bzw. den Leitgedanken vorgeben.

- 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

Informations-Broker / Wissensmanager

Mithilfe des Internets, von Spezialdatenbanken und Archiven recherchieren Informations-Broker vorwiegend wirtschaftliche Fachinformationen wie Markt- und Branchenanalysen, Firmenprofile und Finanzinformationen. Sie wählen die für ihre jeweiligen Auftraggeber relevanten Informationen aus und optimieren auf diese Weise den Informationsfluss. Gegebenenfalls verarbeiten sie die Daten digital weiter, erstellen Pressespiegel, Berichte oder Zusammenfassungen in deutscher und englischer Sprache. Sind sie in einem Unternehmen beschäftigt, können der Aufbau und die Aktualisierung betriebsinterner Informationssysteme (Informationsmanagement), eine Tätigkeit als Unternehmens-, EDV- oder Technologieberater sowie das Erstellen von Online-Konzepten (z.B. für Verlage) zu ihren Aufgaben gehören. Darüber hinaus können sie auch innerhalb eines Unternehmens für die Informationsbeschaffung verantwortlich sein.

- Deutsche Gesellschaft für Informationswissenschaft und Informationspraxis e.V. (DGI) www.dgi-info.de
- (DGI) www.dgi-info.de
- 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

Den eigenen Beruf (er-)finden!

mit den Teilnehmern Verhaltensänderungen durch und prüfen deren Umsetzung in 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 Telefongesprächsschulungen 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

2.6 Medien/Publizistik

Medienberater

Berater für audiovisuelle Medien erstellen und analysieren Marketing- und Kommunikationskonzepte und setzen diese um. Potentiellen Kunden, Werbeagenturen oder Produkt- und Marketingmanagern aus Handel und Industrie erläutern sie die Vorzüge des jeweiligen Mediums - Film, digitaler Datenträger, Internet oder Radio - für die Vermarktung bestimmter Produkte bzw. für die Platzierung von Werbekampagnen. Sie können aber auch Werbezeiten für Privatsender vermarkten. Für ihre Tätigkeit nutzen und pflegen sie bestehende Kontakte zu Werbekunden und bauen neue Kontakte auf. Die für die Beratung benötigten Daten stellen sie aus Verbrauchs- und Medienanalysen zusammen. Ggf. spezialisieren sie sich auf einen Bereich, z.B. auf Hörfunk, TV, Smartphones oder Onlinemedien.

Medienwirt / Medienmanager

Medienwirte bzw. Medienmanager sind die Schnittstelle zwischen den Kreativen auf der einen Seite und Auftraggebern oder Marketingabteilungen auf der anderen Seite. Sie leiten Projekte wie die Herstellung von Filmen, Videos, CD-ROMs, interaktiven und multimedialen Dienstleistungen sowie Hörfunkbeiträgen, von der Idee bis zur technischen und gestalterischen Umsetzung. Hierbei sorgen sie dafür, dass die technischen Voraussetzungen geschaffen, künstlerische und redaktionelle Aspekte gewahrt und die Termin- und Kostenplanung eingehalten werden. Medienwirte bzw. Medienmanager konzipieren und gestalten Websites, z.B. für Produkt- und Serviceinformationen, und erstellen Grafiken sowie Layouts. Sie schreiben Drehbücher, bestimmen Aufnahmetechniken und Schnitt einer Filmproduktion und binden ggf. Spezialeffekte mit ein. Sie beraten Kunden vor und während einer Medienproduktion und betreuen bzw. optimieren ihre Mediensysteme. Weitere Aufgabengebiete finden sie im Marketing und Vertrieb von Medienprodukten oder in der Marktforschung, wo sie z.B. die Akzeptanz bestimmter Medien bzw. medialer Formen untersuchen oder Werbeträgeranalysen durchführen.

- Bundesverb. Informationswirt. Telekommunikation und neue Medien e.V. (BITKOM) www.bitkom.org
- Bundesverband Audiovisuelle Medien e.V. (bvv) www.bvv-medien.de
- Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. www.bvdw.org

Den eigenen Beruf (er-)finden!

- Deutscher Managerverband e.V. www.managerverband.de

Journalist / Redakteur / (Literatur)-Kritiker

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 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 Öffentlichkeitsarbeit (Public Relations, PR) von Unternehmen und Organisationen sowie in der Beratung und Bildungsarbeit 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 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.

Kritiker rezensieren Bücher oder kulturelle Veranstaltungen und veröffentlichen ihre Texte in Zeitungen, im Internet oder in Rundfunk und Fernsehen.

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. Eine Zusammenstellung dieser Schulen finden Sie unter: www.djv.de/Journalistenschulen.

- Deutscher Fachjournalisten-Verband e. V. DFJV www.dfjv.de
- DPV Deutscher Presse Verband e.V. www.dpv.org
- Journalistinnenbund e.V. www.journalistinnen.de
- Reporter ohne Grenzen e.V. www.reporter-ohne-grenzen.de
- Verband Deutscher Medizinjournalisten (VDMJ) www.journalistenvereinigung.de
- Deutscher Journalisten-Verband e.V. (DJV) Gewerkschaft der Journalistinnen/Journalisten www.djv.de

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 Informationen im Internet. Sie nehmen den jeweiligen Redaktionsauftrag entgegen und

Den eigenen Beruf (er-)finden!

besprechen diesen mit dem Auftraggeber. Sie analysieren die Aufgabenstellung, grenzen die Nutzer bzw. Zielgruppe der technischen Beschreibungen ein, wählen eine zielgruppengerechte Art der Darstellung, klären Fragen, umreißen die notwendigen Arbeitsschritte und Aufwände und skizzieren Teilschritte der Umsetzung. Dann planen und koordinieren sie die einzelnen Teilschritte. Für die Präsentationen der Auftragskonzeption wählen sie das geeignete Medium aus. Um die teils komplexen Sachverhalte zu veranschaulichen, verwenden sie neben Texten Tabellen, Fotos, Zeichnungen oder Grafiken. In der Umsetzungsphase müssen sie alle terminlichen und inhaltlichen Absprachen einhalten sowie rechtlichen Grundlagen und Normen gerecht werden, etwa vorgeschriebene Sicherheitshinweise in Gebrauchsanleitungen anbringen. Nach der redaktionellen Ausarbeitung bereiten die Technischen Redakteure die elektronische Aufbereitung bzw. den Druck der Inhalte sowie die Übergabe an den Kunden 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 bedienen zugleich die Technik im Studio, während sie ihre Texte und Ansagen sprechen. Im TV präsentieren sie ihre Moderationen frei oder nutzen einen Teleprompter. Je nachdem, ob sie eine Musik-, Sport- oder Nachrichtensendung moderieren oder ein Interview führen, setzen sie unterschiedliche Moderationstechniken ein. Darüber hinaus können sie Galas, Kundenveranstaltungen, Produktpräsentationen oder auch Modenschauen moderieren. In den Bereichen Filmsynchronisation und Werbung können sie ebenfalls tätig sein.

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

Produktionsassistent

Produktionsassistenten für Film und Fernsehen unterstützen Produktions- und Aufnahmeleitung bei der Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung eines Projektes. Sie koordinieren die Produktionsabläufe, indem sie z.B. den Einsatz der Mitarbeiter planen oder die Schnitt- und Drehpläne ausarbeiten. Zu ihren Aufgaben gehören außerdem die Recherche nach geeigneten Drehorten und die Beurteilung ihrer Sicherheit und Infrastruktur. Für die Filmproduktionen organisieren sie die passenden Requisiten und planen die Reisen aller Beteiligten an die verschiedenen Sets. Sie kümmern sich um die Finanzplanung und Buchhaltung und wirken bei der Gestaltung von Arbeitsverträgen mit. Statistische Daten bereiten sie zu Controllingzwecken auf und werten sie aus. Außerdem sorgen sie für die Einhaltung technischer Normen und Vorschriften sowie der Bestimmungen des Daten-, Urheber- und Persönlichkeits-schutzes. Bei Bedarf unterstützen sie die Produktionsleitung auch in den Bereichen

Den eigenen Beruf (er-)finden!

Marketing und Öffentlichkeitsarbeit oder bei der Personalbetreuung, denn in der Regel sind sie die ersten Ansprechpartner für das ganze Team.

- 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
- Bundesverband Produktion e.V. (BVP) www.bv-produktion.de
- FKFG Fernseh- und Kinotechnische Gesellschaft e.V. www.fkfg.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 / Lektor

Literaturagenten vermitteln Literaturverträge und den Kauf bzw. Verkauf von Buchrechten. In Verlagsagenturen wickeln sie den Handel mit Buchrechten ab. Dabei geht es vor allem 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. In Autorenagenturen betreuen sie Autoren von Sachbüchern oder belletristischen Werken. Sie prüfen deren Manuskripte hinsichtlich Qualität und Marktchancen und vermitteln sie an geeignete Verlage. Als Zwischenhändler handeln sie dann mit dem Verlag die Verträge und Honorare aus.

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 sie 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 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.

- 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.

Den eigenen Beruf (er-)finden!

- 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 Schreibanweisung, damit gleiche Begriffe nicht in unterschiedlichen Schreibweisen erscheinen. Diese verlagsinternen Schreibanweisungen pflegen sie und führen sie laufend weiter.

Anzeigenverkäufer

Anzeigenverkäufer verkaufen Anzeigenflächen in Printmedien, z.B. Zeitungen und Zeitschriften, aber auch Werbefläche im Internet oder in anderen Online-Medien. Sie betreuen Anzeigenkunden, pflegen den bestehenden Kundenstamm und bauen das Neukundengeschäft aus. Freiberuflich oder im Rahmen einer Festanstellung erstellen sie Angebote und schließen Verträge ab. Die Verkaufsverhandlungen führen sie meistens am Telefon. Ihre Kundschaft informieren sie hinsichtlich aller Fragen der Gestaltung, Produktion und Disposition des gewünschten Werberaums. Sie beraten sie z.B. über spezifische Werbewirkungen, die Verwendung von Schriftarten, Fotos, Logos und anderen gestalterischen Elementen sowie über Größe und Preise der Anzeigen. Sie aktualisieren Kunden-, Agentur- und andere Adressdateien, pflegen die entsprechenden Kontakte und führen verkaufsfördernde Maßnahmen durch.

- 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

2.7 Neue Medien Internet

Multimediafachmann / Multimedia-Producer

Multimediafachleute sind - je nach Qualifikation und betrieblicher Organisationsstruktur - in den unterschiedlichsten Aufgaben- und Tätigkeitsbereichen der Multimedia-Branche tätig. Im Bereich Design erarbeiten sie gestalterische Entwürfe für den optischen Aufbau und die Navigationsstruktur von digitalen Datenträgern wie CD oder DVD, Internet-Seiten, elektronischen Kiosk- oder Lernsystemen und ähnlichen Produkten. Dabei visualisieren sie etwa durch das Drehbuch vorgegebene Inhalte mittels elektronischer Bild- oder Videobearbeitung oder entwerfen und gestalten die Programmoberfläche und die Benutzerschnittstellen, das sogenannte User-Interface. Sind sie in der Entwicklung tätig, programmieren sie hauptsächlich multimediale Anwendungen und interaktive Produkte. In enger Zusammenarbeit mit Autoren sowie mit Designern erarbeiten Multimediafachleute (als Multimediaprogrammierer) dabei die softwaretechnisch beste Lösung zu vorgegebenen Inhalten. Sie stellen die Programmcodes zur Einbindung von Grafik, Bild, Ton und 3-D-Animation her und integrieren Filmmaterial in das Multimediaprodukt. Bei einem Aufgabenschwerpunkt im Bereich Konzeption/Redaktion sichten Multimediafachleute z.B. Material, erstellen

Den eigenen Beruf (er-)finden!

Grobkonzepte oder kalkulieren die Gesamtkosten für ein Multimediaprojekt. In ihrer Tätigkeit als Autoren fertigen sie Drehbücher und Ablaufpläne - sogenannte Storyboards - für Multimediaproduktionen an und beschreiben den inhaltlichen Umfang wie auch die grafische Gestaltung einer Multimediaanwendung.

Als Multimedia-Producer planen, steuern und koordinieren Multimediafachleute Projekte. Auf Grundlage des vorgegebenen Gesamtkonzeptes strukturieren und steuern sie den Projektablauf und sorgen dafür, dass der vorgegebene Kostenrahmen eingehalten wird. Sie organisieren das Projektteam und stimmen die einzelnen Aktivitäten innerhalb des Teams aufeinander ab. Ebenso leiten sie Sprach-, Foto-, Video- oder Musikproduktionen.

In allen Tätigkeitsbereichen betreuen und beraten Multimediafachleute meist auch Kunden im Vorfeld sowie während der Produktion. Wenn beispielsweise Wettbewerbspräsentationen vorzubereiten sind, unterstützen sie auch die Abteilungen Auftragsakquisition, Marketing und Vertrieb fachlich.

- 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

Hauptsächlich übernehmen Entwickler von Digitalen Medien die konzeptionelle und kreative Umsetzung von Interfaces und Designs. Sie begleiten Medien-Projekte vom Entwurf über die Implementierung bis zur Übergabe an den Kunden. Digitale Medien konzipieren sie im Team, z.B. mit Softwareentwicklern bzw. mit IT- Lösungsentwicklern. Bei ihrer Arbeit berücksichtigen sie sowohl die Anforderungen der Auftraggeber wie auch Anwendungsfunktionalität und Nutzerbedürfnisse. Sie erarbeiten ein Gestaltungs- und Funktionskonzept, stimmen dieses mit ihrem Auftraggeber ab und wählen geeignete Medienformate aus. Beispielsweise entwickeln sie Anwendungen, die unterschiedliche Medienarten wie Text, Grafik, Audio, Video, Animationen und Virtual Reality integrieren. Entwickler von Digitalen Medien schätzen den zeitlichen Aufwand sowie Kosten ein, überprüfen die vorhandenen Ressourcen, z.B. Hard- und Software, und holen ggf. Angebote für externe Dienstleistungen ein. Anschließend erstellen sie die entsprechenden Medienkomponenten bzw. passen bestehende Medienformate an und integrieren die gewünschten Inhalte in die Anwendung. Sie führen Funktionstests durch und beseitigen evtl. auftretende Fehler. Die fertigen Multimedia-Anwendungen installieren bzw. implementieren sie auf dem Zielsystem und übergeben dieses somit an den Auftraggeber. Zudem weisen sie Nutzer in die Bedienung von Multimedia-Formaten ein.

- BDG Berufsverband der Deutschen Kommunikationsdesigner e.V. www.bdg-designer.de
- G.A.M.E. Bundesverband der Entwickler von Computerspielen e.V. www.game-bundesverband.de

Webdesigner

Web-Designer gestalten Bildschirmseiten und achten dabei auf Design und Funktionalität. Das Design einer Website soll dem Nutzer einerseits die Orientierung erleichtern, andererseits muss es die gewünschten Inhalte durch Bildsprache, Farben und Typografie unterstützen. Deshalb achten sie darauf, dass die Inhalte der einzelnen

Den eigenen Beruf (er-)finden!

Seiten gut aufgeteilt und nicht überfrachtet sind und die Gestaltung der Bedieneroberfläche übersichtlich und verständlich bleibt. Die Arbeit beginnt mit der Beratung des Kunden über die Gestaltung von Websites für das Internet oder das firmeninterne Intranet. Dem folgen die Konzipierung und Realisierung des Designs von Homepages und einzelnen Bildschirmhalten. Dabei sind redaktionelle, technische, finanzielle und produktspezifische Anforderungen und Gegebenheiten zu beachten. Ggf. sind Web-Designer im Designmanagement tätig - also an der Schnittstelle zwischen Design, Technologie, Management und Marketing. Dann sind sie an der Entwicklung von Marketing-, Vertriebs- und Kommunikationskonzepten beteiligt und erarbeiten Budgets.

- Webmasters Europe e.V. www.webmasters-europe.org

Online-Marketing-Manager / Affiliate-Manager

Hauptaufgabe von Online-Marketing-Managern ist es, erhöhte Zugriffe auf Shops im Internet durch die angesprochene Zielgruppe zu erreichen und dadurch Marktanteile hinzuzugewinnen, neue Kunden zu werben sowie Geschäftsprozesse zu optimieren. E-Commerce ist heute für sehr viele Unternehmen ein zusätzlicher Vertriebsweg, da rund um die Uhr gekauft und verkauft werden kann. Für den Online-Handel ist dabei neben dem B-to-C-Geschäft (business to consumer, d.h. Verkauf an Endkunden) auch das B-to-B-Geschäft (business to business, d.h. Verkauf an Firmenkunden) von Bedeutung. Um Produkte im Online-Handel optimal zu vermarkten, erstellen Online-Marketing-Manager Marketingstrategien. Zudem entwerfen sie Konzepte für die Bereiche Kundenservice und Logistik: Beispielsweise suchen sie nach neuen Logistiklösungen, um auch kleine Bestellmengen kostengünstig ausliefern zu können. Mit dem Einsatz von dynamischen Empfehlungsmanagement-Systemen können sie Verkaufsplattformen kundenorientierter gestalten, indem sie auf Grundlage des analysierten Kauf- und Klickverhaltens der Online-Shop-Besucher Produktempfehlungen generieren und bereitstellen. Darüber hinaus kümmern sie sich um den elektronischen Zahlungsverkehr und organisieren den Warenversand. Online kommunizieren sie mit Nutzern und beantworten deren Fragen, lösen Probleme und nehmen Vorschläge entgegen. Bei virtuellen Shops, die als Ergänzung zu bestehenden Absatzkanälen gedacht sind, werben Online-Marketing-Manager zusätzlich auch am Verkaufsort (POS) oder über die Presse für den Online-Shop.

Als Affiliate-Manager stehen sie an der Schnittstelle von Technik, Marketing und Vertrieb. Sie beobachten den Markt, werten Statistiken aus, entwickeln Marketing- und Vertriebsmodelle und sind verantwortlich für das Account-Management. Sie entwickeln und steuern den Online-Vertrieb, akquirieren neue Kunden, kommunizieren mit Partnern und Interessenten und koordinieren die Schnittstellen mit externen Dienstleistern. Beispielsweise suchen sie Kooperationspartner im Online-Geschäft. Diese binden z.B. gegen Provision Links auf den jeweiligen Online-Shop in ihre Webseiten ein. Im Gegenzug veranlassen sie, dass Links der Partner im eigenen Online-Shop implementiert werden. Sie wählen die potenziellen Partner aus, führen Verhandlungen und sind schließlich für die technische Umsetzung sowie die Verwaltung des Budgets bzw. die Auszahlung der Provisionen (z.B. Pay per Click, Pay per View) verantwortlich. Darüber hinaus koordinieren sie die Entwicklung neuer technischer Lösungen, z.B. Applikationen für Smartphones. Häufig übernehmen sie auch Aufgaben in der Suchmaschinenoptimierung (SEO, Search Engine Optimization), so dass die von ihnen betreuten Online-Shops bei Eingabe bestimmter einschlägiger Such-

Den eigenen Beruf (er-)finden!

wörter in die verschiedenen Internet-Suchmaschinen an einer prominenten Stelle erscheinen.

- Bundesverband Deutscher Verkaufs- und Vertriebsleiter e.V. (BDV) www.verkaufsleiter.org
- Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. www.bvdw.org
- DDV Deutscher Dialogmarketing Verband e.V. www.ddv.de
- Electronic Commerce Forum (eco) - Verband der deutschen Internetwirtschaft e.V. www.eco.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. Hauptsächlich arbeiten E-Learning-Autoren bei Software- und Datenbankanbietern und Verlagen, die interaktive Lernmedien und E-Learning-Software herausgeben. Darüber hinaus sind sie in der Erwachsenenbildung, z.B. in betrieblichen oder überbetrieblichen Bildungseinrichtungen sowie in Beratungsagenturen tätig. Sie können auch als freiberufliche E-Learning-Entwickler arbeiten. Bevor sie Lernmedien erarbeiten, beraten E-Learning-Autoren ihre Kunden und führen Bedarfsanalysen durch, d.h., sie ermitteln den Lern- bzw. Schulungsbedarf der jeweiligen Zielgruppen. Anschließend recherchieren sie die Lerninhalte und bereiten die redaktionellen Texte nach didaktischen und medienpädagogischen Gesichtspunkten auf. Die Vermittlung des Wissens erfolgt allerdings nicht allein über Text, sondern auch über Animationen, Sprache und interaktive Elemente, für die E-Learning-Autoren die Drehbücher erstellen. Sie legen Ablaufpläne fest und entwerfen eine pädagogisch und inhaltlich sinnvolle Bedienungsführung für die Lernprogramme. 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. Community-Betreuer www.bvdw.org
- D-ELAN Deutsches Netzwerk der E-Learning Akteure e.V. www.d-elan.net
- Forum DistanzE-Learning Der Fachverband für Fernlernen und Lernmedien e.V. www.forum-distance-learning.de

Computerlinguist

In der freien Wirtschaft entwickeln Computerlinguisten wissenschaftliche Ansätze in der automatisierten Sprachanalyse und -verarbeitung zu anwendungsorientierten Lösungen weiter und setzen diese zielgruppengerecht um. Sie verbessern Suchstrategien und -werkzeuge, um große Datenmengen erschließen zu können. Zudem projektieren sie computerunterstützte Übersetzungsprogramme, Software zur automatischen Textbearbeitung bzw. Extraktion von Informationen aus Texten. Im Bereich der automatisierten Sprachproduktion optimieren sie gangbare Ansätze laufend weiter und im Bereich der Lernsysteme werden z.B. Programme für rechnergestützten Unterricht bzw. computergestützte Selbstlernprogramme immer komplexer. Sie testen ihre Anwendungen nicht nur unter kontrollierten Bedingungen, sie stehen Kunden und Anwendern auch im Echtbetrieb bei Fragen und Problemen zur Seite.

- GAL Gesellschaft für Angewandte Linguistik e.V. www.gal-ev.de
- Gesellschaft für Sprachtechnologie und Computerlinguistik (GSCL) www.gscl.org

2.8 Politik /Internationale Organisationen/ Öffentlicher Dienst

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 kommen aus unterschiedlichen Ausgangsberufen, beispielsweise aus der Land- oder Forstwirtschaft, aus dem Gesundheitswesen oder aus technisch-handwerklichen Berufen. Die Projekte, in denen sie tätig sind, sind so unterschiedlich wie die Probleme der Entwicklungsländer selbst. So schulen sie etwa einheimische Handwerker im Bau von Solaröfen oder hinsichtlich einer effizienten Abwasserreinigung. Sie beraten beim Aufbau von Kleinbetrieben, vermitteln Kenntnisse zur Gewinnung und Verarbeitung lokaler Materialien oder schulen Verwaltungskräfte. Auch in der Stadt- und Raumplanung oder in der Frauenförderung können sie tätig sein. Als Friedensfachkraft im zivilen Friedensdienst arbeiten sie in Krisengebieten. Beispielsweise analysieren sie Konflikte, beraten traumatisierte Menschen oder führen Bildungsmaßnahmen durch, um Krisen vorzubeugen. Bei ihren Projekten übernehmen Entwicklungshelfer Verwaltungsarbeiten. Die Mittelabrechnung, das Schreiben von Berichten und Maßnahmeanträgen gehört ebenfalls zu ihren Aufgaben.

- 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
- Evangelischer Entwicklungsdienst e.V. (EED) www.eed.de

Mitarbeiter des höheren Dienstes bei Ministerien oder Verwaltungen

Beamte im höheren nichttechnischen Dienst übernehmen Fach- und Führungsaufgaben bei Behörden des Bundes, der Länder und bei Stadt-, Gemeinde- und Be-

Den eigenen Beruf (er-)finden!

zirksverwaltungen. Aufgrund ihrer breit gefächerten Ausbildung können sie als Generalisten in allen Tätigkeitsbereichen der jeweiligen Behörde eingesetzt werden: Sie üben organisierende, überwachende und leitende Tätigkeiten aus. Dabei wenden sie Gesetze, Verordnungen und Dienstvorschriften an. Die Ausbildung findet in der Regel als Vorbereitungsdienst statt, der aus theoretischen und praktischen Abschnitten besteht. Die theoretische Wissensvermittlung erfolgt an Verwaltungsakademien oder speziellen Hochschuleinrichtungen der öffentlichen Verwaltung, die praktische Unterweisung bei den Behörden. 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 insbesondere für Historiker ein Studium an der Deutschen Hochschule für Verwaltungswissenschaften in Frage kommen (www.dhv-speyer.de)

Mitarbeiter bei internationalen Organisationen

OECD, IWF, UN: Deutschland ist Mitglied in ca. 200 internationalen Organisationen. Die Beschäftigungsfelder ergeben sich in erster Linie aus den Zielen der jeweiligen Organisation. Hinzu kommen Aufgaben in den Bereichen Personal- und Finanzwesen, Administration, Recht sowie Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Viel Mitarbeiter bei internationalen Organisationen haben die Einstieg über das Programm „Beigeordnete Sachverständige“ gefunden. Bei der Besetzung der Positionen wirkt das Büro Führungskräfte zu Internationalen Organisationen (BFIO) der Bundesagentur für Arbeit mit.

- Arbeit bei internationalen Organisationen www.arbeitsagentur.de > Bürgerinnen und Bürger > Arbeit und Beruf > Arbeits-/Jobsuche > Arbeit bei Internationalen Organisationen
- BFIO www.ba-auslandsvermittlung.de > Arbeitnehmer > Arbeiten im Ausland > Arbeiten bei Internationalen Organisationen
- Auswärtiges Amt www.auswaertiges-amt.de

Mitarbeiter bei Verbänden, Lobbyist

Lobbyisten befassen sich hauptsächlich mit Öffentlichkeitsarbeit und bereiten Entscheidungen mit dem Ziel vor, in einem bestimmten Interessenzusammenhang Einfluss auf politische Entscheidungen und gesellschaftliche Entwicklungen zu nehmen. Sie arbeiten bei Berufsorganisationen, Arbeitnehmer- und Arbeitgeberverbänden, politischen Parteien, Stiftungen, Vereinen und anderen Interessensvertretungen. Auch in Rechtsanwaltskanzleien und Consulting-Agenturen können sie tätig sein. Darüber hinaus gibt es Arbeitsplätze bei Kirchen und religiösen Vereinigungen sowie Organisationen der freien Wohlfahrtspflege und Jugendhilfe.

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

Interviewer / Marktforscher

Interviewer holen bei einem genau definierten Personenkreis, den sogenannten Probanden, Auskünfte ein. Die zu befragenden Personen wählen sie strikt nach den vorgegebenen Kriterien bzw. Verfahren aus und versuchen, sie zur Interviewteilnahme zu motivieren. Je nach Erhebungskonzept wenden sie dafür unterschiedliche Methoden an. So führen sie die Befragung beispielsweise in Form von Einzel- oder Gruppeninterviews, auf Papier oder computergestützt, per Telefon, persönlich im Teststudio des Marktforschungsinstituts oder als Straßeninterview durch. Sie erheben in der Befragung Daten, die als Grundlage für eine wissenschaftliche Untersuchung und Auswertung bestimmter Sachverhalte - z.B. von Einstellungen, Meinungen, Markentreue und sonstigem Kaufverhalten - dienen. Damit aus den Resultaten ihrer Befragungen letztlich zutreffende Aussagen z.B. für die Marketing-, Werbe-, Sozial- oder Mediaforschung formuliert werden können, müssen sie sich unabhängig von der individuellen Interviewsituation genau an die Auswahlkriterien sowie die Durchführungsbestimmungen halten.

Marktforscher planen Informations- und Datenerhebungen vor Ort, die sog. Primärforschung, bei der sie Marktpartner und Experten befragen. In der quantitativen Marktforschung gewinnen sie große und repräsentative Datenmengen und werten sie aus. Im Gegensatz dazu entwerfen sie in der qualitativen Marktforschung in Absprache mit dem Auftraggeber beispielsweise einen detaillierten Fragenkatalog, um im Gespräch mit potentiellen Kunden möglichst genaue Informationen über die Zielgruppe herausarbeiten zu können. Die Interviewer weisen sie in die jeweilige Studie ein, schulen sie und stehen bei Umsetzungsproblemen als Ansprechpartner zur Verfügung. Gegebenenfalls führen Marktforscher die Befragungen - je nach Produkt als

Den eigenen Beruf (er-)finden!

Gruppen- oder Einzelbefragung - auch selbst durch und analysieren sie. Im Anschluss wählen sie Testmärkte für Produkt-, Verpackungs- und Werbemitteltests. Alternativ werten sie - in der Sekundärforschung - bereits vorhandene Daten, z.B. des statistischen Bundesamtes, aus. Auf Grundlage der Marktforschungsergebnisse formulieren sie Empfehlungen für die Erstellung von Marketing-Konzeptionen. Zu ihren Aufgaben können auch die allgemeine Marktbeobachtung, Konkurrenzanalysen und die Trendforschung gehören.

- Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V. (ADM) www.adm-ev.de
- Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e.V. (BVM) www.bvm.org
- GESIS Gesellschaft sozialwissenschaftlicher Infrastruktureinrichtungen www.gesis.org

Account-Manager / Key-Account-Manager

Arbeitsplätze finden Account-Manager in Unternehmen aller Wirtschaftszweige. Sie arbeiten in Industrie-, Handels- und größeren Handwerksbetrieben oder im IT- und Dienstleistungsbereich. Ihr Ziel ist es, Geschäftsbeziehungen zu verbessern, Kundenbeziehungen zu kontrollieren und die Kundenzufriedenheit sicherzustellen, denn dies sind wichtige Voraussetzungen dafür, die Marktposition ihres Unternehmens zu optimieren bzw. zu stärken. Außerdem versteht sich modernes Account-Management immer mehr auch als Ideen- und Konzeptverkauf, um Marktpotenziale zusammen mit dem Kunden auszuschöpfen, d.h. dem Kunden bei der gemeinsamen Erschließung neuer Geschäftsfelder beiseite zu stehen.

Key-Account-Manager akquirieren und betreuen wichtige oder umsatzstarke Kunden und Vertriebspartner, die sogenannten Key-Accounts bzw. Schlüsselkunden. Sie strukturieren und entwickeln Verkaufsgebiete und verantworten und initiieren entsprechende Vertriebsaktivitäten. Dazu greifen sie auf Marktbeobachtungsergebnisse zurück. Sie arbeiten mit der Geschäfts- oder Vertriebsleitung, der Marketingabteilung, dem Sales Management und der Entwicklungsabteilung zusammen. Auf Messen und Events repräsentieren sie ihr Unternehmen und werben neue Kunden an.

- Bundesverband Deutscher Verkaufs- und Vertriebsleiter e.V. (BDV) www.verkaufsleiter.org
- Centralvereinigung Deutscher Wirtschaftsverbände für Handelsvermittlung u. Vertrieb www.cdh.de
- Deutscher Managerverband e.V. www.managerverband.de

Callcenter Agent

Im Inbound-Bereich nehmen Call-Center-Agenten im Auftrag von Unternehmen Anrufe von Kunden entgegen, im Bereich des E-Mail-Supports auch Kundenanfragen per E-Mail. Ihre Aufgabenschwerpunkte sind produkt- bzw. dienstleistungsabhängig. Sie erteilen Auskünfte, führen Beratungen durch und nehmen Bestellungen oder Reklamationen entgegen. Die Inhalte und Ergebnisse des Kundenkontakts dokumentieren sie und leiten ggf. weitere Maßnahmen ein. Im Outbound-Bereich stellen sie potenziellen Kunden Produkte oder Dienstleistungen vor und versuchen Verträge anzubahnen bzw. zu akquirieren, Kundentermine mit Außendienstmitarbeitern zu vereinbaren oder unzufriedene Kunden zurückzugewinnen. Ferner führen sie telefonische Befragungen im Bereich der Marktforschung durch.

Den eigenen Beruf (er-)finden!

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

POS-Manager

Während die Firmenzentrale Absprachen mit den Märkten und Läden trifft, überprüfen POS-Manager in den Märkten, ob die Absprachen auch entsprechend umgesetzt werden. Hierzu kontrollieren sie beispielsweise die Platzierung der Regale, der Displays und der Produkte in den Regalen. Sie sind für den Auf- und Ausbau der Distribution verantwortlich, beobachten den Markt und organisieren verkaufsfördernde Strategien und Aktionen, z.B. die Einführung spezieller Kundenkarten oder Events, aber auch Schulungen von Verkaufsmitarbeitern.

- Bundesverband Deutscher Verkaufs- und Vertriebsleiter e.V. (BDV) www.verkaufsleiter.org

Relationship-Manager / Customer-Development-Manager

Um Kunden zu werben, beobachten und bewerten Relationship-Manager die für ihre Branche relevanten Märkte, bereiten Akquisitionsmaßnahmen vor und setzen diese um. Dabei gehen sie stets auf die individuellen Situationsumstände und Bedürfnisse der (potenziellen) Kunden ein. Außerdem übernehmen sie Vertragsverhandlungen und die konstante Pflege der aufgebauten Vertragsbeziehungen - das schließt auch Deeskalationsmanagement ein, z.B. bei drohender Auftragsstornierung oder Auftragskündigung durch den Kunden. Sie messen die Effizienz des Relationship-Managements und überprüfen die getroffenen Maßnahmen und bestehenden Abläufe, um eine bestmögliche Balance zwischen Kunden- und Kostenorientierung herzustellen.

Als Customer-Development-Manager planen sie gezielt Kundenbindungsprogramme und setzen sie um. Dabei bemühen sie sich, sowohl Bestandskunden zu (re-)aktivieren als auch Neukunden zu gewinnen. Sie analysieren die Kundenentwicklung, die Kundenwanderung und das Kundenverhalten.

- Centralvereinigung Deutscher Wirtschaftsverbände für Handelsvermittlung u. Vertrieb www.cdh.de
- Deutsche Public Relations Gesellschaft e.V. (DPRG) www.dprg.de

Personalreferent

Personalreferenten übernehmen verantwortungsvolle Aufgaben insbesondere in den Bereichen Personalplanung, Personalbeschaffung, Personalverwaltung und Personalentwicklung. Dabei arbeiten sie eng mit der Unternehmensführung zusammen, wirken bei personellen Entscheidungen mit und setzen diese um. Im Bereich Personalbeschaffung entwickeln sie zunächst Strategien zur Personalgewinnung. Daraufhin arbeiten Personalreferenten Stellenprofile aus und formulieren Stellenanzeigen. Sie beauftragen die Veröffentlichung der Stellenanzeigen in verschiedenen Medien, z.B. in Zeitungen, Zeitschriften, auf den Internet-Seiten des Unternehmens oder in Online-Stellenbörsen. Häufig stehen sie den Bewerbern telefonisch für Auskünfte rund um die ausgeschriebene Stelle zur Verfügung. Die eingehenden Bewerbungen sichten sie und treffen in Absprache mit den Führungskräften eine Vorauswahl. Da-

Den eigenen Beruf (er-)finden!

raufhin bereiten sie Bewerbungsgespräche vor und werten diese später aus. Je nach Unternehmen führen sie selbst Bewerbungsgespräche. In Übereinstimmung mit den Unternehmenszielen und mit gesetzlichen Vorschriften arbeiten sie Arbeitsverträge aus. Im Bereich Personalverwaltung führen und verwalten sie Personalunterlagen bzw. -akten und erstellen Arbeitszeugnisse. Daneben erfassen Personalreferenten Urlaubs-, Krankheits- und sonstige Fehlzeiten der Mitarbeiter und werten sie aus. Bei Bedarf führen sie Fehlzeitengespräche und ergreifen in Absprache mit der Geschäftsführung disziplinarische Maßnahmen, z.B. Abmahnungen. Personalreferenten bereiten häufig auch die Lohn- und Gehaltsabrechnungen vor. Sie prüfen die Sozialversicherungspflicht der Beschäftigten und beantworten Fragen zum Entgelt, zu Sozialversicherungsabgaben und Steuern. Außerdem beraten sie die Mitarbeiter zu Themen wie Mutterschutz, Elternzeit, Arbeitszeitmodellen und Altersteilzeit oder zur betrieblichen Altersversorgung, betrieblichen Erfolgsbeteiligung, betrieblichen Vermögensbildung und zu Firmendarlehen. Sie planen die betriebliche Weiterbildung. Dazu gehört beispielsweise, dass sie Fragebögen einsetzen, um den Weiterbildungsbedarf der Mitarbeiter zu ermitteln, teilweise führen sie zu diesem Zweck aber auch Personalgespräche. Nach der Auswertung der Fragebögen oder der Gespräche erstellen sie Schulungspläne und organisieren und betreuen Schulungen und Seminare. Ist in einer Firma der Abbau von Personal nötig, bereiten Personalreferenten strukturelle Änderungen und Kündigungen vor.

Personalentwickler

Personalentwickler sind in den Bereichen Personalbedarfsplanung, Personalgewinnung und -beurteilung, Aus- und Weiterbildung tätig. Sie formulieren Grundsätze und Leitlinien in Bereichen wie Führung, Zusammenarbeit, Information und Kommunikation. Mit dem Ziel, ein optimales Verhältnis von Personalaufwand und Personalleistung zu erhalten, ermitteln sie den Personalbedarf und untersuchen Personalbestände. Sie erarbeiten Anforderungs- und Kompetenzprofile und wirken bei der Einstellung neuer Mitarbeiter mit. Dabei suchen sie teilweise mittels Internet weltweit Fachkräfte (E-Recruiting) oder rekrutieren auf Jobmessen Nachwuchskräfte. Auch Vorbereitung und Durchführung von Vorstellungsgesprächen, Potenzialanalysen und Assessment-Centern gehören in diesem Zusammenhang zu ihren Aufgaben. Sie beraten Arbeitnehmer und Bewerber hinsichtlich ihrer beruflichen Entwicklungsmöglichkeiten. Sie ermitteln in Gesprächen die Bedürfnisse der Fach- und Führungskräfte z.B. hinsichtlich Weiterbildung, Arbeitsplatz- und Arbeitszeitgestaltung oder Mitarbeitermotivation bzw. Leistungsanreizen. Die Ergebnisse setzen sie in konkrete Maßnahmen und Schritte um. Sie beauftragen z.B. Weiterbildungsanbieter mit dem Halten von Seminaren im Unternehmen oder konzipieren selbst Trainingsmaßnahmen und führen diese durch. Auch die Organisation der betrieblichen Berufsausbildung, die Budgetplanung und die Personalbeurteilung fallen in ihren Aufgabenbereich.

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

Unternehmensberater / Outplacementberater / Interkultureller Coach

Unternehmensberater 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 beispiels-

Den eigenen Beruf (er-)finden!

weise 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 sie meist für die konkrete Umsetzung der vom jeweiligen Unternehmen gewünschten Projekte. Mitunter beraten sie ihre Kunden hinsichtlich des gewerblichen Rechtsschutzes. Darüber hinaus können Unternehmensberater Existenzgründer bei der Etablierung eines Unternehmens unterstützen. Dabei bieten sie beispielsweise Beratungen hinsichtlich rechtlicher Fragen an oder entwickeln Finanzierungsstrategien für das zukünftige Unternehmen.

Im Tätigkeitsfeld Outplacementberatung werden sie in Unternehmen tätig, die Mitarbeiter entlassen. Aufgabe der Berater ist es hier, die Beendigung der Arbeitsverhältnisse möglichst einvernehmlich und verantwortungsvoll zu gestalten. Dazu gehört insbesondere, das Qualifikationsprofil der zu entlassenden Mitarbeiter zu erarbeiten, diese bei der weiteren Karriereplanung zu beraten und ihnen bei der Stellensuche behilflich zu sein.

Interkulturelles Management in international tätigen Unternehmen kann die Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter bei Auslandseinsätzen verbessern. Als Coach für interkulturelles Management vermitteln Unternehmensberater Integrationsstrategien, die ihre Kunden auf kulturelle Differenzen vorbereiten und sie mit Denkweisen, Verhaltensmustern, Verhandlungsformen und Wertvorstellungen eines anderen Landes vertraut machen. Das Aufgabenprofil von Unternehmensberatern erstreckt sich hier von der Beratung bei der Mitarbeiterauswahl über die Vorbereitung im Mutterland und der Betreuung vor Ort bis hin zur Reintegration der Mitarbeiter nach den Auslandseinsätzen.

- Bundesverband deutscher Unternehmensberater BDU e.V. www.bdu.de
- Deutscher Managerverband e.V. www.managerverband.de

Makler

Makler vermitteln Waren bzw. Dienstleistungen, bringen Vertragsabschlüsse zwischen Dritten zustande und erhalten dafür prozentual bemessene Provisionen. Sie prüfen und vergleichen im Auftrag von Kunden Angebote hinsichtlich des Preis-Leistungs-Verhältnisses und bieten ihren Kunden eine umfangreiche Beratung. Zudem analysieren sie mögliche Risiken und klären ihre Kunden darüber auf. Sie akquirieren neue Kunden, indem sie z.B. Anzeigen in den Medien schalten.

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

3. Persönliche Berufswegplanung

Auf dem Weg zum persönlichen Berufsziel muss man sich zunächst der eigenen Stärken bewusst werden. Erstaunlicherweise gelingt es vielen eher zu sagen, was sie nicht können. Vielleicht hilft hier 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.

Aus Fähigkeiten allein entsteht jedoch noch kein Berufsziel. Hinzukommen muss das Interesse an bestimmten Tätigkeiten und die Bereitschaft zur Übernahme von Verantwortung. Der Schlüssel zur Motivation ist das Wissen um Tätigkeitsfelder und die damit verknüpften Berufe. Es gilt also in die Recherche einzusteigen.

Angelesene Informationen haben den Nachteil, dass sie sehr allgemein gehalten sind und den Alltag nur schwer widerspiegeln. Hier setzten Richard Nelson Bolles und Madeleine Leitner⁸ an, wenn sie Gespräche mit Berufsvertretern empfehlen. 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?
- 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

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

Den eigenen Beruf (er-)finden!

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 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. Sie finden dort ca. 1,2 Millionen Bildungsveranstaltungen, ca. 18.000 Bildungsanbieter und individuelle Such- und Filtermöglichkeiten. 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.

⁹ siehe unten unter 7.2

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. Dafür wertet er 55 Tages- und Wochenzeitungen, 31 Fachzeitschriften und 50 Jobbörsen und Firmen-Webseiten aus. 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 Bewerbungsuche“, 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“.

Kolleginnen und 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 Arbeit Kiel veröffentlicht. (www.arbeitsagentur.de/kiel > Bürgerinnen und Bürger > Akademiker > Informationsbroschüren des Teams Akademische Berufe)

Zur Recherche nach potentiellen Arbeitgebern für eine Initiativbewerbung eignen sich insbesondere die Internetseiten der berufsständischen Organisationen, die oben nach den jeweiligen Tätigkeitsbeschreibungen aufgeführt worden sind. Ein ganz simpler Weg, um auf potentielle Arbeitgeber zu stoßen ist die Stichwortsuche über google. (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

Den eigenen Beruf (er-)finden!

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 vertragsrechtliche Kenntnisse erworben werden. Wer diese nicht hat, benötigt Berater und Coaches schon im Vorfeld der Gründung. Es ist von vornherein einzuplanen, dass diese „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 empfohlen: www.existenzgruender.de. Dort finden sind grundlegende Informationen mit hilfreichen Verweisen und wertvollen Kontaktadressen.

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/kiel > Bürgerinnen und Bürger > Akademiker > Informationsbroschüren des Teams Akademische Berufe.

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

¹¹ Dr. Maria Kräuter aaO S. 11

7.2 Beratungsangebot

Die 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 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 unter Tel.: 01801- 555111 (Festnetz 3,9 Cent/Minute, Mobilfunkpreise höchstens 42 Cent/Minute) oder per Mail an Kiel.171-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:

Mo. – 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, Gerrit Görrissen, Cornelia Prillwitz, Ulrike Zängl