

> Lehre

> Schule

> Studium

> Weiterbildung



Handel

Berufe

- > Marketing-ManagerIn > Betriebslogistikkaufmann/-frau
- > ExportsachbearbeiterIn > E-Commerce-ManagerIn
- > HandelsagentIn > Brand-ManagerIn > EinkäuferIn ...

© WAVEBREAKMEDIAMICRO - FOTOLIA



© KASPARS GRINVALDS | DREAMSTIME.COM



© KADMY - STOCK.ADOBE.COM



© AMS / DAS MEDIENSTUDIO



© GEORGE JIMCUTTLE - STOCK.ADOBE.COM



© DIEGO VITO GERVOI | DREAMSTIME.COM



© ROBERT KNESCHKE - FOTOLIA

Ausbildungskompass

für Ausbildungsmöglichkeiten in Österreich

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

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

AMS AUSBILDUNGSKOMPASS

AUSBILDUNGEN • AUSBILDUNGSHILFE • AUSBILDUNGS-INFO • OBER UNS •

Start | Aufbaulehrgang an Handelsakademien - Ausbildungsschwerpunkt Controlling, Wirtschaftspraxis, Steuern (CWS) | Zurück

Aufbaulehrgang an Handelsakademien - Ausbildungsschwerpunkt Controlling, Wirtschaftspraxis, Steuern (CWS)

Ausbildungsort: Schule

[Ausbildung melden](#)
[on FUX anzeigen](#)

AUSBILDUNGSGART	Aufbaulehrgang
DAUER	1 Semester
NQR LEVEL	5
FORM	Teilzeit
VORAUSSETZUNGEN	<ul style="list-style-type: none"> • positiver Abschluss einer Handelsschule oder • einer mindestens 3-jährigen Fachschule gleicher Richtung • oder fachlich-beruflicher Lernabschluss • bei nicht fachverwandten Vorbildung: Vorberufungsfähigkeit
ZIELGRUPPE	Fach-Lehrkräfte einer Handelsschule, die an einer Handelsakademie die Fach- und Diplomprüfung ablegen wollen.
ABSCHLUSS	Fach- und Diplomprüfung (Prüfung)
BERUFSTICHTUNG	<ul style="list-style-type: none"> • Studienberechtigung • Ausbildung einschlägiger Gewerbe (soll Gewerbebetriebe, insbesondere das Handelsgewerbe)
GRUPPE	Aufbaulehrgang für Handelsakademien
BERUFE NACH ABSCHLUSS	<p>Informationen zur Gewerbeordnung einschließlich konkreter Zugangsvoraussetzungen findet man z. B. im Portal der Berufsbildenden Schulen unter www.gewerbebildung.at.</p> <p>Aufbaulehrgang für Handelsakademien</p> <p>weitere Informationen</p> <p>EDV-Kaufmann/-frau, Immobilienkaufmann/-frau, Bankkaufmann/-frau, Buchkaufmann/-frau, Buchhelfer/in, Controller/in, Einkäufer/in, Finanz- und Anlagebetriebs, Fremdsprachenkorrespondent/in, Handelsagent/in, Sachbearbeiter/in, Versicherungsberater/in, Versicherungsakademie, Privatkundenberater/in, Bookingsassistent/in, Anlageberater/in, Bankangestellte/in - internationales Business, Bankangestellte/in - Buch Office, Bankangestellte/in - Front Office, Personalberater/in...</p> <p>weitere Informationen</p>

AMS AUSBILDUNGSKOMPASS

Ausbildungs-Suche [SUCHE Q](#)

Willkommen im AMS Ausbildungskompass

Ausbildungen Institute Berufe Gemerkt (0)

Finden Sie Ihren Ausbildungsweg zu Ihrem Traumberuf

Der Ausbildungsassistent zeigt Ihnen den Weg zu Ihrem Wunschberuf. Probieren Sie es einfach mal aus!

AUSBILDUNGSASSISTENT

Berufe

Handel

E-Business und E-Commerce

Einkauf und Logistik

Handel und Export

Information und Medien

Marketing, Verkauf und Vertrieb

Werbung und Public Relations



06

Einleitung



09

E-Business und E-Commerce



19

Einkauf und Logistik



31

Handel und Export



47

Information und Medien



55

Marketing, Verkauf u. Vertrieb



79

Werbung und Public Relations

Impressum

Medieninhaber: Arbeitsmarktservice
Dienstleistungsunternehmen des öffentlichen Rechts,
1200 Wien, Treustraße 35–43. E-Mail: ams.abi@ams.at
9. Auflage | Stand: März 2022 | Druck: Mai 2022

Redaktion: Mag.ª Petra Tamler, Irene Geihler, AMS/
Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation/ABI

Text und Überarbeitung: Mag.ª Heike Arlt; Texte aus
früheren Ausgaben: 3s Unternehmensberatung GmbH
Design & Produktion (Broschüre/Umschlag/Inserate):
Viqar Ali, Werbekunst, 3430 Tulln

Fotos: • AMS • Atelier Ernst Erker • Reinhard Mayr /
Das Medienstudio • DoRo Filmproduktion • Chloe Potter
• fotolia.com • stock.adobe.com • dreamstime.com

Druckerei: Ferdinand Berger & Söhne GmbH, 3580 Horn
ISBN: 978-3-85495-784-X

Haftungsausschluss: Das Arbeitsmarktservice
Österreich/Abteilung für Arbeitsmarktforschung und
Berufsinformation sowie alle Mitwirkenden an der
Publikation haben deren Inhalte sorgfältig recherchiert
und erstellt. Fehler können dennoch nicht gänzlich
ausgeschlossen werden. Die Genannten übernehmen
daher keine Haftung für die Richtigkeit, Vollständigkeit
und Aktualität der Inhalte, insbesondere übernehmen
sie keinerlei Haftung für eventuelle unmittelbare und
mittelbare Schäden, die durch die direkte oder indirekte
Nutzung der angebotenen Inhalte entstehen. Es
können aus der Broschüre keinerlei Rechtsansprüche
abgeleitet werden. Das Arbeitsmarktservice Österreich
übernimmt keine Haftung für Webseiten, die durch
Verlinkung aufgerufen werden. Links der Bundes-

ministerien: vorbehaltlich Änderungen seitens
der Bundesministerien. Druck- und Satzfehler
vorbehalten. Korrekturhinweise senden Sie bitte
an die Redaktion.



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

06 EINLEITUNG

09 E-BUSINESS UND E-COMMERCE

E-Business-ManagerIn 12
 E-Commerce Consultant (m/w/x) 13
 E-Commerce-DeveloperIn 14
 E-Commerce-ManagerIn 15
 E-TourismusmanagerIn 16
 Online-HändlerIn 17
 WEITERE BERUFE (KURZINFOS)
 DatenschutzbeauftragteR 18
 E-Commerce-Kaufmann/-frau 18
 E-JuristIn 18
 Beispiele für weitere Berufe 18

19 EINKAUF UND LOGISTIK

Betriebslogistikkaufmann/-frau 22
 DisponentIn 23
 EinkäuferIn 24
 LogistikmanagerIn 25
 LogistikerIn 26
 LogistikplanerIn 27
 Supply-Chain-ManagerIn 28
 TransportmanagerIn 29
 WEITERE BERUFE (KURZINFOS)
 BeschaffungsmanagerIn 30
 LagerlogistikerIn 30
 MaterialwirtschafterIn 30
 Beispiele für weitere Berufe 30

31 HANDEL UND EXPORT

DrogistIn 34
 EDV-Kaufmann/-frau 35
 EinrichtungsberaterIn 36
 Einzelhandelskaufmann/-frau 37
 ExportsachbearbeiterIn 38
 FloristIn 39
 Foto- und Multimediakaufmann/-frau 40
 Großhandelskaufmann/-frau 41
 Immobilienkaufmann/-frau 42
 PharmareferentIn 43
 Pharmazeutisch-kaufmännischeR AssistentIn 44
 Sportgerätechkraft (m/w/x) 45
 WEITERE BERUFE (KURZINFOS)
 ExportmanagerIn 46
 Medizinproduktkaufmann/-frau 46
 Versicherungskaufmann/-frau 46
 Beispiele für weitere Berufe 46

47

INFORMATION UND MEDIEN

Content-ManagerIn	50
InformationsmanagerIn	51
Online-RedakteurIn	52
Social-Media-ManagerIn	53
WEITERE BERUFE (KURZINFOS)	
InformationsbrokerIn	54
Multimedia-ProjektmanagerIn	54
VisuelleR MediengestalterIn	54
Beispiele für weitere Berufe	54

55

MARKETING, VERKAUF UND VERTRIEB

Brand-ManagerIn	58
Business-Development-ManagerIn	59
Callcenter Agent (m/w/x)	60
Category-ManagerIn	61
Customer-Relationship-ManagerIn	62
Direktmarketing-ManagerIn	63
HandelsagentIn	64
Key-Account-ManagerIn	65
Marketing-ManagerIn	66
Markt- und MeinungsforscherIn	67
Online-Marketing-ManagerIn	68
Pre-Sales Consultant (m/w/x)	69
Produkt-ManagerIn	70
Sales-ManagerIn	71
SEO-/SEA-ManagerIn	72
Tele Sales Professional (m/w/x)	73
VertriebscontrollerIn	74
VertriebsmanagerIn	75
VertriebstechnikerIn	76
Visual Merchandiser (m/w/x)	77
WEITERE BERUFE (KURZINFOS)	
Area-ManagerIn	78
Channel-Marketing-ManagerIn	78
FundraiserIn	78
Beispiele für weitere Berufe	78

79

WERBUNG UND PUBLIC RELATIONS

Account-ManagerIn..... 82
 AnzeigenkontakterIn 83
 Corporate-Social-Responsibility-ManagerIn 84
 Creative Director (m/w/x) 85
 KommunikationsmanagerIn 86
 KonzepterIn 87
 MediaplanerIn..... 88
 Messe- und AusstellungsorganisatorIn 89
 Online-PR-BeraterIn 90
 PR-BeraterIn 91
 PressesprecherIn..... 92
 WerbeberaterIn 93
 Werbefachmann/-frau..... 94
 WerbetexterIn..... 95
 WEITERE BERUFE (KURZINFOS)
 Account Planner (m/w/x)..... 96
 DekorateurIn 96
 PR-AssistentIn..... 96
 Beispiele für weitere Berufe 96

97

INFORMATIONSQUELLEN UND ADRESSEN

Broschüren 98
 Internetadressen und Portale..... 99
 Berufsorganisationen und Interessenvertretungen (Auswahl)101
 BerufsInfoZentren (BIZ) des Arbeitsmarktservice 102
 Bildungseinrichtungen 104

GLOSSAR..... 107

ALPHABETISCHES VERZEICHNIS DER BERUFE.....112

Einleitung

Shoppern im Einkaufszentrum, im kleinen Laden nebenan oder doch lieber online? KonsumentInnen können aus einem vielfältigen Angebot an Produkten wählen. Damit eine Ware oder Dienstleistung verfügbar ist und erworben werden kann, sind viele Schritte notwendig: von der Markteinführung über die Wahl der passenden Vertriebskanäle und Transportwege bis zur Beratung und dem Verkauf. Damit „Handel“ funktionieren kann, sind das Know-how und die Arbeit von vielen Fachkräften und ExpertInnen aus unterschiedlichen Bereichen erforderlich, z. B. aus Einzelhandel, Großhandel, Logistik, Export, Marketing, Vertrieb und Verkauf, Werbung und **PR* sowie **E-Business* und **E-Commerce*.

In dieser Broschüre erhalten Sie einen Überblick über Berufe sowie über Ausbildungs- und Beschäftigungsmöglichkeiten aus verschiedenen Bereichen rund um den Handel. Sie soll Jugendliche bei der Berufs- oder Ausbildungswahl unterstützen und auch Erwachsenen, die sich beruflich neu orientieren wollen, eine Hilfestellung bieten.



43 PharmareferentIn



94 Werbefachmann/-frau



67 Markt- und MeinungsforscherIn



50 Content-ManagerIn



26 LogistikerIn



17 Online-HändlerIn



© EUREGIOCONTENT - STOCK.ADOBE.COM

Digitale Fähigkeiten werden immer wichtiger

Viele Abläufe, Prozesse und Arbeitsschritte in Zusammenhang mit dem Handel erfolgen mit digitaler Unterstützung. Beispiele dafür sind Online-Shops, der Einsatz von **Webtracking* zur Analyse des Einkaufsverhaltens sowie der Interessen und Wünsche der KundInnen, digitale Zahlungsmöglichkeiten, **Social Media Marketing*, **Suchmaschinenmarketing (SEM)* sowie Technologien zur Verwaltung und Kontrolle von Lagerbeständen oder zur lückenlosen Verfolgung von Sendungen. Auch im Einzelhandel kommen verstärkt digitale Geräte zum Einsatz, z. B. **Tablets*, Warencanner und Computerkassen. Wer einen Beruf rund um den Handel ergreifen möchte, sollte daher offen für digitale Anwendungen sein. Weitere wichtige Anforderungen für die meisten Berufe sind Kommunikationsstärke, Kontaktfreude und ein gutes Zahlenverständnis. Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen – je nach Beruf – z. B. bei Einzel- und Großhandelsunternehmen, Logistikunternehmen, PR-, Werbe-, oder **Multi-media-Agenturen* sowie in Marketing-, Vertriebs- und Verkaufsabteilungen von Unternehmen aller Wirtschaftsbranchen. Je nach Branche und angestrebter Tätigkeit gibt es viele Ausbildungen, die zum Wunschberuf führen können: von der Lehre über eine berufsbildende Schule bis zu einem Fachhochschul- oder Universitätsstudium. Auch Kurse und Lehrgänge bei Aus- und Weiterbildungsinstitutionen bieten interessante Möglichkeiten.

Inhalt und Gliederung

Die Broschüre besteht aus 6 Kapiteln, die jeweils ein Berufsfeld und ausgewählte Berufe darstellen. Zur Einstimmung auf die vorgestellten Berufe informiert ein Einleitungstext am Anfang jedes Kapitels über Themen, Inhalte und Besonderheiten der einzelnen Berufsfelder.

Tätigkeiten, Anforderungen und Beschäftigungsmöglichkeiten

Die Darstellungen der einzelnen Berufe enthalten eine kurze Beschreibung typischer Tätigkeiten sowie eine Auflistung wichtiger Berufsanforderungen. Weiters gibt es Informationen zu Beschäftigungsmöglichkeiten. Viele Berufe, die in dieser Broschüre vorgestellt werden, können auch auf selbstständiger Basis ausgeübt werden. Detaillierte Informationen über gewerberechtliche Bestimmungen für die Ausübung von reglementierten und freien Gewerben finden Sie auf der Website der Wirtschaftskammer Österreich: www.wko.at. Auskünfte zu freien Berufen, die nicht unter die Gewerbeordnung fallen, erteilen die jeweiligen Interessenvertretungen bzw. Berufsverbände.

Ausbildungen und Weiterbildungen

Viele Berufe im Bereich Handel haben keine genau vorgezeichneten Ausbildungswege. Manchmal sind zusätzliche Ausbildungen oder Qualifikationen notwendig, um einen Beruf ausüben zu können. Daher enthält die Broschüre eine Auswahl möglicher Ausbildungen, die zu einem Beruf führen können – beispielsweise von der Lehre über schulische Ausbildungen und Studiengänge bis zu Kurzausbildungen an Erwachsenenbildungseinrichtungen und Weiterbildungsinstituten.

Kurzinformationen am Kapitelende

Am Ende jedes Kapitels werden weitere Berufe in Form von Kurzinformationen vorgestellt. Die Verweise auf den AMS-Karrierekompass sollen dazu einladen, sich mit einzelnen Berufsbildern näher vertraut zu machen:

www.ams.at/karrierekompass

Informationsquellen und Adressen

Bei den im Adressteil angegebenen Bildungseinrichtungen können Sie Informationen zu einzelnen Aus- und Weiterbildungsangeboten einholen. Wenn Sie nicht alle Adressen finden sollten, können Sie Genaueres in den bei den „Informationsquellen“ angeführten Berufsinformaterialien und Ausbildungsführern sowie im AMS-Ausbildungskompass erfahren:

www.ams.at/ausbildungskompass

Glossar

Das Glossar auf den letzten Seiten beinhaltet eine Erklärung jener Fachbegriffe, die im Text mit einer Markierung versehen sind, z. B. **E-Commerce*.

Weitere Informationen

Die in dieser Broschüre angeführten Inhalte erheben keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Sollten Sie die eine oder andere Information zu den vorgestellten Berufen vermissen, können Sie mit einem Besuch in den BerufsInfoZentren (BIZ) des Arbeitsmarktservice vor Ort das Informationsangebot nutzen. Unsere MitarbeiterInnen stehen Ihnen auch gerne für ein persönliches Beratungsgespräch zur Verfügung.



53 Social-Media-ManagerIn



39 FloristIn

E-Business und E-Commerce



BERUFSBESCHREIBUNGEN

E-Business-ManagerIn	12
E-Commerce Consultant (m/w/x)	13
E-Commerce-DeveloperIn	14
E-Commerce-ManagerIn	15
E-TourismusmanagerIn	16
Online-HändlerIn	17

WEITERE BERUFE (KURZINFOS)

DatenschutzbeauftragteR	18
E-Commerce-Kaufmann/-frau	18
E-JuristIn	18
Beispiele für weitere Berufe	18

E-Business und E-Commerce

Internet-Shopping, Online-Buchung oder Telebanking – **E-Business-* und **E-Commerce-*Anwendungen sind aus dem beruflichen und privaten Alltag nicht mehr wegzudenken.

Das Einkaufen im Internet ist für viele Menschen eine Selbstverständlichkeit geworden. Die Corona-Pandemie hat diese Entwicklung noch weiter verstärkt. Um den KundInnen ein komfortables Online-Shopping-Erlebnis zu bieten, werden Verkaufsplattformen laufend verbessert und an individuelle Bedürfnisse angepasst. So können die Wünsche der KonsumentInnen durch die Auswertung ihres Bestell- und Surfverhaltens mittels **Cognitive Computing* noch exakter identifiziert werden. Um konkurrenzfähig zu bleiben, betreiben auch immer mehr **stationäre* Handelsunternehmen zusätzlich einen Online-Shop. Für den Verkauf, den Vertrieb und das Marketing setzen sie häufig auf die parallele Nutzung mehrerer Kanäle (**Omni-Channel-Handel*). Viele HändlerInnen bieten neben dem herkömmlichen Versand auf ihrer Website eine **Click and Collect*-Funktion an: Die KundInnen bestellen und bezahlen die Waren online und holen sie dann im Geschäft ab.





© GEORGEJMCLELLITTLE - STOCK.ADOBE.COM

Mobile Commerce und Digital Payment auf dem Vormarsch

Bereits ein Drittel aller Menschen in Österreich kaufen mit dem Smartphone ein. **Mobile Commerce* oder Handy-Shopping ist vor allem bei Jüngeren sehr beliebt. Für die Anbieter bedeutet dies, dass sie ihre Online-Shops laufend für die mobile Nutzung optimieren müssen, damit alle Funktionalitäten einwandfrei funktionieren. Dies gilt auch für den Ausbau digitaler Zahlungsmöglichkeiten (**Digital Payment*), die zunehmend beliebter werden.

E-Business im Unternehmen

Neben dem klassischen Online-Handel spielen E-Business-Anwendungen auch in anderen Bereichen eine wichtige Rolle. Unternehmen gestalten und steuern viele Geschäftsprozesse mithilfe von digitalen Informationstechnologien, zum Beispiel den Einkauf und die Beschaffung von Waren und Gütern (**E-Procurement*), die Verwaltung und Auswertung von KundInnen- und Geschäftsanalysen und viele andere organisatorische Abläufe im Unternehmen.

Anwendungsfelder von E-Business und E-Commerce

- **B2C** (Business to Consumer, E-Commerce für EndkundInnen): Unternehmen bzw. HändlerInnen verkaufen Produkte z. B. über Online-Shops an EndkundInnen.
- **B2B** (Business to Business, E-Commerce zwischen Firmen): Unternehmen nutzen die Vorteile von Informationsbeschaffung, rascher Bestellmöglichkeit sowie auch die Vergleichsmöglichkeiten von branchenspezifischen Portalen.
- **B2E** (Business to Employee, Kommunikation zwischen Unternehmen und MitarbeiterInnen): Informationen werden über eine interne digitale Plattform ausgetauscht.
- **C2C** (Consumer to Consumer, E-Commerce zwischen KundInnen): Elektronische Geschäftsbeziehungen zwischen Privatpersonen spielen eine immer wichtigere Rolle. Auf Internetmarktplätzen werden Produkte verkauft und bewertet.
- **E-Government** (Kommunikation zwischen BürgerInnen und Verwaltungsbehörden bzw. dem Staat): Verwaltungsaufgaben werden mithilfe von Informations- und Kommunikationstechnologien (z. B. FinanzOnline) abgewickelt.

E-Business-ManagerIn

E-Business-ManagerInnen planen, organisieren und entwickeln verschiedene Strategien für elektronisch gesteuerte Geschäftsprozesse (**E-Business*) eines Unternehmens. Sie optimieren organisatorische Abläufe, erschließen neue Märkte und bauen Vertriebswege über das Internet auf. Dazu benötigen sie kaufmännisches, rechtliches und auch technisches Know-how. E-Business-ManagerInnen arbeiten meist eng mit den Abteilungen Marketing, Vertrieb, Logistik, IT und **Controlling* zusammen.



Anforderungen

- Betriebswirtschaftskennntnisse
- E-Business-Kenntnisse
- EDV-Anwendungskennntnisse
- Englisch
- Kommunikationsstärke
- Logisch-analytisches Denken
- Managementkennntnisse
- Organisationstalent
- Problemlösungsfähigkeit
- Vertriebskennntnisse

Beschäftigungsmöglichkeiten

Beschäftigungsmöglichkeiten bieten vor allem große Wirtschaftsunternehmen, Handelsunternehmen, Banken, Versicherungen, IT-Unternehmen und Unternehmensberatungen. Die Jobaussichten im Bereich E-Business sind gut, da immer mehr Unternehmen ihre Prozesse digitalisieren. Je nach Struktur des Unternehmens bestehen Aufstiegsmöglichkeiten in leitende Positionen.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Fachhochschule:** Studiengänge in den Bereichen Wirtschaftswissenschaften und Wirtschaftsinformatik; Digital Business (Bachelor/Wien); Digital Entrepreneurship (Master/Graz); ERP-Systeme & Geschäftsprozessmanagement (Master/Kufstein); Management & Digital Business (Bachelor/St. Pölten); Wirtschaft – Digital Business Management (Bachelor/Villach); Wirtschaftsinformatik & Digitale Transformation (Bachelor/Puch bei Salzburg)
- **Universität:** Studiengänge in den Bereichen Wirtschaftswissenschaften und Wirtschaftsinformatik; Digital Communication Leadership (Master/Salzburg); Management (Master/Linz, Wien)
- **Sonstiges:** Fernstudium MBA Digital Transformation (E-Learning Group/FH des BFI Wien); MBA in Digital Transformation & Data Science (WU Executive Academy, Wien); Universitätslehrgang New Business Development in the Digital Economy (LIMAK, Linz, Wien)

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Die weltweite Datenmenge verdoppelt sich alle 2 Jahre, aber nur 7 Prozent der Daten werden tatsächlich verwertet.

Quelle: BMDW/Accenture Digital Austria, www.digitalaustria.gv.at

E-Commerce Consultant (m/w/x)

E-Commerce Consultants beraten Unternehmen beim Einsatz des Internets im Bereich des elektronischen Handels (**E-Commerce*). Sie planen, begleiten und leiten E-Commerce-Projekte, wie beispielsweise die Konzeption von Online-Shops. Zunächst ermitteln sie die Wünsche und Anforderungen der KundInnen und entwickeln dann spezifische Lösungen für sie. E-Commerce Consultants sind ExpertInnen für elektronischen Einkauf (**E-Procurement*) und Verkauf, elektronische Marktplätze und Online-Portale, **Mobile Commerce*, E-Marketing und elektronischen Zahlungsverkehr.



Anforderungen

- Betriebswirtschaftskennntnisse
- E-Commerce-Kenntnisse
- EDV-Anwendungskennntnisse
- Englisch
- IT-Projektmanagement- und Consultingkennntnisse
- Kommunikationsstärke
- Logisch-analytisches Denken
- Organisationstalent
- Technisches Verständnis

Beschäftigungsmöglichkeiten

E-Commerce Consultants arbeiten vor allem in Unternehmensberatungen, Handelsunternehmen, Banken, Versicherungen und in der IT- und Kommunikationsbranche oder auf selbstständiger Basis. E-Commerce Consultants haben gute Berufsaussichten, da der Online-Handel weiterhin zunimmt, insbesondere im Bereich Mobile Commerce. Je nach Struktur des Unternehmens ist ein Aufstieg in leitende Positionen möglich.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Fachhochschule:** Studiengänge in den Bereichen Wirtschaftswissenschaften und Wirtschaftsinformatik; Digital Business Management (Master/abwechselnd Linz und Steyr); Digital Media Management (Master/St. Pölten); E-Commerce (Master/Wieselburg); Information, Medien & Kommunikation (Bachelor/Eisenstadt); Management, Communication & IT (Bachelor, Master/Innsbruck); Marketing und Electronic Business (Bachelor/Steyr)
- **Universität:** Studiengänge in den Bereichen Wirtschaftswissenschaften und Wirtschaftsinformatik; Digital Business Management (Master/abwechselnd Linz und Steyr); Digital Communication Leadership (Master/Salzburg); Digital Economy (Master/Wien)
- **Sonstiges:** Diplomlehrgang E-Commerce Management (Werbe Akademie des WIFI Wien); Masterlehrgang MSc E-Commerce & Online Marketing (AIM/FH Burgenland); Universitätslehrgang Marketing Management & Digitalisierung, MSc (Donau-Universität Krems)

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Die Zahl der österreichischen Web-Shops ist im Jahr 2020 auf rund 14.500 gestiegen.

Quelle: Handelsverband/KMU Forschung Austria,
www.handelsverband.at

E-Commerce-DeveloperIn

E-Commerce-DeveloperInnen entwickeln und erweitern Web-Lösungen für den elektronischen Handel (*E-Commerce). Beispielsweise erstellen sie Online-Shops, für die sie Funktionen zu Bestellung und Zahlung einbinden. Sie entwickeln auch Software für die 3D-Darstellung oder Animation von Produkten sowie Anwendungen für Smartphones und andere mobile Endgeräte. E-Commerce-DeveloperInnen analysieren auch den Datenverkehr und regeln den Zugriff auf Online-Datenbanken. Sie arbeiten meist eng mit den Abteilungen Marketing und Vertrieb zusammen.



Anforderungen

- Betriebssystem-Kenntnisse
- Datenbankentwicklungs- und -betreuungskenntnisse
- EDV-Anwendungskenntnisse
- Internetentwicklungs- und Administrationskenntnisse
- IT-Projektmanagement- und Consultingkenntnisse
- Logisch-analytisches Denken
- Problemlösungsfähigkeit
- Programmiersprachen-Kenntnisse
- Softwareentwicklungskenntnisse

Beschäftigungsmöglichkeiten

E-Commerce-DeveloperInnen arbeiten meist in Software-Unternehmen, in Unternehmensberatungen oder in Agenturen. Sie können für alle Unternehmen tätig sein, die ihre Güter, Waren oder Dienstleistungen über das Internet vertreiben oder üben den Beruf auf selbstständiger Basis aus. E-Commerce-DeveloperInnen haben gute Chancen auf dem Arbeitsmarkt, da der Online-Handel weiterhin zunimmt, insbesondere im Bereich *Mobile Commerce.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Berufsbildende höhere Schule:** Höhere Lehranstalt für Informatik; Höhere Lehranstalt für Informationstechnologie
- **Fachhochschule:** Digital Business & Software Engineering (Bachelor/Innsbruck); E-Commerce (Master/Wieselburg); Management, Communication & IT (Bachelor, Master/Innsbruck); Mobile Computing (Bachelor, Master/Hagenberg); Web Business & Technology (Bachelor/Kufstein)
- **Universität:** Studiengänge in den Bereichen Informatik und Wirtschaftsinformatik; Medieninformatik und Visual Computing (Bachelor/Wien); Software Engineering & Internet Computing (Master/Wien)
- **Sonstiges:** Kolleg und Aufbaulehrgang für Informatik (Wien); Diplomlehrgang E-Commerce Management (Werbe Akademie des WIFI Wien); Masterlehrgang User Experience Management (Technikum Wien Academy)

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Smartphone-Shopping ist in Österreich beliebter als je zuvor. Mehr als ein Drittel der Menschen kauft im Internet mit dem Handy ein.

*Quelle: Handelsverband/KMU Forschung Austria,
www.handelsverband.at*

E-Commerce-ManagerIn

E-Commerce-ManagerInnen sind in einem Unternehmen für die Konzeption, Weiterentwicklung und Betreuung von Online-Shops, Buchungsplattformen und anderen Internetanwendungen rund um den Verkauf und Vertrieb von Produkten oder Dienstleistungen zuständig. Sie sorgen dafür, dass das Angebot optimal online präsentiert wird. Dazu analysieren sie das Kaufverhalten und die Wünsche der KundInnen. Sie stellen auch sicher, dass die Bestellung, Bezahlung und Lieferung reibungslos funktionieren. E-Commerce-ManagerInnen arbeiten eng mit den Abteilungen Einkauf, Lager, Marketing und Vertrieb zusammen.

Anforderungen

- Betriebswirtschaftskenntnisse
- E-Commerce-Kenntnisse
- EDV-Anwendungskenntnisse
- Englisch
- IT-Projektmanagement- und Consultingkenntnisse
- Marketingkenntnisse
- Multimedia-Kenntnisse
- Organisationstalent
- Vertriebskenntnisse

Beschäftigungsmöglichkeiten

E-Commerce-ManagerInnen arbeiten vor allem in Handelsunternehmen, Technologieunternehmen, Industrieunternehmen, Gewerbebetrieben mit Online-Handel sowie bei Versicherungen, Banken und Dienstleistungsunternehmen. E-Commerce-ManagerInnen haben gute Berufsaussichten, da der Online-Handel weiterhin zunimmt, insbesondere im Bereich **Mobile Commerce*. Je nach Struktur des Unternehmens ist ein Aufstieg in Senior- oder Bereichsleitungspositionen möglich.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Berufsbildende höhere Schule:** Handelsakademie – Digital Business; Handelsakademie – Informations- und Kommunikationstechnologie – E-Business
- **Fachhochschule:** Digital Business Management (Master/abwechselnd Linz und Steyr); Digital Media Management (Master/St. Pölten); E-Commerce (Master/Wieselburg); Information, Medien & Kommunikation (Bachelor/Eisenstadt); Management, Communication & IT (Bachelor, Master/Innsbruck); Marketing und Electronic Business (Bachelor/Steyr)



- **Universität:** Studiengänge im Bereich Wirtschaftswissenschaften und Wirtschaftsinformatik; Digital Business Management (Master/abwechselnd Linz und Steyr); Digital Communication Leadership (Master/Salzburg); Digital Economy (Master/Wien)
- **Sonstiges:** Kollegs und Aufbaulehrgänge an Handelsakademien – Informations- und Kommunikationstechnologie – E-Business; Diplomausbildung E-Commerce-ManagerIn (BFI/Graz, Villach, Wien); Diplomlehrgang E-Commerce Management (Werbe Akademie des WIFI Wien); Masterlehrgang MSc E-Commerce & Online Marketing (AIM/FH Burgenland)

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

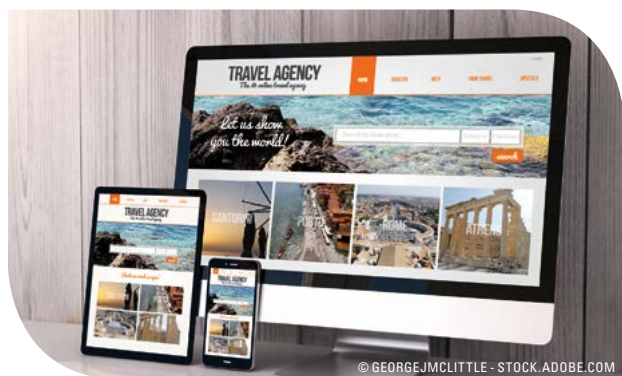
INTERESSANT

Im Jahr 2020 haben die 13 größten Online-Plattformen der Welt Waren im Wert von **2,4 Billionen Euro umgesetzt.**

Quelle: dpa/HORIZONT, www.horizont.net

E-TourismusmanagerIn

E-TourismusmanagerInnen entwickeln Strategien für den Einsatz von digitalen Medien im Tourismus. Sie organisieren den Webauftritt eines touristischen Angebots, erschließen elektronische Märkte und bauen den Vertrieb über das Internet auf. Weiters arbeiten sie Marketingkonzepte für den Online-Bereich aus und setzen **Suchmaschinenmarketing (SEM)* ein. Zu den wichtigsten Online-Kanälen zählen E-Mail, Reise- und Buchungsplattformen, Websites von Tourismusunternehmen, **Social-Media-Netzwerke*, **Apps* und **Blogs*.



Anforderungen

- Betriebswirtschaftskenntnisse
- E-Commerce-Kenntnisse
- EDV-Anwendungskenntnisse
- Englisch
- Kommunikationsstärke
- Marketingkenntnisse
- Multimedia-Kenntnisse
- Organisationstalent
- Projektmanagement-Kenntnisse
- Vertriebskenntnisse

Beschäftigungsmöglichkeiten

E-TourismusmanagerInnen arbeiten bei Tourismusunternehmen, wie z.B. Reiseveranstaltern, bei Interessenvertretungen und Verbänden im Bereich Tourismus, bei touristischen Sport- und Freizeiteinrichtungen, wie z.B. Seilbahnen und Themenparks, sowie in Kulturbetrieben, Kongresszentren oder in Wellness- und Gesundheitseinrichtungen. Aufstiegsmöglichkeiten bestehen in leitenden Funktionen im Tourismusmanagement. Manche E-TourismusmanagerInnen üben den Beruf auf selbstständiger Basis aus.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Berufsbildende höhere Schule:** Handelsakademie – Informations- und Kommunikationstechnologie – E-Business; Höhere Lehranstalt für Tourismus; Höhere Lehranstalt für wirtschaftliche Berufe
- **Fachhochschule:** Digital Marketing & Kommunikation (Master/St. Pölten); Entrepreneurship & Tourismus (Master/Innsbruck); Gesundheits-, Tourismus- und Sportmanagement (Master/Bad Gleichenberg); Innovation & Management in Tourism (Bachelor, Master/Puch bei Salzburg); Tourism and Leisure Management (Bachelor/Krems); Tourismus- & Freizeitwirtschaft (Bachelor/Innsbruck); Tourismus-Management (Bachelor/Wien)
- **Universität:** Studiengänge an der Privatuniversität MODUL University Vienna; Studiengänge im Bereich Wirtschaftswissenschaften
- **Sonstiges:** Kollegs und Aufbaulehrgänge für Tourismus, für wirtschaftliche Berufe und an Handelsakademien; Kurse und Lehrgänge in den Bereichen Tourismus und Marketing, z.B. Diplomehrgang Online Marketing (Werbe Akademie des WIFI Wien)

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

70 Prozent der ÖsterreicherInnen buchen ihren Urlaub online.

Quelle: ÖRV/Google Austria/MindTake Research, www.mindtake.com

Online-HändlerIn

Online-HändlerInnen organisieren den Handel von Waren im Internet. Sie kaufen Produkte ein und kontrollieren, ob immer genug Waren auf Vorrat im Lager sind. Online-HändlerInnen nehmen die Bestellungen der KundInnen entgegen und sorgen für den raschen Versand der Produkte. Sie arbeiten auch an der Gestaltung und laufenden Optimierung des Online-Shops mit und stellen Produkttexte, Fotos und Videos online. Auch die Bearbeitung von Reklamationen und Beschwerden gehört zu ihren Aufgaben.



Anforderungen

- E-Commerce-Kenntnisse
- EDV-Anwendungskenntnisse
- Einkaufskenntnisse
- Marketingkenntnisse
- Organisationstalent
- Transportabwicklungskenntnisse
- Verkaufskenntnisse
- Vertriebskenntnisse
- Zahlenverständnis

Beschäftigungsmöglichkeiten

Online-HändlerInnen arbeiten für Versandhandelsunternehmen, Warenhäuser und Einzelhandelsbetriebe, die ihre Produkte auch online verkaufen, oder auf selbstständiger Basis. Auch Großhandelsbetriebe, Banken und Versicherungen bieten Beschäftigungsmöglichkeiten. Je nach Struktur des Unternehmens ist ein Aufstieg in Bereichsleitungspositionen möglich. Die Berufsaussichten sind gut, da der Online-Handel in Österreich zunimmt.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Lehre:** E-Commerce-Kaufmann/-frau
- **Berufsbildende mittlere Schule:** Fachschule für wirtschaftliche Berufe; Handelsschule
- **Berufsbildende höhere Schule:** Handelsakademie – Digital Business; Handelsakademie – Informations- und Kommunikationstechnologie – E-Business
- **Fachhochschule:** Studiengänge im Bereich Wirtschaftswissenschaften; E-Commerce (Master/Wieselburg); Marketing und Electronic Business (Bachelor/Steyr)
- **Universität:** Studiengänge im Bereich Wirtschaftswissenschaften; Digital Economy (Master/Wien)
- **Sonstiges:** Kollegs und Aufbaulehrgänge an Handelsakademien und für wirtschaftliche Berufe; Diplombildung E-Commerce-ManagerIn (BFI/Graz, Villach, Wien); Diplomehrgang E-Commerce Management (Werbe Akademie des WIFI Wien)

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Laut Berichten der NY Times fand der erste dokumentierte Verkauf über einen Online-Shop im Jahr 1994 statt. Verkauft wurde eine CD des Popsängers Sting.

Quelle: t3n – digital pioneers, t3n.de

Weitere Berufe (Kurzinfos)

DatenschutzbeauftragteR

Datenschutzbeauftragte sind in Unternehmen, Institutionen oder Organisationen dafür verantwortlich, dass die in Österreich geltende EU-Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) sowie das Datenschutzgesetz (DSG) eingehalten werden. Sie stellen sicher, dass alle personenbezogenen Daten, z. B. von KundInnen, korrekt verarbeitet werden, um zu verhindern, dass die Daten missbräuchlich oder ohne Einwilligung weitergegeben oder verwendet werden. Da personenbezogene Daten in der Regel digital gespeichert und verarbeitet werden, überwachen und kontrollieren Datenschutzbeauftragte die Abläufe und Prozesse rund um die IT-gestützte Eingabe, Verwaltung und Sicherung von Daten und arbeiten daher eng mit IT-Fachleuten zusammen. Sie verfügen aber auch selbst über umfassende IT-Kenntnisse. Datenschutzbeauftragte beraten, informieren und schulen auch die MitarbeiterInnen, um sie im Umgang mit Daten zu sensibilisieren.

Wichtige Anforderungen für den Beruf sind Rechtskenntnisse, Datensicherheitskenntnisse, EDV-Anwendungskenntnisse, IT-Projektmanagement- und Consultingkenntnisse sowie analytische Fähigkeiten und Organisationstalent.

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen in Unternehmen unterschiedlichster Branchen, in IT-Beratungsunternehmen, Banken und Versicherungen, bei Behörden und staatlichen Institutionen, Verbänden und Organisationen sowie in Gesundheitseinrichtungen.

Häufig wird ein Studium in den Bereichen Wirtschaftswissenschaften, Recht oder IT oder eine schulische Ausbildung mit IT-Schwerpunkt vorausgesetzt. Ausbildungen zum/zur zertifizierten Datenschutzbeauftragten können zum Beispiel bei der TÜV AUSTRIA AKADEMIE oder bei WIFI absolviert werden.

E-Commerce-Kaufmann/-frau

E-Commerce-Kaufleute betreuen Online-Shops und ähnliche Internet-Verkaufsportale. Sie nehmen die Bestellungen der KundInnen entgegen und leiten sie zur Abwicklung an andere Abteilungen weiter. Eine wichtige Aufgabe ist es, die Produkte und Preise auf der Online-Plattform laufend aktuell zu halten. Dazu arbeiten sie mit speziellen Shopmanagementsystemen und Datenbanken. Auch für die Beantwortung von Anfragen und die Bearbeitung von Reklamationen sind E-Commerce-Kaufleute zuständig. Weiters arbeiten sie im Rechnungswesen mit und unterstützen die Marketing-Abteilung, z. B. bei der Erstellung und Versendung von Newslettern und **Social-Media*-Beiträgen.

Wichtige Anforderungen sind Büro- und Verwaltungskenntnisse, E-Commerce-Kenntnisse, EDV-

Anwendungskenntnisse, Vertriebskenntnisse und Zahlenverständnis.

E-Commerce-Kaufleute arbeiten bei Handelsunternehmen mit Online-Shops oder Online-Verkaufsportalen, bei Online- und Versandhandelsunternehmen oder bei Banken, Versicherungen und Behörden. Der Beruf kann im Rahmen der 3-jährigen Lehre „E-Commerce-Kaufmann/-frau“ erlernt werden.

E-JuristIn

E-JuristInnen sind SpezialistInnen für IT- und Internetrecht. Sie beraten ihre KlientInnen und gestalten Verträge. E-JuristInnen beschäftigen sich beispielsweise mit Fragen des Datenschutzes, elektronischen Signaturen, Urheberrecht und Software-Recht. Sie befassen sich auch mit rechtlichen Fragestellungen in Zusammenhang mit **E-Commerce*-Aktivitäten, wie z. B. Regelungen über die Benutzung von Website-Namen oder Online-Banking. E-JuristInnen arbeiten auch Richtlinien für den Umgang mit Daten und für die **Social-Media*-Aktivitäten eines Unternehmens aus.

Wichtige Berufsanforderungen sind E-Business-Kenntnisse, juristisches Fachwissen, Diskretion, Englisch-Kenntnisse, Kommunikationsstärke und logisch-analytisches Denken.

E-JuristInnen sind im öffentlichen Dienst beschäftigt oder üben ihren Beruf selbstständig aus. Außerdem sind sie in großen Wirtschaftsunternehmen, bei Banken und Versicherungen, Interessenvertretungen, Rechtskanzleien und **NPOs* beschäftigt. Voraussetzung ist ein Studium der Rechtswissenschaften.

Beispiele für weitere Berufe:

- Business-AnalystIn
- DatenbankadministratorIn
- Datensicherheitsexperte/-expertin
- E-LogistikerIn
- E-Procurement-ManagerIn
- SAP-BeraterIn

Genauere Informationen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

Einkauf und Logistik



BERUFSBESCHREIBUNGEN

Betriebslogistikkaufmann/-frau	22
DisponentIn	23
EinkäuferIn	24
LogistikmanagerIn	25
LogistikerIn	26
LogistikplanerIn	27
Supply-Chain-ManagerIn	28
TransportmanagerIn	29

WEITERE BERUFE (KURZINFOS)

BeschaffungsmanagerIn	30
LagerlogistikerIn	30
MaterialwirtschafterIn	30
Beispiele für weitere Berufe	30

Einkauf und Logistik

Mobiltelefone aus China, Papier aus Finnland, Olivenöl aus Griechenland, Maschinen und Anlagen aus Deutschland: Der weltweite Handel mit Produkten verschiedenster Art ist zur Selbstverständlichkeit geworden. Die Fachleute aus den Bereichen Einkauf und Logistik sorgen dafür, dass die Waren zeitgerecht bei den KundInnen ankommen.

Der globale Handel, die zunehmende Verbreitung von **E-Commerce* und der technologische Fortschritt stellen Logistik-, Produktions- und Handelsunternehmen ständig vor neue Herausforderungen. Einerseits bieten diese Entwicklungen die Chance, neue Absatz- und Beschaffungsmärkte zu erschließen. Andererseits erhöht der verstärkte Wettbewerb den Kosten- und Zeitdruck auf Unternehmen. Kostenbewusstes Wirtschaften beginnt bereits bei einer guten strategischen Planung für den Einkauf von Materialien, Maschinen und Werkzeugen, die für die Herstellung eines Produkts benötigt werden. Die Aufgabe der Logistik ist es, Waren, Güter und Produkte termingerecht und kostengünstig von A nach B zu befördern. Logistik leistet jedoch noch mehr: Sie umfasst neben der **Distribution* auch die Bereiche Beschaffung, Produktion und Entsorgung.





© WAVEBREAKMEDIAMICRO - FOTOLIA

Flexible Logistiklösungen sind gefragt

Logistikunternehmen müssen nicht nur auf die zunehmende Artikelvielfalt, sondern auch auf Marktschwankungen und Wünsche der KundInnen reagieren. Immer mehr Menschen kaufen im Internet ein und erwarten einen raschen Versand. Daher sind flexible Lösungen gefragt. Beispiele dafür sind individuell gestaltbare Lieferoptionen wie **Same Day Delivery*, **Click and Collect* oder eine möglichst reibungslose Retourenabwicklung. Insbesondere mit der Corona-Krise ist das Paketaufkommen zusätzlich gestiegen.

Smarte Technologien optimieren Prozesse

Moderne Informations-, Kommunikations- und Scan-Technologien sind aus der Welt der Logistik und des Einkaufs nicht mehr wegzudenken. Sie ermöglichen eine effiziente Planung und Steuerung aller Logistikprozesse (**Smart Logistics*). Beispielsweise lassen sich mit **RFID*-Systemen Sendungen lückenlos verfolgen. Elektronische Beschaffungssysteme (**E-Procurement-Systeme*) erleichtern die Organisation des gesamten Einkaufsprozesses und reduzieren Kosten für die Unternehmen. Um die Planungssicherheit zu optimieren, werden zunehmend **Analytics*-Verfahren und **Forecasting*-Modelle eingesetzt.

Umweltgedanke wird wichtiger

Neben den wachsenden Anforderungen an Service und Qualität gewinnen die Themen Nachhaltigkeit, soziale Fairness und Umweltschutz in der Logistik an Bedeutung (**Green Logistics*). Einerseits steigt das Umweltbewusstsein der KonsumentInnen, andererseits bestimmt die Politik zunehmend strengere umweltrechtliche Vorgaben. Um diesen Anforderungen gerecht werden zu können, müssen intelligente und ganzheitliche Logistik-Konzepte entwickelt werden. Ein Beispiel dafür sind Konzepte für eine nachhaltige Logistik für Stadtzentren, die auf den verstärkten Einsatz von Elektroautos und Lastenfahrrädern setzt.

Gute Jobaussichten

Der Bedarf an qualifiziertem Personal in den Bereichen Logistik und Einkauf ist sehr hoch. Aufgrund der zunehmenden internationalen Vernetzung sind gute Englisch-Kenntnisse besonders gefragt. Auch die Bereitschaft zur Weiterbildung ist sehr wichtig, da sich die Branche ständig weiterentwickelt.

Betriebslogistikkaufmann/-frau

Betriebslogistikkaufleute sind LagerspezialistInnen. Sie sorgen dafür, dass Güter und Waren dann zur Verfügung stehen, wenn sie benötigt werden. Dabei achten sie darauf, die Lagerzeiten und Lagerkosten möglichst gering zu halten. Betriebslogistikkaufleute nehmen Güter entgegen, prüfen ihre Qualität und lagern sie fachgerecht. Außerdem kontrollieren sie ständig die Lagerbestände. Wenn beispielsweise eine bestimmte Mindestmenge unterschritten ist, bestellen sie die Ware nach. Sie bereiten Waren für den Versand vor und stellen Dokumente und Formulare aus.



Anforderungen

- Bedienung von Gabelstaplern
- Beschwerdemanagement
- EDV-Anwendungskennntnisse
- Einkaufskennntnisse
- Englisch
- Logistikkenntnisse
- Organisationstalent
- Rechnungswesen-Kenntnisse
- Technisches Verständnis
- Transportabwicklungskennntnisse

Beschäftigungsmöglichkeiten

Betriebslogistikkaufleute arbeiten vor allem in großen Material- und Warenlagern von Industriebetrieben, Handelsbetrieben sowie bei Speditions- und Transportunternehmen. Dort sind sie entweder in Verwaltungsbüros oder direkt im Lager tätig. Je nach Weiterbildungsbereitschaft und Unternehmensstruktur bestehen Aufstiegsmöglichkeiten in leitende Funktionen.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Lehre:** Betriebslogistikkaufmann/-frau; Nah- und DistributionslogistikerIn (befristeter Ausbildungsversuch); Speditionskaufmann/-frau; SpeditionslogistikerIn
- **Berufsbildende mittlere Schule:** Fachschule für wirtschaftliche Berufe; Handelsschule
- **Berufsbildende höhere Schule:** Handelsakademie; Handelsakademie – Logistikmanagement; Höhere Lehranstalt für Wirtschaftsingenieure – Logistik; Höhere Lehranstalt für wirtschaftliche Berufe
- **Sonstiges:** Aufbaulehrgang an Handelsakademien – Logistikmanagement (Neunkirchen, Wien); Kollegs und Aufbaulehrgänge an Handelsakademien; Duale Akademie Logistics Management – Betriebslogistikkaufmann/-frau; Werkmeisterschule für Berufstätige für Logistik (Linz, Steyr, Vöcklabruck) und für Logistikmanagement (Wels); Aus- und Weiterbildungsangebote der BMÖ-Akademie; Kurse und Lehrgänge bei BFI und WIFI, z. B. in den Bereichen Lager, Spedition, Einkauf und Supply Chain Management

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Der Hafen Wien verfügt über 70.000 m² gedeckte Lagerflächen und 200.000 m² Freilagerflächen.

Quelle: Hafen Wien, www.hafen-wien.com

DisponentIn

DisponentInnen organisieren die Beschaffung und den Transport von Waren und Gütern. In Speditionsbetrieben koordinieren sie den Fuhrpark, erstellen Pläne für die Beladung und Auslieferung, planen Routen und teilen das Fahrpersonal ein. Sie erstellen Angebote, kalkulieren Preise, bereiten Transportdokumente und Zollpapiere vor und überwachen die Einhaltung von Lade- und Zustellterminen. In Produktionsbetrieben sind DisponentInnen dafür verantwortlich, dass alle Materialien und Betriebsmittel für die Produktion termingerecht verfügbar sind.



Anforderungen

- EDV-Anwendungskennntnisse
- Englisch
- Kommunikationsstärke
- Kontaktfreude
- Logistikkennntnisse
- Organisationstalent
- Rechnungswesen-Kennntnisse
- *SAP-Kennntnisse, *ERP-Systeme
- Transportabwicklungskennntnisse

Beschäftigungsmöglichkeiten

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen in Speditions- und Logistikunternehmen sowie in Transportunternehmen. DisponentInnen arbeiten auch in größeren Handels-, Industrie- und Produktionsbetrieben sowie in Post- und Paketzentren und bei Boten- und Zustelldiensten. Ein Aufstieg in eine Position als AbteilungsleiterIn ist möglich.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Lehre:** Speditionskaufmann/-frau; SpeditionslogistikerIn
- **Berufsbildende mittlere Schule:** Fachschule für wirtschaftliche Berufe; Handelsschule
- **Berufsbildende höhere Schule:** Handelsakademie; Handelsakademie – Logistikmanagement; Höhere Lehranstalt für Wirtschaftsingenieure – Logistik; Höhere Lehranstalt für wirtschaftliche Berufe
- **Sonstiges:** Aufbaulehrgang an Handelsakademien – Logistikmanagement (Neunkirchen, Wien); Kollegs und Aufbaulehrgänge an Handelsakademien; Duale Akademie Logistics Management – Speditionskaufmann/-frau; Werkmeisterschule für Berufstätige für Logistik (Linz, Steyr, Vöcklabruck) und für Logistikmanagement (Wels); Aus- und Weiterbildungsangebote der BMÖ-Akademie; Kurse und Lehrgänge bei BFI und WIFI, z. B. in den Bereichen Lager, Spedition, Einkauf und Supply Chain Management

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Der Großteil der Gütertransporte in Österreich wird auf der Straße befördert. Im Jahr 2020 betrug das Transportaufkommen im Straßengüterverkehr insgesamt **552,1 Millionen Tonnen.**

Quelle: STATISTIK AUSTRIA, www.statistik.at

EinkäuferIn

EinkäuferInnen sind in Betrieben für den Einkauf von Gütern, Materialien und Dienstleistungen aller Art zuständig. Sie verfolgen die Preisentwicklung auf Märkten, holen Angebote ein, wählen LieferantInnen aus und überwachen die Kosten. Sie treffen Kaufentscheidungen, schließen Verträge ab und organisieren den Transport. Außerdem informieren EinkäuferInnen die Lagerverwaltung über bevorstehende Anlieferungen und kontrollieren die Zahlungs- und Lieferfristen. Technische EinkäuferInnen sind auf die Beschaffung technischer Produkte und Materialien spezialisiert, z. B. Maschinen, Anlagen, Bauteile, Betriebsstoffe.

Anforderungen

- EDV-Anwendungskennntnisse
- Einkaufskennntnisse
- Englisch
- Kommunikationsstärke
- Logistikkenntnisse
- Organisationstalent
- Rechnungswesen-Kenntnisse
- *SAP-Kenntnisse, *ERP-Systeme
- Technisches Verständnis

Beschäftigungsmöglichkeiten

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen in vielen Branchen, vor allem in Industrie-, Handels- und Produktionsbetrieben. Auch in den Bereichen Tourismus und Gastgewerbe sowie in öffentlichen Institutionen und Spitälern werden EinkäuferInnen gebraucht. Je nach Einsatzbereich können sie in Führungspositionen aufsteigen, z. B. zum/zur EinkaufsleiterIn, ZentraleinkäuferIn, LogistikmanagerIn oder BeschaffungsmanagerIn.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Lehre:** BetriebsdienstleisterIn; EinkäuferIn; Industriekaufmann/-frau (befristeter Ausbildungsversuch)
- **Berufsbildende mittlere Schule:** Fachschule für wirtschaftliche Berufe; Handelsschule
- **Berufsbildende höhere Schule:** Handelsakademie; Höhere Lehranstalt für wirtschaftliche Berufe
- **Fachhochschule:** Betriebswirtschaft (Bachelor/Innsbruck, Puch bei Salzburg); Betriebswirtschaft (Master/Puch bei Salzburg); Internationale Wirtschaftsbeziehungen (Bachelor, Master/Eisenstadt); Supply Chain Management (Master/Steyr)



- **Universität:** Studiengänge im Bereich Wirtschaftswissenschaften; Industrielogistik (Bachelor, Master/Leoben); Supply Chain Management (Master/Wien)
- **Sonstiges:** Kollegs und Aufbaulehrgänge an Handelsakademien; Duale Akademie Logistics Management – Betriebslogistikkaufmann/-frau und Speditionskaufmann/-frau; Aus- und Weiterbildungsangebote der BMÖ-Akademie; Kurse und Lehrgänge bei BFI und WIFI, z. B. in den Bereichen Einkauf und Supply Chain Management

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Zu den meistgehandelten Rohstoffen der Welt zählen Rohöl, Kaffee, Erdgas, Gold, Brent-Öl, Silber, Zucker, Mais, Weizen und Baumwolle.

Quelle: Die Presse, www.diepresse.com

LogistikmanagerIn

LogistikmanagerInnen sind für die Organisation, Koordination und Vernetzung von logistischen Abläufen in einem Unternehmen verantwortlich. Sie sorgen dafür, dass alle Prozesse optimal ineinandergreifen – vom Einkauf über die Produktion, Verteilung, Lagerung sowie den Transport von Materialien und Waren bis zur Entsorgung. Sie erstellen z. B. Ablaufpläne dafür, wie Waren möglichst personal- und kostensparend sowie umweltschonend produziert und an die KundInnen geliefert werden können. Viele Logistikprozesse werden durch den Einsatz von speziellen EDV-Systemen digital gesteuert.

Anforderungen

- Betriebswirtschaftskenntnisse
- EDV-Anwendungskenntnisse
- Einkaufskenntnisse
- Englisch
- Kommunikationsstärke
- Logistikkenntnisse
- Organisationstalent
- Rechnungswesen-Kenntnisse
- *SAP-Kenntnisse, *ERP-Systeme
- Transportabwicklungskenntnisse

Beschäftigungsmöglichkeiten

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen in Speditions- und Transportunternehmen, Handels- und Produktionsbetrieben, Industrieunternehmen oder Beratungsfirmen. LogistikmanagerInnen können in verschiedenen Bereichen tätig sein, z. B. in der *Distributions-Logistik, Beschaffungslogistik, Entsorgungslogistik oder im Dienstleistungsbereich. Sie können zum/zur LeiterIn der Logistikabteilung oder in die Geschäftsführung aufsteigen.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Berufsbildende höhere Schule:** Handelsakademie – Logistikmanagement; Höhere Lehranstalt für Wirtschaftsingenieure – Logistik
- **Fachhochschule:** Digitales Transport- und Logistik-Management (Master/Steyr); Internationale Wirtschaftsbeziehungen (Bachelor, Master/Eisenstadt); Internationales Logistik-Management (Bachelor/Steyr); Logistik und Transportmanagement (Bachelor, Master/Wien); Supply Chain Management (Master/Steyr)



- **Universität:** Studiengänge im Bereich Wirtschaftswissenschaften; Industrielogistik (Bachelor, Master/Leoben); Management (Master/Linz, Wien); Supply Chain Management (Master/Wien)
- **Sonstiges:** Aufbaulehrgang an Handelsakademien – Logistikmanagement (Neunkirchen, Wien); Kollegs und Aufbaulehrgänge an Handelsakademien; Aus- und Weiterbildungsangebote der BMÖ-Akademie; Kurse und Lehrgänge bei BFI und WIFI, z. B. in den Bereichen Logistik und Supply Chain Management; Masterlehrgang International Supply Management (FH Joanneum, Kapfenberg); Universitätslehrgang Logistik & Supply Chain Management (WU Executive Academy, Wien)

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Etwa 90 Prozent des Welthandels erfolgen auf dem Seeweg.

Quelle: Umweltbundesamt (Deutschland), www.umweltbundesamt.de

LogistikerIn

LogistikerInnen organisieren spezifische Lösungen für den Transport, die Lagerung und Verteilung von Waren und Gütern. Sie sorgen dafür, dass ein Produkt zur richtigen Zeit am richtigen Ort in der richtigen Menge in der richtigen Qualität zu den geringsten Kosten ankommt. Dabei arbeiten sie mit verschiedenen EDV-Anwendungen, z. B. mit *GIS-Systemen für die Routenplanung oder *GPS und Scan-Systemen für die Ortung von Fahrzeugen und Gütern. Bestellungen und Aufträge wickeln sie mit *E-Billing-Systemen und anderen Programmen ab.

Anforderungen

- Datenbank-Anwendungskennnisse
- EDV-Anwendungskennnisse
- Englisch
- Kommunikationsstärke
- Logistikkennnisse
- Organisationstalent
- Rechnungswesen-Kennnisse
- Transportabwicklungskennnisse

Beschäftigungsmöglichkeiten

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen in Speditions- und Transportunternehmen, Handels- und Produktionsbetrieben oder Industrieunternehmen. LogistikerInnen können in verschiedenen Bereichen tätig sein, z. B. in der Lagerlogistik, Transportlogistik, *Intralogistik oder Verpackungslogistik. Nach mehreren Jahren Berufserfahrung ist ein Aufstieg zum/zur LogistikmanagerIn oder TransportmanagerIn möglich.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Lehre:** Betriebslogistikkaufmann/-frau; Nah- und DistributionslogistikerIn (befristeter Ausbildungsversuch); Speditionskaufmann/-frau; SpeditionslogistikerIn
- **Berufsbildende mittlere Schule:** Fachschule für wirtschaftliche Berufe; Handelsschule
- **Berufsbildende höhere Schule:** Handelsakademie; Handelsakademie – Logistikmanagement; Höhere Lehranstalt für Wirtschaftsingenieure – Logistik; Höhere Lehranstalt für wirtschaftliche Berufe
- **Sonstiges:** Aufbaulehrgang an Handelsakademien – Logistikmanagement (Neunkirchen, Wien); Kollegs und Aufbaulehrgänge an Handelsakademien; Duale Akademie



Logistics Management – Betriebslogistikkaufmann/-frau und Speditionskaufmann/-frau; Werkmeisterschule für Berufstätige für Logistik (Linz, Steyr, Vöcklabruck) und für Logistikmanagement (Wels); Aus- und Weiterbildungsangebote der BMÖ-Akademie; Kurse und Lehrgänge bei BFI und WIFI, z. B. in den Bereichen Lager, Spedition, Einkauf und Supply Chain Management

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Das größte Containerschiff der Welt, die Ever Ace, ist rund 400 Meter lang und 61 Meter breit. Sie kann 23.992 Standardcontainer (TEU) laden.

Quelle: ZEIT ONLINE, www.zeit.de

LogistikplanerIn

LogistikplanerInnen sind vorwiegend für die Planung und Koordinierung der internen Logistik (**Intralogistik*) in Unternehmen zuständig. Sie betreuen Projekte zur Verbesserung der logistischen Abläufe und Prozesse. In enger Abstimmung mit den Abteilungen Einkauf, Planung, Produktion und Vertrieb erstellen sie Konzepte zur Optimierung aller Material- und Informationsflüsse und setzen diese um. Beispielsweise führen sie neue Technologien und Systeme ein, um Prozesse zu beschleunigen, oder entwickeln Strategien zur Materialbereitstellung sowie Lager- und Transportlösungen weiter.

Anforderungen

- EDV-Anwendungskennntnisse
- Englisch
- **ERP*-Systeme und Workflow-Management-Systeme
- Kommunikationsstärke
- Logistikkennntnisse
- Organisationstalent
- Projektmanagement-Kennntnisse
- Prozessverständnis
- Rechnungswesen-Kennntnisse
- Transportabwicklungskennntnisse

Beschäftigungsmöglichkeiten

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen vor allem in Produktionsbetrieben und Industrieunternehmen. LogistikplanerInnen können auch in Logistik- und Transportunternehmen sowie in Beratungsunternehmen für Logistikkösungen tätig sein. Nach mehreren Jahren Berufserfahrung können LogistikplanerInnen in leitende Positionen aufsteigen.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Berufsbildende höhere Schule:** Handelsakademie; Handelsakademie – Logistikmanagement; Höhere Lehranstalt für Wirtschaftsingenieure – Logistik
- **Fachhochschule:** Digitales Transport- und Logistik-Management (Master/Steyr); Internationales Logistik-Management (Bachelor/Steyr); Logistik und Transportmanagement (Bachelor, Master/Wien); Supply Chain Management (Master/Steyr)
- **Universität:** Industrielogistik (Bachelor, Master/Leoben); Management (Master/Linz, Wien); Supply Chain Management (Master/Wien)



- **Sonstiges:** Aufbaulehrgang an Handelsakademien – Logistikmanagement (Neunkirchen, Wien); Kollegs und Aufbaulehrgänge an Handelsakademien; Kollegs für Wirtschaftsingenieure und Wirtschaftsingenieurwesen; Werkmeisterschule für Berufstätige für Logistik (Linz, Steyr, Vöcklabruck) und für Logistikmanagement (Wels); Aus- und Weiterbildungsangebote der BMÖ-Akademie; Kurse und Lehrgänge bei BFI und WIFI, z. B. in den Bereichen Logistik und Supply Chain Management

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Selbstfahrende Transporte werden nicht nur in der Industrie, sondern auch in der Krankenhauslogistik eingesetzt. In der Klinik Floridsdorf führen rund 40 Roboterwagen etwa 500 fahrerlose Transporte pro Tag durch.

Quelle: MeinBezirk.at, www.meinbezirk.at

Supply-Chain-ManagerIn

Supply-Chain-ManagerInnen sind dafür verantwortlich, dass die Lieferkette (**Supply Chain*) vom Einkauf über die Produktion bis zum Vertrieb effizient und kostengünstig funktioniert. Sie steuern die Informations- und Materialflüsse von den RohstofflieferantInnen bis zu den EndkundInnen. Ihr Ziel ist es, Lieferzeiten zu verkürzen, rechtzeitig auf Bedarfsschwankungen zu reagieren, Lagerbestände abzubauen und Abläufe zu beschleunigen. Supply-Chain-ManagerInnen arbeiten eng mit KollegInnen aus den Abteilungen Einkauf, Produktion und Lager zusammen.

Anforderungen

- Betriebswirtschaftskenntnisse
- EDV-Anwendungskenntnisse
- Englisch
- Kommunikationsstärke
- Logistikenntnisse
- Organisationstalent
- Projektmanagement-Kenntnisse
- Rechnungswesen-Kenntnisse
- **SAP*-Kenntnisse, **ERP*-Systeme

Beschäftigungsmöglichkeiten

Supply-Chain-ManagerInnen arbeiten in Unternehmen verschiedenster Branchen, die mit Zulieferbetrieben zusammenarbeiten. Beispiele dafür sind Unternehmen der Automobilindustrie, Maschinenbau- und Elektronikbranche. Supply-Chain-ManagerInnen haben meist bereits Erfahrungen in der Logistik und im Beschaffungsmanagement gesammelt. Ein Aufstieg zur Abteilungsleitung ist möglich.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Berufsbildende höhere Schule:** Handelsakademie – Logistikmanagement; Höhere Lehranstalt für Wirtschaftsingenieure – Logistik
- **Fachhochschule:** Digitales Transport- und Logistik-Management (Master/Steyr); Internationales Logistik-Management (Bachelor/Steyr); Logistik und Transportmanagement (Bachelor, Master/Wien); Supply Chain Management (Master/Steyr)
- **Universität:** Industriellistik (Bachelor, Master/Leoben); Management (Master/Linz, Wien); Supply Chain Management (Master/Wien)



- **Sonstiges:** Aufbaulehrgang an Handelsakademien – Logistikmanagement (Neunkirchen, Wien); Aus- und Weiterbildungsangebote der BMÖ-Akademie; Kurse und Lehrgänge bei BFI und WIFI, z. B. in den Bereichen Logistik und Supply Chain Management; Masterlehrgang International Supply Management (FH Joanneum, Kapfenberg); Universitätslehrgang Logistik & Supply Chain Management (WU Executive Academy, Wien)

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Weltweite Lieferengpässe während der COVID-19-Pandemie dämpften die österreichische Wirtschaftsleistung allein im 2. und 3. Quartal 2021 geschätzt um rund eine drei viertel Milliarde Euro.

Quelle: Oesterreichische Nationalbank, www.oenb.at

TransportmanagerIn

TransportmanagerInnen organisieren, steuern und überwachen nationale und internationale Transporte auf dem Land-, Luft- oder Seeweg. Ihre Hauptaufgabe ist es, geeignete und kostengünstige Transportwege zu ermitteln. Dazu analysieren und optimieren sie Warenströme. Sie führen Verkaufsverhandlungen, nehmen Aufträge entgegen, kalkulieren Preise, erstellen Angebote, wählen Transportunternehmen aus, verfolgen die Transporte z. B. mittels **Tracking-Systemen* und kontrollieren die Einhaltung von Terminen. Als erste Ansprechpersonen für ihre KundInnen kümmern sie sich auch um Reklamationen.

Anforderungen

- EDV-Anwendungskennnisse
- Fremdsprachenkenntnisse
- Kommunikationsstärke
- Kontaktfreude
- Logistikkenntnisse
- Organisationstalent
- Rechnungswesen-Kenntnisse
- **SAP-Kenntnisse, *ERP-Systeme*
- Transportabwicklungskennnisse
- Zollabwicklung

Beschäftigungsmöglichkeiten

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen in Speditions- und Logistikunternehmen sowie in Transportunternehmen. TransportmanagerInnen arbeiten auch in größeren Handels-, Industrie- und Produktionsbetrieben mit eigener Transportabteilung. Der Berufseinstieg erfolgt häufig als AssistentIn oder TransportsachbearbeiterIn. Nach mehreren Jahren Berufserfahrung als TransportmanagerIn besteht die Möglichkeit, in leitende Positionen aufzusteigen.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Berufsbildende höhere Schule:** Handelsakademie; Handelsakademie – Logistikmanagement; Höhere Lehranstalt für Wirtschaftsingenieure – Logistik
- **Fachhochschule:** Digitales Transport- und Logistik-Management (Master/Steyr); Internationale Wirtschaftsbeziehungen (Bachelor, Master/Eisenstadt); Internationales Logistik-Management (Bachelor/Steyr); Logistik und Transportmanagement (Bachelor, Master/Wien); Supply Chain Management (Master/Steyr)



- **Universität:** Studiengänge im Bereich Wirtschaftswissenschaften; Industriellistik (Bachelor, Master/Leoben); Management (Master/Linz, Wien); Supply Chain Management (Master/Wien)
- **Sonstiges:** Aufbaulehrgang an Handelsakademien – Logistikmanagement (Neunkirchen, Wien); Kollegs und Aufbaulehrgänge an Handelsakademien; Aus- und Weiterbildungsangebote der BMÖ-Akademie; Kurse und Lehrgänge bei BFI und WIFI, z. B. in den Bereichen Logistik und Transportwirtschaft; Masterlehrgang International Supply Management (FH Joanneum, Kapfenberg); Universitätslehrgang Logistik & Supply Chain Management (WU Executive Academy, Wien)

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Etwa 10.000 Jeans-Hosen passen in einen 12 Meter langen 40-Fuß-Container.

Quelle: Hafen Hamburg Marketing E.V., www.hamburg-container.com

Weitere Berufe (Kurzinfos)

BeschaffungsmanagerIn

BeschaffungsmanagerInnen sind für die Bereitstellung von Waren und Gütern sowie auch von Personal und Kapital zuständig. Sie legen die Einkaufsstrategie fest und bereiten wichtige Kaufentscheidungen vor. Dabei analysieren, steuern und überwachen sie alle Einkaufsprozesse. Sie erstellen Markt- und Risikoanalysen, vergleichen Preise, verhandeln mit LieferantInnen und machen Qualitätskontrollen. Darüber hinaus bereiten sie Verträge vor, überwachen die Auftragsausführung und kontrollieren die Einhaltung der Liefer- und Zahlungsstermine.

Betriebswirtschaftskenntnisse, der professionelle Umgang mit moderner Einkaufssoftware und *ERP-Systemen, Projektmanagement-Kenntnisse sowie Englisch-Kenntnisse sind wichtige Anforderungen im Beruf.

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen in vielen Branchen, vor allem in Industrie-, Produktions- und Handelsbetrieben. In großen Unternehmen leiten BeschaffungsmanagerInnen, die häufig auch Procurement-ManagerInnen genannt werden, manchmal ein Team von mehreren EinkäuferInnen.

Häufig wird auf dem Arbeitsmarkt ein abgeschlossenes Studium an einer Fachhochschule oder Universität vorausgesetzt, z.B. in den Bereichen Wirtschaftswissenschaften oder Logistik. Auch technische oder wirtschaftliche Ausbildungen an berufsbildenden höheren Schulen können zum Beruf führen.

LagerlogistikerIn

LagerlogistikerInnen erledigen unterschiedliche Lager-tätigkeiten in Betrieben: Beispielsweise nehmen sie Waren entgegen, lagern diese z.B. mit dem Stapler ein oder aus, kontrollieren die Qualität der Waren, sind für die *Kommissionierung zuständig und erstellen Lieferdokumente. Auch die Überwachung von Lieferterminen und Lagerbeständen sowie die Bearbeitung von Reklamationen zählen zu ihren Aufgaben. Bei ihrer Arbeit verwenden sie spezielle Lagerverwaltungssoftware und Handscanner, mit denen Informationen zu den Waren ausgelesen werden können.



Wichtige berufliche Anforderungen sind EDV-Anwendungskenntnisse, Logistikkennnisse, kaufmännisches Verständnis und die Bereitschaft zur Schichtarbeit.

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen vor allem in großen Material- und Warenlagern von Industriebetrieben, Handelsbetrieben sowie in Speditions- und Transportunternehmen.

Mögliche Ausbildungen sind eine Lehre im Bereich Logistik, wie z.B. Betriebslogistikkaufmann/-frau oder SpeditionslogistikerIn, oder kaufmännische und wirtschaftliche Ausbildungen an berufsbildenden mittleren und höheren Schulen.

MaterialwirtschafterIn

MaterialwirtschafterInnen organisieren in einem Unternehmen Güter und Dienstleistungen. Sie stellen beispielsweise sicher, dass für die Produktion benötigte Materialien in den jeweiligen Abteilungen zum richtigen Zeitpunkt vorhanden sind. Dazu ermitteln sie in Absprache mit anderen Abteilungen, wie dem Einkauf oder der Produktion, den Bedarf an Rohstoffen, Halbfertigwaren oder Fertigwaren. Sie kontrollieren Lieferungen und organisieren den betriebsinternen Transport.

Betriebswirtschaftskenntnisse, EDV-Anwendungskenntnisse, Logistikkennnisse, Organisationstalent und technisches Verständnis sind wichtige Anforderungen.

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen in vielen Branchen, vor allem in Industrie-, Produktions- und Handelsbetrieben.

Kaufmännische Ausbildungen mit Logistikscherpunkt an berufsbildenden Schulen oder ein einschlägiges Studium an einer Fachhochschule oder Universität bilden eine gute Basis für den Beruf.

Beispiele für weitere Berufe:

- Industriekaufmann/-frau (befristeter Ausbildungsversuch)
- LagerverwalterIn
- Nah- und DistributionslogistikerIn (befristeter Ausbildungsversuch)
- SpeditionslogistikerIn
- TechnischerR EinkäuferIn
- TransportsachbearbeiterIn
- ZolldeklarantIn

Genauere Informationen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

Handel und Export



BERUFSBESCHREIBUNGEN

DrogistIn	34
EDV-Kaufmann/-frau	35
EinrichtungsberaterIn	36
Einzelhandelskaufmann/-frau	37
ExportsachbearbeiterIn	38
FloristIn	39
Foto- und Multimediakaufmann/-frau	40
Großhandelskaufmann/-frau	41
Immobilienkaufmann/-frau	42
PharmareferentIn	43
Pharmazeutisch-kaufmännischeR AssistentIn	44
Sportgerätechkraft (m/w/x)	45

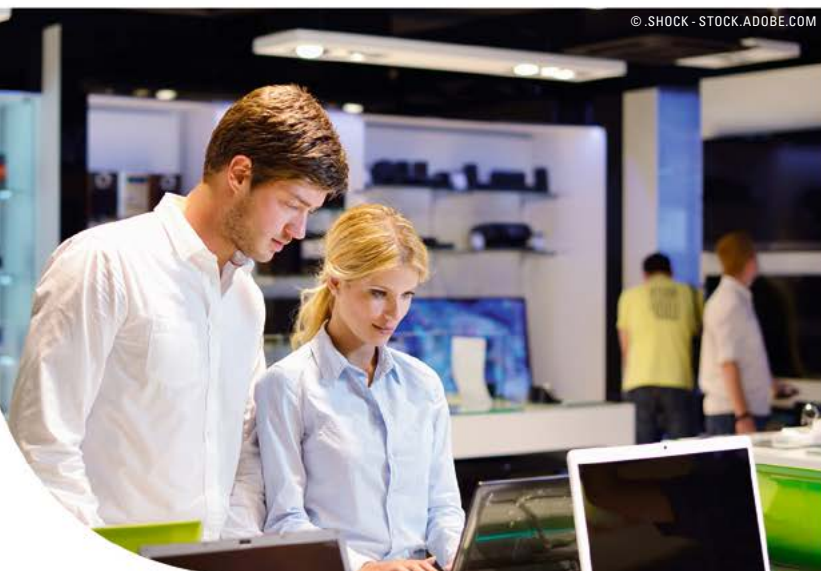
WEITERE BERUFE (KURZINFOS)

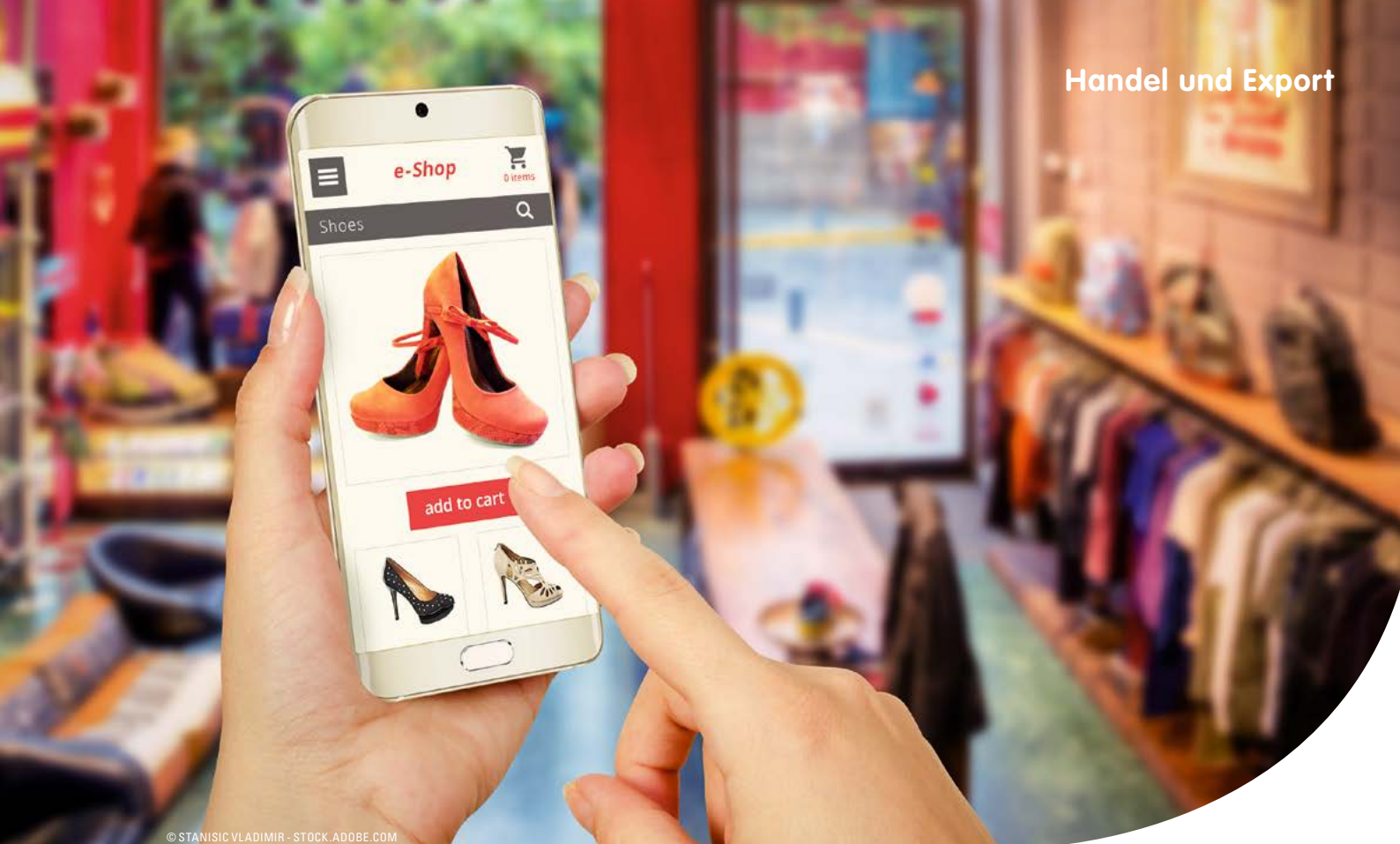
ExportmanagerIn	46
Medizinproduktekaufmann/-frau	46
Versicherungskaufmann/-frau	46
Beispiele für weitere Berufe	46

Handel und Export

Der Handel zählt zu den wichtigsten Wirtschaftszweigen Österreichs. Besonders viele Arbeitsplätze bietet der Einzelhandel. Auch die Exportbranche ist für die österreichische Wirtschaft sehr bedeutend. Jeder zweite Job im Land hat direkt oder indirekt mit dem Außenhandel zu tun.

Mehr als die Hälfte aller Beschäftigten im Handel arbeitet im Einzelhandel. Trotz der Konkurrenz durch große Warenhausketten, Versandhäuser und Online-Shops ist die Nachfrage nach gut geschultem Verkaufspersonal im Fachhandel stabil. Je nach Qualifikation bietet der Einzelhandel auch für QuereinsteigerInnen Beschäftigungsmöglichkeiten. Vor allem im Lebensmittel-, Kosmetik- und Bekleidungshandel werden immer MitarbeiterInnen gesucht. Das hat auch damit zu tun, dass viele Beschäftigte in diesen Bereichen häufig den Job wechseln. Dadurch werden immer wieder Stellen frei. Teilzeitarbeit ist im Einzelhandel sehr stark verbreitet.





© STANISIC VLADIMIR - STOCK.ADOBE.COM

Ladengeschäft und Online-Shop

Der zunehmende Online-Handel stellt den **stationären Handel* vor große Herausforderungen. Um konkurrenzfähig zu bleiben, betreiben viele Einzelhandelsunternehmen mit Ladengeschäften zusätzlich einen Online-Shop. Diese Kombination aus verschiedenen Vertriebswegen wird als **Multi-Channel-Handel* bzw. **Cross-Channel-Handel* bezeichnet. Der Großteil der Umsätze im Einzelhandel wird zwar nach wie vor über den stationären Handel erzielt, trotzdem ist die Einbindung von Online-Funktionalitäten ein wichtiges Zusatzangebot für viele Einzelhandelsunternehmen. Während der Corona-Pandemie haben viele EinzelhändlerInnen ihr Online-Angebot ausgebaut (z. B. **Click and Collect*).

Digitales Know-how immer wichtiger

Moderne Technologien sind aus dem Handel nicht mehr wegzudenken. Computerkassen oder Barcode-scanner sind bereits Standard. Immer häufiger werden auch mobile Endgeräte wie **Tablets* im Verkaufsgespräch eingesetzt. Von den MitarbeiterInnen wird daher zunehmend digitales Know-how erwartet. Gleichzeitig müssen sie darauf vorbereitet sein, dass die KundInnen durch Online-Recherchen schon gut informiert ins Geschäft kommen.

Nachhaltigkeitsgedanke beeinflusst Kaufentscheidungen

Mandeln aus Kalifornien, Kiwis aus Neuseeland, Fleisch aus Argentinien – der globale Handel schafft eine enorme Produktvielfalt. Gleichzeitig steigt angesichts der Klimakrise das allgemeine Bewusstsein für Nachhaltigkeit. Immer mehr KonsumentInnen legen Wert auf umweltverträglich produzierte bzw. transportierte Waren und kaufen bevorzugt regional ein. Auch Aspekte wie sozial faire Arbeitsbedingungen und Tierwohl gewinnen bei Kaufentscheidungen an Bedeutung. Viele Supermarktketten bauen ihr regionales Angebot aus und auch der Direktvertrieb von lokalen ProduzentInnen (z. B. Hofläden) nimmt zu.

Exportland Österreich

Im Bereich Export eröffnen sich langfristig gesehen gute Arbeitsmarktperspektiven. Der größte Exportmarkt für Österreich ist Deutschland. Auch die USA, Italien, Frankreich und die Schweiz sind wichtige Handelspartner. Beispiele für Exportprodukte sind Maschinenbau- und Fahrzeugzeugnisse. Auch chemische Erzeugnisse, Eisen, Stahl, Metallwaren sowie Nahrungsmittel und Getränke sind bedeutende Exportwaren.

DrogistIn

DrogistInnen verkaufen unterschiedliche Drogeriewaren. Beispiele sind Heilkräuter, Tees, Kindernahrung, pflanzliche Arzneimittel, Kosmetikartikel, Parfümeriewaren oder Reinigungs- und Waschmittel. DrogistInnen beraten die KundInnen und erklären ihnen die Wirkung der Produkte. Sie stellen manche Drogeriewaren selbst her, z. B. Teemischungen oder Cremes. Zu ihren Aufgaben zählen auch kaufmännische und fachliche Tätigkeiten: Sie bestellen Waren, überprüfen Lieferungen, kümmern sich um die Lagerung und kassieren. DrogistInnen sorgen auch für eine ansprechende Präsentation der Waren im Verkaufsraum.



Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Lehre:** DrogistIn
- **Sonstiges:** Aufbaulehrgänge an Handelsakademien; Berufsakademie Handel (WIFI); betriebsinterne Schulungen; Kurse und Lehrgänge bei BFI, WIFI und anderen Weiterbildungsinstituten, z. B. in den Bereichen Ernährung, Kosmetik, Heilkräuterkunde, Fotoartikel, Warenpräsentation, Lagerhaltung und Verkauf; Vorbereitungskurse für die Lehrabschlussprüfung (WIFI)

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

Anforderungen

- Bedienung von Computerkassen
- EDV-Anwendungskennntnisse
- Einkaufskennntnisse
- Fachberatung
- Freundlichkeit
- Guter Geruchssinn
- Lagerwirtschaft
- Serviceorientierung
- Verkaufskennntnisse

Beschäftigungsmöglichkeiten

DrogistInnen arbeiten in Drogerien, Filialen von Drogerieketten oder im Großhandel. Beschäftigungsmöglichkeiten bieten auch Apotheken und Reformhäuser sowie Industriebetriebe, die chemische und pharmazeutische Produkte herstellen. Die meisten Arbeitsplätze bieten große Drogerieketten. In größeren Betrieben sowie im Großhandel können DrogistInnen zu FilialleiterInnen, AbteilungsleiterInnen oder GebietsleiterInnen aufsteigen.

INTERESSANT

Vor 1930 wurde in Drogerien auch Treibstoff für das Auto verkauft, da es damals noch keine Tankstellen gab.

*Quelle: Österreichisches Pharma- und Drogistenmuseum,
www.drogistenmuseum.at*

EDV-Kaufmann/-frau

EDV-Kaufleute verkaufen Computer, Computerzubehör (Hardware) und Computerprogramme (Software) und sind auch für den Wareneinkauf zuständig. Sie beraten und informieren die KundInnen über die Geräte oder Programme. Sie installieren und konfigurieren Software und einfache Netzwerke und beheben auch kleinere Fehler und Störungen. EDV-Kaufleute erledigen auch verschiedene kaufmännisch-administrative Tätigkeiten: Sie holen Angebote ein, bestellen Waren, kontrollieren Lieferungen, führen das Lager und wickeln KundInnenaufträge ab.



Anforderungen

- Beschwerdemanagement
- E-Commerce-Kenntnisse
- EDV-Anwendungskenntnisse
- Fachberatung
- IT-Hardware
- IT-Support
- Kontaktfreude
- Technisches Verständnis
- Verkaufskennnisse

Beschäftigungsmöglichkeiten

EDV-Kaufleute arbeiten meist in Einzelhandelsbetrieben, die Hard- und Software verkaufen. Sie sind auch in EDV-Abteilungen größerer Unternehmen und Elektro- und Elektronik-Handelsketten und im Großhandel beschäftigt. EDV-Dienstleistungsunternehmen bieten ebenfalls Beschäftigungsmöglichkeiten. EDV-Kaufleute können zu FilialleiterInnen oder EinkaufsleiterInnen aufsteigen.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Lehre:** EDV-Kaufmann/-frau; Informationstechnologie/-technologin – Betriebstechnik; Informationstechnologie/-technologin – Systemtechnik
- **Berufsbildende mittlere Schule:** Fachschule für Informationstechnik mit Betriebspraxis; Fachschule für wirtschaftliche Berufe; Handelsschule
- **Berufsbildende höhere Schule:** Handelsakademie; Höhere Lehranstalt für Informationstechnologie; Höhere Lehranstalt für wirtschaftliche Berufe
- **Sonstiges:** Kollegs und Aufbaulehrgänge an Handelsakademien; Berufsakademie Handel (WIFI); Duale Akademie – IT & Software; betriebsinterne Schulungen; Produktschulungen bei Hard- und Softwareunternehmen; Kurse und Lehrgänge bei BFI, WIFI und anderen Weiterbildungsinstituten, z. B. zu den Themen Einkauf, E-Commerce, Reklamationsbearbeitung und Warenpräsentation

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

98 Prozent der ÖsterreicherInnen nutzen ein Smartphone. *Instant-Messaging zählte 2020 zu den meistverwendeten Funktionen.

Quelle: Mind Take Research/Mobile Marketing Association Austria, www.mmaaustria.at

EinrichtungsberaterIn

EinrichtungsberaterInnen verkaufen Möbel, Wohndekor und Textilien und beraten KundInnen bei der Gestaltung von Innenräumen, z. B. von Wohnräumen, Büros oder Restaurants. Mithilfe spezieller Software, beispielsweise *CAD-Programmen, erstellen sie nach den Wünschen der KundInnen Skizzen und kalkulieren die Kosten für den Materialaufwand und die Montage. EinrichtungsberaterInnen können auch für den Einkauf und die Lagerung von Waren zuständig sein. Häufig spezialisieren sie sich auf einen Einrichtungs- oder Ausstattungsbereich, z. B. auf Küchenplanung, Beleuchtung oder Geschäftseinrichtungen.

Anforderungen

- Ästhetisches Gefühl
- Beratungskompetenz
- Büro- und Verwaltungskennnisse
- CAD-Kennnisse
- EDV-Anwendungskennnisse
- Raumausstattungskennnisse
- Räumliches Vorstellungsvermögen
- Serviceorientierung
- Verkaufskennnisse

Beschäftigungsmöglichkeiten

Beschäftigungsmöglichkeiten bieten Möbelgeschäfte, Einrichtungshäuser, Filialen von Handelsketten der Möbel- und Einrichtungsbranche, Kaufhäuser, Fachgeschäfte für Wohndesign und Innenraumplanungsunternehmen. Manche EinrichtungsberaterInnen sind selbstständig tätig.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Lehre:** Einzelhandelskaufmann/-frau – Einrichtungsberatung
- **Berufsbildende mittlere Schule:** Schule für EinrichtungsberaterInnen (ab 18 Jahren, Kuchl)
- **Berufsbildende höhere Schule:** Höhere Lehranstalt für Innenarchitektur und Holztechnologien
- **Fachhochschule:** Holztechnologie und Holzbau (Bachelor/Salzburg)
- **Universität:** raum&designstrategien (Bachelor, Master/Linz)
- **Sonstiges:** Kolleg/Aufbaulehrgang für Innenraumgestaltung und Holztechnik (Linz, Villach) und für Design – Produkt- und Innenraumgestaltung (St. Pölten);



Ausbildungsmodule an der Interior Design Academy Kuchl; Berufsakademie Handel (WIFI); Kurse und Lehrgänge bei BFI und WIFI, z. B. in den Bereichen Innendesign, Innenraumgestaltung, Badplanung, Küchenplanung, Feng Shui

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Die erste in Serie gefertigte Einbauküche der Welt, die sogenannte „Frankfurter Küche“, wurde in den 1920er-Jahren von der österreichischen Architektin Margarete Schütte-Lihotzky entworfen.

Quelle: ORF.at

Einzelhandelskaufmann/-frau

Einzelhandelskaufleute sind vor allem für den Verkauf von Waren und die Beratung von KundInnen zuständig. Darüber hinaus bestellen Einzelhandelskaufleute Waren bei Großhandelsunternehmen oder Herstellerfirmen, kontrollieren die Lieferungen und kümmern sich um die fachgerechte Lagerung. Eine weitere wichtige Aufgabe ist die Auszeichnung der Preise. Auch die ansprechende Präsentation der Waren im Geschäftslokal oder in Schaufenstern zählt zu ihren Aufgaben. Sie erledigen auch kaufmännisch-administrative Aufgaben und arbeiten bei der Jahresinventur mit.



Anforderungen

- Bedienung von Computerkassen
- Büro- und Verwaltungskennnisse
- Dekorationskenntnisse
- EDV-Anwendungskennnisse
- Einkaufskennnisse
- Fachberatung
- Freundlichkeit
- Kommunikationsstärke
- Lagerwirtschaft
- Verkaufskennnisse

Beschäftigungsmöglichkeiten

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen in Fachgeschäften, Großkaufhäusern, Filialen von Einzelhandelsketten, Supermärkten und Einkaufszentren. Da viele Beschäftigte häufig die Arbeitsstelle wechseln, werden immer wieder Stellen frei. Teilzeitstellen sind sehr verbreitet. Einzelhandelskaufleute können in die Filial- oder Betriebsleitung aufsteigen oder selbstständig im eigenen Einzelhandelsgeschäft tätig sein.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Lehre:** Einzelhandelskaufmann/-frau, 15 Ausbildungsschwerpunkte: Allgemeiner Einzelhandel, Baustoffhandel, Einrichtungsberatung, Eisen- und Hartwaren, Elektro-Elektronikberatung, Feinkostfachverkauf, Gartencenter, Kraftfahrzeuge und Ersatzteile, Lebensmittelhandel, Parfümerie, Schuhe, Sportartikel, Telekommunikation, Textilhandel, Uhren- und Juwelenberatung
- **Sonstiges:** Aufbaulehrgänge an Handelsakademien; Berufsakademie Handel (WIFI); betriebsinterne Schulungen; Duale Akademie Sales & Market: Großhandel; Kurse und Lehrgänge bei BFI, WIFI und anderen Weiterbildungsinstituten, z. B. in den Bereichen Warenpräsentation, Lagerhaltung und Verkauf; Vorbereitungskurse für die Lehrabschlussprüfung (BFI, WIFI)

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Laut einer im Jahr 2021 in Österreich durchgeführten Studie kaufen 58 Prozent der Befragten mindestens einmal in der Woche Bioprodukte.

Quelle: RollAMA/AMA AMA-Marketing/BMLRT, www.bmlrt.gv.at

ExportsachbearbeiterIn

ExportsachbearbeiterInnen wickeln den Verkauf von heimischen Waren oder Dienstleistungen ins Ausland ab. Sie arbeiten eng mit den Abteilungen Vertrieb sowie Einkauf, Produktion, Lager und KundInnenservice zusammen. Weiters ermitteln und analysieren sie neue Märkte und erstellen Absatzstatistiken und Verkaufsangebote. Sie pflegen den Kontakt zu HändlerInnen und InteressentInnen im Ausland sowie zum Außendienst. Exportkaufleute beraten KundInnen auch bei der zollrechtlichen und einfuhrrechtlichen Abwicklung und überwachen und kontrollieren den Warentransfer.



© AMS / DORO FILMPRODUKTION

Anforderungen

- Betriebswirtschaftskenntnisse
- E-Commerce-Kenntnisse
- EDV-Anwendungskenntnisse
- Einkaufskenntnisse
- Fremdsprachenkenntnisse
- Organisationstalent
- Rechnungswesen-Kenntnisse
- *SAP-Kenntnisse, *ERP-Systeme
- Transportabwicklungskenntnisse
- Verkaufskenntnisse

Beschäftigungsmöglichkeiten

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen vorwiegend in Speditionsbetrieben, in größeren Handelsbetrieben sowie in Produktionsbetrieben mit eigenen Exportabteilungen. Nach mehreren Jahren Berufserfahrung ist ein Aufstieg zum/zur ExportleiterIn möglich. Kenntnisse in mehreren Sprachen verbessern die guten Berufsaussichten zusätzlich.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Lehre:** Großhandelskaufmann/-frau
- **Berufsbildende mittlere Schule:** Fachschule für wirtschaftliche Berufe; Handelsschule
- **Berufsbildende höhere Schule:** Handelsakademie; Handelsakademie – Internationale Wirtschaft; Handelsakademie – Logistikmanagement
- **Fachhochschule:** Export-oriented Management (Bachelor/Krems); Global Sales and Marketing (Bachelor, Master/Steyr); Internationale Wirtschaftsbeziehungen (Bachelor, Master/Eisenstadt)
- **Universität:** Studiengänge im Bereich Wirtschaftswissenschaften; Export- und Internationalisierungsmanagement (Master/Wien)
- **Sonstiges:** Kollegs und Aufbaulehrgänge an Handelsakademien; Diplomausbildung ExportsachbearbeiterIn (BFI/Graz, Wien); Diplomlehrgang Export/Exportmanagement (WIFI)

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

**80 Prozent der österreichischen
Warenausfuhren gehen in europäische
Länder.**

Quelle: Außenwirtschaft Austria/WKO, www.wko.at

FloristIn

FloristInnen verkaufen Schnittblumen, Topfpflanzen und Gartenpflanzen sowie Zubehör und Zusatzartikel. Beispiele dafür sind Blumentöpfe, Vasen, Erde oder Düngemittel. Sie gestalten Blumensträuße, Gestecke und Kränze und dekorieren auch verschiedene Locations, z. B. Festsäle, mit Blumen. FloristInnen beraten ihre KundInnen und geben Tipps zur Pflege und Haltbarkeit der Pflanzen. Sie stellen sicher, dass immer genug Ware vorhanden ist, führen Bestellungen durch und nehmen die gelieferten Waren an. Sie kümmern sich auch um die Lagerung und Pflege der Pflanzen.

Anforderungen

- Ästhetisches Gefühl
- Bedienung von Computerkassen
- Blumen- und Zierpflanzenbau
- Dekorationskenntnisse
- Fachberatung
- Feinmotorische Geschicklichkeit
- Freundlichkeit
- Kreativität
- Verkaufskennnisse

Beschäftigungsmöglichkeiten

FloristInnen arbeiten in Blumengeschäften, Filialen von Blumenhandelsketten, Gärtnereien und Betrieben des Blumenbindergewerbes. Auf dem Arbeitsmarkt besteht eine stabile Nachfrage nach FloristInnen. Da im Blumenhandel zum Teil erweiterte Öffnungszeiten möglich sind, wird mitunter auch an Sonn- und Feiertagen gearbeitet. FloristInnen können zu FilialleiterInnen aufsteigen oder ein eigenes Geschäft führen.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Lehre:** FloristIn
- **Berufsbildende mittlere Schule:** Landwirtschaftliche Fachschule, Fachrichtung Gartenbau – Blumenbinden (Floristik) (Haid bei Linz)
- **Berufsbildende höhere Schule:** Höhere Lehranstalt für Gartenbau (Wien); Höhere Lehranstalt für Garten- und Landschaftsgestaltung (Wien)
- **Sonstiges:** Duale Akademie – Gardening & Floristry; betriebsinterne Schulungen; Kurse und Lehrgänge bei BFI, WIFI und anderen Weiterbildungsinstituten, z. B. in den Bereichen Warenpräsentation, Lagerhaltung



und Verkauf, Weihnachtsfloristik oder Osterfloristik; Seminare, Veranstaltungen und Fortbildungen der Bundes- und Landesinnungen der GärtnerInnen und FloristInnen; Meisterausbildung Floristik (Gartenbauschule Langenlois); Meisterschule Floristik (WIFI, Innsbruck); Vorbereitungskurse für die Lehrabschlussprüfung (WIFI)

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Rund 170 Blumenarrangements und 480 Blumengestecke schmückten den Wiener Opernball 2020.

Quelle: Wiener Staatsoper, www.wiener-staatsoper.at

Foto- und Multimediakaufmann/-frau

Foto- und Multimediakaufleute verkaufen z. B. Kameras, Objektive, Computer, Drucker, *Tablets, Smartphones, Handys und Unterhaltungselektronikartikel sowie Zubehör. Sie beraten die KundInnen und erklären ihnen die Funktionsweise der Geräte. Foto- und Multimediakaufleute fertigen auch Passfotos an. Weitere Tätigkeiten sind die Bestellung, Überprüfung und Lagerung von Waren. Auch die ansprechende Platzierung und Präsentation der Waren im Geschäftslokal gehört zu ihren Aufgaben sowie auch administrative Büroarbeiten.



Anforderungen

- Bedienung von Computerkassen
- Büro- und Verwaltungskennntnisse
- E-Commerce-Kennntnisse
- EDV-Anwendungskennntnisse
- Fachberatung
- Freundlichkeit
- Serviceorientierung
- Technisches Verständnis
- Verkaufskennntnisse

Beschäftigungsmöglichkeiten

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen vor allem in Foto- und *Multimedia-Geschäften, in Filialen von großen Handelsketten und in Kaufhäusern. Obwohl Foto- und Multimediaartikel verstärkt im Online-Handel erworben werden, besteht dennoch eine stabile Nachfrage nach kompetentem Fachpersonal. Foto- und Multimediakaufleute können z. B. in die Filialleitung oder Geschäftsführung aufsteigen oder in einem eigenen Geschäft tätig sein.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Lehre:** Foto- und Multimediakaufmann/-frau
- **Sonstiges:** Aufbaulehrgänge an Handelsakademien; Berufsakademie Handel (WIFI); betriebsinterne Schulungen; Produktschulungen bei Herstellerbetrieben; Kurse und Lehrgänge bei BFI, WIFI und anderen Weiterbildungsinstituten, z. B. zu den Themen Einkauf, E-Commerce, Reklamationsbearbeitung, Warenpräsentation und Fototechnik

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Der Hallstätter See mit dem Bergpanorama im Hintergrund war 2020 der beliebteste Foto-Hotspot der ÖsterreicherInnen.

Quelle: Journi/ FOTOobjektiv, www.fotoobjektiv.at

Großhandelskaufmann/-frau

Großhandelskaufleute handeln mit verschiedensten Waren in großen Mengen. Beispiele dafür sind Lebensmittel, Möbel, Elektronikgeräte oder Kleidungsstücke. Sie kaufen die Waren bei HerstellerInnen und LieferantInnen ein und verkaufen sie mit Gewinn an GroßabnehmerInnen, wie z. B. Einzelhandelsunternehmen. Großhandelskaufleute holen Angebote ein, bestellen Waren, überprüfen ihre Qualität und kümmern sich um eine sachgemäße Lagerung. Sie erstellen Angebote für ihre KundInnen, bearbeiten Bestellungen, wickeln den Zahlungsverkehr ab und organisieren den Versand.

Anforderungen

- Büro- und Verwaltungskennnisse
- E-Commerce-Kennnisse
- EDV-Anwendungskennnisse
- Einkaufskennnisse
- Englisch
- Lagerwirtschaft
- Organisationstalent
- Rechnungswesen-Kennnisse
- *SAP-Kennnisse, *ERP-Systeme
- Verkaufskennnisse

Beschäftigungsmöglichkeiten

Großhandelskaufleute arbeiten überwiegend in Großhandelsbetrieben oder in Import- und Exportunternehmen unterschiedlichster Branchen. Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen auch in der Industrie und im Gewerbe sowie als EinkäuferInnen für Einzelhandelsketten. Großhandelskaufleute können in den Außendienst wechseln. Auch der Aufstieg zur Abteilungsleitung, kaufmännischen Leitung oder in die Geschäftsführung ist möglich.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Lehre:** Großhandelskaufmann/-frau
- **Berufsbildende mittlere Schule:** Fachschule für wirtschaftliche Berufe; Handelsschule
- **Berufsbildende höhere Schule:** Handelsakademie; Handelsakademie – Internationale Wirtschaft; Höhere Lehranstalt für wirtschaftliche Berufe
- **Sonstiges:** Kollegs und Aufbaulehrgänge an Handelsakademien und für wirtschaftliche Berufe; Duale Akademie Sales & Market: Großhandel; betrieb-



sinterne Schulungen; Kurse und Lehrgänge bei BFI, WIFI und anderen Weiterbildungsinstituten, z. B. in den Bereichen Transportmanagement, Lagerhaltung, Qualitätsmanagement, Vertrieb, Einkauf und Export; Diplomlehrgang Export/Exportmanagement (WIFI); Vorbereitungskurse für die Lehrabschlussprüfung (BFI, WIFI)

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

In Österreich gibt es mehr als 23.000
Großhandelsunternehmen.

Quelle: STATISTIK AUSTRIA, www.statistik.at

Immobilienkaufmann/-frau

Immobilienkaufleute vermitteln, verkaufen oder verwalten Immobilienobjekte. Dazu zählen z. B. Häuser, Wohnungen, Grundstücke, Bürogebäude oder Betriebsgebäude. Immobilienkaufleute, die für Bauträger tätig sind, suchen Grundstücke, planen Gebäude und wirken beim Verkauf mit. Immobilienkaufleute im Bereich Maklerei vermitteln Immobilien an InteressentInnen. Dazu schalten sie z. B. Anzeigen auf Online-Plattformen. Immobilienkaufleute mit dem Schwerpunkt Verwaltung kümmern sich um die Instandhaltung von Wohnanlagen, organisieren EigentümerInnenversammlungen und rechnen Miet- und Pachtverhältnisse ab.



Anforderungen

- Bank- und Finanzwesenkenntnisse
- Büro- und Verwaltungskenntnisse
- EDV-Anwendungskenntnisse
- Gebäudemanagement-Kenntnisse
- Grundlagen des Immobilienrechts
- Kontaktfreude
- Marketingkenntnisse
- Rechnungswesen-Kenntnisse
- Verkaufskenntnisse

Beschäftigungsmöglichkeiten

Immobilienkaufleute arbeiten in Immobilienmakler- und Immobilienverwaltungsfirmen, z. B. Hausverwaltungen, bei ImmobilienreuhänderInnen, Wohnbaugenossenschaften, Stadt- und Gemeindeverwaltungen oder bei Bauträgern. Beschäftigungsmöglichkeiten bieten auch Banken und Versicherungen sowie Unternehmen anderer Wirtschaftsbereiche, die im Immobiliengeschäft tätig sind. Aufgrund der positiven Entwicklung des Immobilienmarktes sind die Chancen auf dem Arbeitsmarkt gut. Immobilienkaufleute können in leitende Funktionen aufsteigen.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Lehre:** Immobilienkaufmann/-frau – Bauträger; Immobilienkaufmann/-frau – Makler; Immobilienkaufmann/-frau – Verwalter
- **Berufsbildende höhere Schule:** Handelsakademie; Höhere Lehranstalt für wirtschaftliche Berufe
- **Fachhochschule:** Facility- & Immobilienmanagement (Master/Kufstein); Facility Management & Immobilienwirtschaft (Bachelor/Kufstein); Immobilienmanagement (Master/Wien); Immobilienwirtschaft (Bachelor/Wien); Nachhaltiges Immobilienmanagement (Bachelor/Spittal an der Drau)
- **Sonstiges:** Kollegs und Aufbaulehrgänge an Handelsakademien und für wirtschaftliche Berufe; Ausbildung zum/zur Immobilienmakler-Assistenten/-in und Immobilienverwalter-Assistenten/-in (WIFI); Lehrgänge und Seminare der ÖVI Immobilienakademie; MSc Real Estate Management (WIFI/FHWien der WKW); Kurse und Lehrgänge bei BFI und WIFI im Bereich Immobilien, z. B. Kompaktlehrgang ImmobilienverwalterassistentIn (BFI)

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Rund 68.100 Wohnungen wurden im Jahr 2020 in Österreich errichtet.

Quelle: STATISTIK AUSTRIA, www.statistik.at

PharmareferentIn

PharmareferentInnen stellen ÄrztInnen, ApothekerInnen und KrankenhauseinkäuferInnen pharmazeutische Produkte eines Pharmaunternehmens vor. Sie informieren über Wirkungsweise, Dosierung, Nebenwirkungen, Risiken und Kombinationsmöglichkeiten der Arzneimittel sowie über mögliche Unverträglichkeiten. Darüber hinaus versorgen sie ihre KundInnen mit Informations- und Werbeunterlagen und Produktmustern. PharmareferentInnen arbeiten eng mit der Marketing-Abteilung zusammen. Meist sind sie für eine bestimmte Region zuständig.



Anforderungen

- EDV-Anwendungskennntnisse
- Fachberatung
- Kommunikationsstärke
- Marketingkenntnisse
- Medizinische Grundkenntnisse
- Pharmazeutikkenntnisse
- Präsentationsfähigkeiten
- Reisebereitschaft

Beschäftigungsmöglichkeiten

PharmareferentInnen arbeiten bei Unternehmen der pharmazeutischen Industrie oder im Pharmagroßhandel. Voraussetzung für die Ausübung des Berufs ist die erfolgreich abgelegte staatliche PharmareferentInnen-Prüfung oder ein abgeschlossenes Medizin- oder Pharmaziestudium. Aufstiegsmöglichkeiten bestehen z.B. als GebietsleiterIn oder AußendienstleiterIn. Im Innendienst ist z.B. eine Tätigkeit in den Bereichen Produktmanagement, Marketing oder Qualitätsmanagement möglich.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Universität:** Humanmedizin (Diplom/Graz, Innsbruck, Salzburg, Wien); Humanmedizin (Bachelor/Linz); Humanmedizin (Master/Krems, Linz); Medical Science (Bachelor/Krems); Pharmazie (Bachelor, Master/Graz, Innsbruck, Wien); Veterinärmedizin (Diplom/Wien); Zahnmedizin (Diplom/Graz, Innsbruck, Krems, Wien)
- **Sonstiges:** Certified Program PharmareferentIn (Donau-Universität Krems); Vorbereitungskurse und Workshops für die PharmareferentInnen-Prüfung (verschiedene Anbieter); Voraussetzung für die Ablegung der PharmareferentInnen-Prüfung ist die Hochschulreife (Matura, Studienberechtigungsprüfung bzw. Berufsreifeprüfung) oder die Berufsberechtigung im gehobenen Dienst für Gesundheits- und Krankenpflege

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

97 neue Humanarzneimittel wurden 2020 in Europa zugelassen, davon enthalten 39 neue Wirkstoffe.

Quelle: EMA/Pharmig, www.pharmig.at

Pharmazeutisch-kaufmännischeR AssistentIn

Pharmazeutisch-kaufmännische AssistentInnen erledigen in Apotheken kaufmännische und organisatorische Aufgaben. Sie beraten KundInnen und verkaufen nicht-apothekenpflichtige Produkte, wie z. B. Kosmetikartikel, Verbandstoffe oder Fieberthermometer. Auch bei der Herstellung von Arzneipulvermischungen, Teemischungen, Salben, Tropfen und ähnlichen Arzneimitteln helfen sie mit. Außerdem betreuen sie das Warenlager der Apotheke. Dabei überprüfen sie laufend die Bestände und bestellen Waren über den Großhandel oder direkt bei den Herstellerfirmen.



Anforderungen

- Bedienung von Computerkassen
- EDV-Anwendungskennntnisse
- Fachberatung
- Freundlichkeit
- Kommunikationsstärke
- Marketingkennntnisse
- Medizinische Grundkennntnisse
- Pharmazeutikkennntnisse
- Rezeptabrechnung
- Verkaufskennntnisse

Beschäftigungsmöglichkeiten

Pharmazeutisch-kaufmännische AssistentInnen arbeiten in Apotheken oder Krankenhausapotheken und in Einrichtungen des öffentlichen Gesundheitswesens. Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen auch in Drogerien, Reformhäusern und Kosmetikgeschäften sowie in Betrieben des pharmazeutischen Großhandels. Teilarbeit ist in diesem Beruf weit verbreitet.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Lehre:** Pharmazeutisch-kaufmännischeR AssistentIn
- **Sonstiges:** Aufbaulehrgänge an Handelsakademien; betriebsinterne Schulungen und Kurse von Herstellerfirmen von pharmazeutischen Produkten; Kurse und Lehrgänge bei BFI, WIFI und anderen Weiterbildungsanbietern, z. B. in den Bereichen Kosmetik, Komplementärmedizin, Heilkräuter, Ernährung oder Verkauf; Weiterbildungsangebote der Apothekerkammer und des Österreichischen Apothekerverbands; Vorbereitungskurse für die Lehrabschlussprüfung (BFI, WIFI)

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Rund 30 Prozent der in Österreich zugelassenen Humanarzneimittel können rezeptfrei in der Apotheke gekauft werden.

Quelle: Pharmig, www.pharmig.at

Sportgerätefachkraft (m/w/x)

Sportgerätefachkräfte sind für die Montage, Wartung, Reparatur und das Service von verschiedenen Sportgeräten und Sportartikeln zuständig. Beispiele dafür sind Skier, Snowboards, Fahrräder, Kletterausrüstungen oder Trainings- und Fitnessgeräte. Sportgerätefachkräfte beraten die KundInnen, passen die Sportgeräte bzw. -artikel an die jeweiligen Körpermaße an, erklären Funktionen und geben Tipps zur Anwendungsweise sowie zu Pflege oder Servicebedarf. Sportartikel-fachkräfte wirken auch bei der Gestaltung der Geschäftsräume sowie bei der Präsentation der Waren im Online-Shop mit.



Anforderungen

- E-Commerce-Kenntnisse
- EDV-Anwendungskenntnisse
- Fachberatung
- Handwerkliches Geschick
- Kommunikationsstärke
- Lagerwirtschaft
- Serviceorientierung
- Technisches Verständnis
- Verkaufskenntnisse

Beschäftigungsmöglichkeiten

Sportgerätefachkräfte arbeiten in Werkstätten und Verkaufsräumen von Sportartikelgeschäften, Filialen von Sportartikelhandelsketten sowie in Sportartikel-servicebetrieben, Sportgeräteverleihunternehmen und in Herstellerbetrieben. Da der Bedarf an Beratung und Serviceleistungen im Sportbereich voraussichtlich weiter zunehmen wird, sind die Jobchancen gut. Aufstiegsmöglichkeiten bestehen z. B. in der Filialleitung, Marktleitung oder Regionalleitung.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Lehre:** Sportgerätefachkraft (m/w/x) (befristeter Aus-bildungsversuch)
- **Sonstiges:** Berufsakademie Handel (WIFI); betriebsin-terne Schulungen; Kurse und Lehrgänge bei BFI, WIFI und anderen Weiterbildungsinstituten, z. B. in den Bereichen Ski- und Snowboardservice, Fahrradtechnik, Marketing und Sales, Reklamationsbearbeitung und Warenpräsentation; Produktschulungen bei Hersteller-betrieben; Sportmonteur – Grundkurs (VSSÖ-Akade-mie); Vorbereitungskurse für die Lehrabschlussprüfung (WIFI)

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

In Österreich werden 44 Prozent des Sportartikeljahresumsatzes in touristischen Regionen erwirtschaftet.

Quelle: SportsEconAustria (SpEA)/WKÖ, www.wko.at

Weitere Berufe (Kurzinfos)

ExportmanagerIn

ExportmanagerInnen sind in leitender Funktion für den Vertrieb von Waren oder Dienstleistungen ins Ausland verantwortlich. Sie betreuen bestehende internationale VertriebspartnerInnen und versuchen, neue KundInnen zu gewinnen. Dazu ermitteln sie Absatzregionen im Ausland und analysieren die Märkte. Sie arbeiten eng mit Exportkaufleuten zusammen. Außerdem beschäftigen sie sich mit speziellen Logistik-Problemen im internationalen Bereich. Das betrifft z. B. Transportwege, Transportmittel oder Lieferzeiten. Weitere Aufgabenfelder sind Zollabwicklungen, Verrechnungs- und Versicherungsangelegenheiten sowie internationales Recht.

Wichtige Berufsanforderungen sind Betriebswirtschaftskenntnisse, E-Commerce-Kenntnisse, EDV-Anwendungskenntnisse, Englisch-Kenntnisse, Managementkenntnisse, Kommunikationsstärke und Organisationstalent.

ExportmanagerInnen arbeiten vorwiegend in Speditionsbetrieben, in größeren Handelsbetrieben sowie in Produktionsbetrieben mit eigenen Exportabteilungen.

Mögliche Ausbildungen sind kaufmännische berufsbildende Schulen sowie wirtschaftswissenschaftliche Fachhochschul- und Universitätsstudiengänge, insbesondere mit Exportschwerpunkt.

Medizinproduktekaufmann/-frau

Medizinproduktekaufleute verkaufen medizinische Geräte und Heilbehelfe. Beispiele dafür sind Implantate, Röntgengeräte, Verbandmaterial, chirurgische Instrumente oder Desinfektionsmittel. Zu ihrer Kundenschaft zählen vor allem Krankenhäuser, Pflegeheime, Labors, Facharztpraxen, Rehabilitationszentren und ähnliche Einrichtungen. Medizinproduktekaufleute beraten zu den Medizinprodukten, organisieren die Lieferung und bearbeiten auch Reklamationen. Außerdem kümmern sie sich um die Einkaufsabwicklung, die Warenübernahme und die Lagerung der Produkte.

Wichtige Berufsanforderungen sind neben einer guten Produktkenntnis Verkaufskenntnisse, Beratungskompetenz, Serviceorientierung und ein gutes Auftreten.

Medizinproduktekaufleute arbeiten in Betrieben des Medizinproduktefachhandels, in Betrieben des orthopädischen Einzelhandels oder im Medizinproduktegroßhandel.

Der Beruf kann im Rahmen der Lehre Medizinproduktekaufmann/-frau erlernt werden. Darüber hinaus kann die WIFI-Ausbildung zum/zur MedizinprodukteberaterIn als Zusatzqualifikation absolviert werden. Die Ablegung der Befähigungsprüfung Medizinproduktehandel ermöglicht – auch QuereinsteigerInnen – eine selbstständige Berufsausübung.

Versicherungskaufmann/-frau

Versicherungskaufleute arbeiten im Innen- oder Außendienst in Betrieben der Versicherungswirtschaft. Sie sind vorwiegend in den Bereichen Verwaltung, Organisation, KundInnenbetreuung und Rechnungswesen tätig. Sie erledigen Schriftverkehrsarbeiten, beraten KundInnen über Versicherungsmöglichkeiten, wirken beim Abschluss von Versicherungsverträgen mit und stellen **Polizzen* aus. Beispiele dafür sind Haushalts-, Lebens-, Pensions-, Krankenzusatz-, Kfz- und Betriebsversicherungen. Außerdem kontrollieren sie den Zahlungsverkehr und wickeln Schadensfälle ab.

Wichtige Berufsanforderungen sind EDV-Anwendungskenntnisse, Rechtskenntnisse, Rechnungswesen-Kenntnisse, Serviceorientierung und ein gutes Auftreten.

Versicherungskaufleute sind entweder bei Versicherungen angestellt oder als VersicherungsmaklerInnen selbstständig tätig. Dazu ist ein Befähigungsnachweis erforderlich.

Mögliche Ausbildungen sind eine Lehre als Versicherungskaufmann/-frau oder berufsbildende kaufmännische oder wirtschaftliche Schulen, die ebenfalls eine gute Basis für die Ausübung des Berufs bieten. Auch die Bildungsakademie der Österreichischen Versicherungswirtschaft (BÖV) bietet Ausbildungen an.

Beispiele für weitere Berufe:

- Finanzdienstleistungskaufmann/-frau
- Handelskaufmann/-frau

Genauere Informationen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass



Information und Medien



BERUFSBESCHREIBUNGEN

Content-ManagerIn	50
InformationsmanagerIn	51
Online-RedakteurIn	52
Social-Media-ManagerIn	53

WEITERE BERUFE (KURZINFOS)

InformationsbrokerIn	54
Multimedia-ProjektmanagerIn	54
VisuelleR MediengestalterIn	54
Beispiele für weitere Berufe	54

Information und Medien

Das Medienangebot und die Menge an verfügbaren Informationen sind umfangreicher als je zuvor. Ob gedruckte Zeitung, Website, *App, Videospot oder *Social-Media-Beitrag – der Content (engl. für Inhalt) muss inhaltlich und visuell ansprechend gestaltet sein, damit er die richtigen *Zielgruppen erreicht.

Die zunehmende Digitalisierung wirkt sich auf nahezu alle Lebensbereiche aus. Das Internet und digitale Anwendungen werden zur Information, zur Unterhaltung, für die Arbeit, beim Lernen, zur Kommunikation und immer häufiger auch für Einkäufe genutzt. Mobile Endgeräte wie Smartphones oder *Tablets ermöglichen einen ortsunabhängigen Zugang zum Internet. Medienanbieter, Unternehmen, Organisationen oder Institutionen nutzen verschiedene Kommunikationskanäle, um ihre Produkte und Dienstleistungen zu vertreiben oder Botschaften zu vermitteln. Mit der Medienvielfalt wächst allerdings die Herausforderung, Informationen passend für die unterschiedlichen Medien, Kanäle und Zielgruppen aufzubereiten. MedienexpertInnen wissen genau, wie Inhalte gestaltet werden müssen, damit sie die Menschen auch wirklich erreichen – ob als Text, Bild, Grafik oder Video.





© AMS / CHLOE POTTER

Social Media als Teil der Marketing-Strategie

**Soziale Medien* wie Facebook, Instagram, Twitter und YouTube haben die Welt der Kommunikation verändert. Für viele Menschen sind Social-Media-Anwendungen aus dem privaten Alltag nicht mehr wegzudenken. Auch Unternehmen nutzen die sozialen Medien als wichtigen Marketing-Kanal. Sie können auf diese Weise direkt mit KonsumentInnen in Kontakt treten und erhalten unmittelbare Reaktionen auf ihr Angebot. Sehr beliebt sind z. B. kurze Videos und **Testimonials* bekannter **InfluencerInnen*.

Individuelle und personalisierte Inhalte

Für Unternehmen ist es wichtig, möglichst viele Informationen über bestehende und potenzielle KundInnen zu sammeln und zu analysieren. Durch **Webtracking*, Online-Registrierung oder **Online-Abonnements* erhalten die Unternehmen interessante Daten über das Nutzungsverhalten der UserInnen. Mithilfe von **Künstlicher Intelligenz* und **Algorithmen* kann beispielsweise die eingespielte Werbung gezielt und individuell an die Interessen der KundInnen angepasst werden. Der verantwortungsvolle und sorgsame Umgang mit Daten ist dabei ein wichtiges Thema.

Technisches und redaktionelles Know-how

Wer im Informations- und Medienbereich tätig sein möchte, sollte die Bereitschaft mitbringen, sich ständig mit neuen Technologien auseinanderzusetzen. Für redaktionelle Tätigkeiten ist vor allem ein gutes Sprachgefühl wichtig. Generell eröffnet eine breit angelegte Ausbildung mehr berufliche Möglichkeiten. Da viele Menschen in Medien- und Informationsberufen arbeiten möchten, ist es wichtig, schon möglichst frühzeitig Kontakte in die Branche aufzubauen und praktische Erfahrungen zu sammeln.

Medienberufe sind auch im E-Commerce gefragt

Neben Medienunternehmen wie Zeitungen, Verlagen oder Internet-, Kommunikations- und Informationsdiensten sowie Marketing-, **PR*- und Werbeagenturen bestehen auch bei großen Unternehmen mit eigener Marketing- oder PR-Abteilung Beschäftigungsmöglichkeiten. Die Bedeutung von „Content“ nimmt auch im **E-Commerce*-Bereich zu, zum Beispiel bieten immer mehr Online-Shops auch redaktionelle Inhalte wie Infobeiträge oder **Blogs* an.

Content-ManagerIn

Content-ManagerInnen bereiten Inhalte für Websites, **soziale Medien* und Online-Shops professionell auf. Sie entwerfen **Content-Strategien*, planen Themen, wählen Texte aus und beschaffen Bilder sowie Videos. Neue Inhalte pflegen sie in ein **Content-Management-System* ein und bestehende Beiträge halten sie aktuell. Je nach Unternehmensgröße erstellen Content-ManagerInnen Inhalte auch selbst oder sie koordinieren MitarbeiterInnen aus den Bereichen Redaktion, Grafik, Programmierung und Marketing. Auch **Webanalysen*, **Suchmaschinenoptimierung (SEO)* und Erfolgskontrollen gehören zu den Aufgaben.

Anforderungen

- Allgemeinbildung
- Englisch
- Grafik-, Web-Design- und Bildbearbeitungssoftware-Kenntnisse
- Internetentwicklungs- und Administrationskenntnisse
- Journalistische Fachkenntnisse
- Kaufmännisches Verständnis
- Kontaktfreude
- Marketing-Kenntnisse
- Social-Media-Anwendungskenntnisse

Beschäftigungsmöglichkeiten

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen in allen Bereichen der **Content-Industrie*, insbesondere bei Online-Diensten, **Multimedia-Agenturen*, Verlagen und bei Unternehmen, Institutionen und Organisationen mit größeren Internetauftritten. Content-ManagerInnen können z. B. in Marketing-Abteilungen von größeren Unternehmen oder in Verlagen in Führungspositionen aufsteigen.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Berufsbildende höhere Schule:** Handelsakademie – Kommunikationsmanagement und Marketing; Höhere Lehranstalt für Informationstechnologie – Medientechnik
- **Fachhochschule:** Content-Produktion & Digitales Medienmanagement (Bachelor/Wien); Content Strategy (Master/Graz); Digital Media Management (Master/St. Pölten); Marketing und Electronic Business (Bachelor/Steyr); Web Communication & Information Systems (Master/Kufstein)



- **Universität:** Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Salzburg); Medien- und Kommunikationswissenschaften (Bachelor/Klagenfurt); Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Wien)
- **Sonstiges:** Diplomehrgang Content-Management (Die Content-Akademie, Wien); Diplomehrgang Digital Content Design (Werbe Akademie des WIFI Wien); Universitätslehrgang Web-Publishing (Donau-Universität Krems)

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Jeden Tag werden ca. 1 Milliarde Erklärvideos geschaut. Diese Form des Content-Marketings liegt voll im Trend.

Quelle: t3n Magazin, www.t3n.de

InformationsmanagerIn

InformationsmanagerInnen werten betriebswirtschaftliche Daten eines Unternehmens sowie branchenrelevante Informationen aus und bereiten sie auf. Sie betreuen Systeme für die Erfassung, Verarbeitung und Analyse von Unternehmenszahlen, analysieren innerbetriebliche Informationsbedürfnisse und liefern beispielsweise mittels **Data Mining* wettbewerbsrelevante Informationen. InformationsmanagerInnen erarbeiten auch Vorschläge zur Einführung und Optimierung von Informations- und Wissenssystemen. Weiters wirken sie bei der Entwicklung einheitlicher Informationsstrategien innerhalb des Unternehmens mit.



Anforderungen

- Betriebswirtschaftskennntnisse
- **Data Warehousing*
- Datenbank-Anwendungskenntnisse
- Englisch
- IT-Projektmanagement- und Consultingkenntnisse
- Kommunikationsstärke
- Logisch-analytisches Denken
- Programmiersprachen-Kenntnisse
- Statistikkenntnisse

Beschäftigungsmöglichkeiten

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen in Wirtschaftsunternehmen, IT-Unternehmen, bei Banken, Versicherungen oder Unternehmensberatungen. InformationsmanagerInnen werden auch in der öffentlichen Verwaltung und in wissenschaftlichen Institutionen gebraucht. Bei entsprechender Berufserfahrung und Qualifikation ist ein Aufstieg in die höchsten Führungsebenen möglich.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Fachhochschule:** Data Intelligence (Master/St. Pölten); Information Engineering und -Management (Master/Hagenberg); Informations- und Kommunikationssysteme (Bachelor/Wien); Informationsmanagement (Bachelor/Graz); Wirtschaftsinformatik (Bachelor/Graz, Wien; Master/Wien, Fernstudium Wiener Neustadt)
- **Universität:** Angewandte Informatik (Bachelor/Klagenfurt); Data Science (Master/Salzburg, Wien); Information and Communications Engineering (Master/Klagenfurt); Information Management (Master/Klagenfurt); Software & Information Engineering (Bachelor/Wien); Wirtschaftsinformatik (Bachelor, Master/mehrere Standorte)
- **Sonstiges:** MBA in Digital Transformation & Data Science (WU Executive Academy, Wien); Universitätslehrgang Wissensmanagement (Donau-Universität Krems); Zertifikatsprogramm Data Science (WU Executive Academy, Wien)

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

181 Millionen Jahre würde es dauern,
um alle Daten aus dem Internet
herunterzuladen.

Quelle: PC-WELT, www.pcwelt.de

Online-RedakteurIn

Online-RedakteurInnen erstellen Artikel, Produktbeschreibungen oder **Blog-Beiträge*, die auf Websites, in Online-Shops und in den **sozialen Medien* veröffentlicht werden. Sie recherchieren Informationen, verfassen und überarbeiten Texte und bereiten sie onlinegerecht auf. Sie finden passende Bilder und binden Grafiken, Videos und **Social-Media-Beiträge* ein. Darüber hinaus kümmern sie sich um die Weiterentwicklung des Online-Angebots eines Unternehmens. Online-RedakteurInnen sind auch für die Beantwortung von Kommentaren der LeserInnen zuständig.



Anforderungen

- Allgemeinbildung
- Content Management
- E-Commerce-Kenntnisse
- Einsatzbereitschaft
- Grafik-, Web-Design- und Bildbearbeitungssoftware-Kenntnisse
- Journalistische Fachkenntnisse
- Kommunikationsstärke
- Marketingkenntnisse
- Social-Media-Anwendungskenntnisse

Beschäftigungsmöglichkeiten

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen vor allem in Online-Redaktionen von Medienunternehmen, in Werbe-, **PR-* und **Multimedia-*Agenturen, bei **E-Commerce-*Unternehmen sowie bei größeren Unternehmen mit umfassendem Online-Angebot (z. B. Online-Shops) und öffentlichen Institutionen. Da der Beruf eine hohe Anziehungskraft besitzt, ist die Konkurrenz am Arbeitsmarkt sehr ausgeprägt.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Fachhochschule:** Journalismus & Medienmanagement (Bachelor/Wien); Journalismus & Neue Medien (Master/Wien); Journalismus und Public Relations (PR) (Bachelor/Graz); Journalismus & Unternehmenskommunikation (Bachelor/Wiener Neustadt)
- **Universität:** Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Salzburg); Medien- und Kommunikationswissenschaften (Bachelor/Klagenfurt); Medien (Master/Innsbruck); Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Wien)
- **Sonstiges:** Journalisten-Kolleg und Lehrgänge des KfJ – Kuratorium für Journalistenausbildung (Salzburg); Lehrgänge und Workshops des fjum – Forum Journalismus und Medien (Wien); Universitätslehrgang Qualitätsjournalismus (Donau-Universität Krems)

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Online-Shops, die gutes Content-Marketing betreiben, können bis zu sechsmal so viele **Conversions* erzielen.

Quelle: Magnolia/contentmanager.de

Social-Media-ManagerIn

Social-Media-ManagerInnen entwickeln Strategien, um Unternehmen und Organisationen in den **sozialen Medien* zu präsentieren und setzen diese um. Sie organisieren **Social-Media-Aktivitäten*, z. B. auf Instagram, TikTok oder YouTube. Ziel ist es, Botschaften zu vermitteln, eine Marke zu stärken, neue KundInnen zu gewinnen sowie bestehende an ein Unternehmen zu binden. Dafür stehen Social-Media-ManagerInnen in direktem Kontakt mit den jeweiligen **Zielgruppen*. Sie betreuen die redaktionellen Inhalte auf Social-Media-Plattformen und analysieren die veröffentlichten Beiträge (**Social Media Monitoring*).



Anforderungen

- Englisch
- Kommunikationsstärke
- Kontaktfreude
- Internetentwicklungs- und Administrationskenntnisse
- Marketingkenntnisse
- Multimediakenntnisse
- Organisationstalent
- PR-Kenntnisse
- Projektmanagement-Kenntnisse
- Verkaufskenntnisse

Beschäftigungsmöglichkeiten

Social-Media-ManagerInnen arbeiten in Unternehmen oder Organisationen, die Social-Media-Aktivitäten vor allem für Marketing und **PR* einsetzen, sowie in **Multi-media-Agenturen*. Durch das große Interesse von Unternehmen, ihre Marke, ihre Produkte und das Unternehmen selbst professionell in den sozialen Medien zu präsentieren, gibt es in vielen Branchen Beschäftigungsmöglichkeiten. Mit Berufserfahrung ist auch der Weg in die Selbstständigkeit, z. B. als Social-Media-BeraterIn, offen.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Berufsbildende höhere Schule:** Handelsakademie – Kommunikation und Medieninformatik
- **Fachhochschule:** Content-Produktion & Digitales Medienmanagement (Bachelor/Wien); Digital Marketing & Kommunikation (Master/St. Pölten); Digitale Medien und Kommunikation (Master/Eisenstadt); Journalismus & Medienmanagement (Bachelor/Wien); Journalismus & Neue Medien (Master/Wien); Journalismus und Public Relations (PR) (Bachelor/Graz)
- **Universität:** Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Salzburg); Medien- und Kommunikationswissenschaften (Bachelor/Klagenfurt); Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Wien)
- **Sonstiges:** Ausbildung Senior Social Media ManagerIn (Flexyfit Business Academy, Wien); Diplomlehrgang Social Media Management (Werbe Akademie des WIFI Wien); Masterlehrgang Digital Marketing MSc (FH St. Pölten); Universitätslehrgang Digital Business (Universität Innsbruck)

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

4,62 Milliarden Social-Media-NutzerInnen gab es im Jänner 2022 weltweit.

Quelle: Hootsuite/We are social, www.wearesocial.com

Weitere Berufe (Kurzinfos)

InformationsbrokerIn

InformationsbrokerInnen beschaffen Informationen zu einem bestimmten Thema und bereiten diese für ihren/ihre AuftraggeberIn auf. Je nach Auftrag werben sie Tageszeitungen und Fachzeitschriften aus, führen Gespräche mit ExpertInnen und nutzen Archive, Bibliotheken sowie On- und Offlinedatenbanken. Sie recherchieren neueste Patente, Marktanalysen, Forschungsergebnisse, Statistiken oder Wirtschaftsberichte. Anfragen kommen insbesondere aus den Bereichen Wirtschaft und Finanzwesen, Technik, Medizin, Pharmazie, Recht und Medien.

Wichtige Berufsanforderungen sind Datenbank-Anwendungskenntnisse, EDV-Anwendungskenntnisse, journalistische Fachkenntnisse und eine gute Allgemeinbildung.

InformationsbrokerInnen sind meist selbstständig tätig. Hauptberuflich arbeiten in Österreich nur wenige Personen in diesem Beruf. Mögliche Ausbildungen sind Universitäts- und Fachhochschulstudiengänge in den Bereichen Kommunikation und Information.

Multimedia-ProjektmanagerIn

Multimedia-ProjektmanagerInnen sind für die Abwicklung von **Multimedia*-Projekten verantwortlich, z.B. für die Erstellung einer neuen Website, die Entwicklung einer **App* oder die Produktion eines Videos. Sie betreuen die inhaltliche und technische Konzeption sowie die Umsetzung eines Produkts. Multimedia-ProjektmanagerInnen beraten AuftraggeberInnen, planen die Kosten und koordinieren die Tätigkeiten des Projektteams, z.B. ProgrammiererInnen und Web-DesignerInnen. Sie sorgen dafür, dass die Zeitpläne und Budgets eingehalten werden und sind auch für die Qualitätskontrolle verantwortlich.

Wichtige Berufsanforderungen sind Grafikenntnisse, Multimediakennntnisse, Organisationstalent und Projektmanagement-Kennntnisse.

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen z.B. bei Multimedia- und Werbeagenturen, Grafikstudios, Verlagen und Software-Unternehmen.

Berufsbildende höhere Schulen mit Medienswerpunkten sowie Fachhochschul- und Universitätsstudiengänge in den Bereichen Multimedia, Medientechnik, Medieninformatik oder Kommunikation bieten eine gute Basis für die Ausübung dieses Berufs.

VisuelleR MediengestalterIn

Visuelle MediengestalterInnen bearbeiten Grafiken, Fotos, Texte und Videos, die in gedruckten oder digitalen Medienprodukten eingebunden werden. Beispielsweise gestalten sie Magazine, Broschüren, Plakate, **Apps*, Webseiten, Videoclips, Werbespots, Trailer, interaktive Kataloge oder Landkarten sowie animierte Grafiken für Touchscreens für verschiedene Anwendungen. Je nach Auftrag und Wünschen der KundInnen entwickeln sie Entwürfe und präsentieren diese. Je nach Arbeitsschwerpunkt können Visuelle MediengestalterInnen auch im Rahmen von Kunstprojekten tätig sein.

Ästhetisches Gefühl, Grafik-, Web-Design- und Bildbearbeitungssoftware-Kennntnisse sowie Multimedialekenntnisse sind wichtige Anforderungen im Beruf.

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen vor allem in Medienunternehmen, Werbe-, Fotografie- und Grafik-Studios, in Verlagen sowie in **PR*-Agenturen und Unternehmen mit eigener PR-Abteilung. Visuelle MediengestalterInnen arbeiten auch häufig auf selbstständiger Basis.

Ausbildungen an berufsbildenden höheren Schulen mit Schwerpunkten in den Bereichen Medien, Grafik- und Kommunikationsdesign oder Medientechnik sowie Studiengänge an Fachhochschulen und Universitäten in den Bereichen Mediengestaltung, Grafik und Design vermitteln die erforderlichen Qualifikationen.

Beispiele für weitere Berufe:

- BloggerIn
- Buch- und MedienwirtschaftlerIn (3 Ausbildungsschwerpunkte)
- Data-Warehouse-AnalystIn
- FotoredakteurIn
- GrafikerIn
- MedienberaterIn
- Medienfachmann/-frau (4 Ausbildungsschwerpunkte)
- TechnischeR RedakteurIn
- Trailer-ProducerIn
- Web-DesignerIn

Genauere Informationen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

Marketing, Verkauf und Vertrieb



BERUFSBESCHREIBUNGEN

Brand-ManagerIn	58	Sales-ManagerIn	71
Business-Development-ManagerIn	59	SEO-/SEA-ManagerIn	72
Callcenter Agent (m/w/x)	60	Tele Sales Professional (m/w/x)	73
Category-ManagerIn	61	VertriebscontrollerIn	74
Customer-Relationship-ManagerIn	62	VertriebsmanagerIn	75
Direktmarketing-ManagerIn	63	VertriebstechnikerIn	76
HandelsagentIn	64	Visual Merchandiser (m/w/x)	77
Key-Account-ManagerIn	65		
Marketing-ManagerIn	66	WEITERE BERUFE (KURZINFOS)	
Markt- und MeinungsforscherIn	67	Area-ManagerIn	78
Online-Marketing-ManagerIn	68	Channel-Marketing-ManagerIn	78
Pre-Sales Consultant (m/w/x)	69	FundraiserIn	78
Produkt-ManagerIn	70	Beispiele für weitere Berufe	78

Marketing, Verkauf und Vertrieb

Im Marketing dreht sich – wie der Name schon sagt – alles um die „Vermarktung“ von Produkten und Dienstleistungen. Verkauf und Vertrieb sorgen dafür, dass die Angebote von KundInnen tatsächlich gekauft werden. Viele Aufgaben im Marketing, Verkauf und Vertrieb überschneiden sich.

Eine gelungene Marketing-Strategie erreicht, dass bestimmte **Zielgruppen* die Vorzüge eines Produkts erkennen und es kaufen. Dazu setzen Marketingfachleute verschiedene Steuerungsinstrumente ein: Produktpolitik, Preispolitik, Vertriebspolitik und Kommunikationspolitik (**Marketing-Mix*). Neben den klassischen Marketing-Kanälen, wie z. B. Printanzeigen, TV-Werbung oder Plakatwerbung, spielen Online-Medien eine wichtige Rolle. So setzen viele Unternehmen z. B. Werbe-**Banner*, Newsletter, **Video Ads*, **Social Media Marketing* und **Suchmaschinenmarketing (SEM)* ein. Eine große Herausforderung für Marketingfachleute besteht darin, die unterschiedlichen Medien und Kanäle – je nach Zielgruppe und Kommunikationsziel – optimal zu kombinieren und aufeinander abzustimmen (**Multi-Channel-Marketing*). Auch Verkauf und Vertrieb werden immer digitaler. Neben dem Verkauf über Online-Shops werden auch Abläufe mit GeschäftskundInnen (**B2B*) zunehmend mithilfe spezieller Software abgewickelt.





© GORODENKOFF - STOCK.ADOBE.COM

Datengestütztes Marketing

Marketingfachleute kennen und wecken Wünsche und Bedürfnisse der KundInnen. Zu diesem Zweck werden **Analytics-Tools* sowie Methoden der **Künstlichen Intelligenz* eingesetzt, um möglichst viele Daten aus unterschiedlichen Kanälen sammeln, kombinieren und analysieren zu können. Auch Methoden wie die **Webanalyse* oder die Auswertung des Einkaufsverhaltens liefern wichtige Informationen über die Interessen der KonsumentInnen. Diese Informationen sind wichtig für die Ausrichtung einer Marketing-Strategie.

Direktvertrieb und indirekter Vertrieb

Im Vertrieb wird zwischen zwei Formen unterschieden: Beim Direktvertrieb richtet sich ein Unternehmen, das Produkte herstellt oder anbietet, unmittelbar an die EndkundInnen. Beispiele sind der Direktverkauf durch HandelsvertreterInnen, Fabrikshops, Hofläden von landwirtschaftlichen Betrieben oder eigene Online-Shops von ProduzentInnen. Beim indirekten Vertrieb hingegen ist zwischen dem Herstellungsbetrieb und den EndkundInnen der Groß- oder Einzelhandel geschaltet. Diese Form des Vertriebs ist am stärksten verbreitet. Viele Unternehmen nutzen beide Vertriebsformen.

Unverzichtbar: Customer Relationship Management

Langfristige und gute Beziehungen zu KundInnen sind sowohl im Marketing als auch im Vertrieb und Verkauf ein wichtiger Erfolgsfaktor. Ein gut funktionierendes **Customer Relationship Management (CRM)* ist daher sehr wichtig. Mithilfe von CRM-Software können wichtige Daten von KundInnen verwaltet werden, z.B. Kontaktdaten, Kommunikation mit den KundInnen, Bestellverhalten, Reklamationen. Die Auswertung und Analyse dieser Daten liefern eine Grundlage für strategische Entscheidungen.

Arbeitsmarkt und Anforderungen

Die Marketingbranche übt eine große Anziehungskraft aus. Dementsprechend hoch ist die Konkurrenz am Arbeitsmarkt. Berufserfahrung, Spezialisierung und Zusatzqualifikationen, z.B. im technischen Bereich, können die Karrierechancen verbessern. Im Verkauf und Vertrieb sind kommunikative Persönlichkeiten mit gutem Auftreten und ausgeprägtem Verkaufstalent sehr gefragt. Wichtig ist auch eine gute Kenntnis der Absatzmärkte sowie des Mitbewerbs. Besonders im Exportbereich werden mit der zunehmenden Internationalisierung Fremdsprachenkenntnisse immer relevanter.

Brand-ManagerIn

Brand-ManagerInnen sind für eine Produktgruppe einer Markenfamilie verantwortlich. Ihr Ziel ist es, eine Marke (engl. Brand) erfolgreich auf dem Markt zu positionieren. Dazu setzen sie verschiedene Marketing-Strategien ein (**Marketing-Mix*). Brand-ManagerInnen analysieren Trends, erkennen Marktlücken, erweitern das Produktsortiment und planen dazugehörige Marketing-Aktivitäten. Online-Kanäle – z. B. im Bereich **Social Media* – spielen dabei eine wichtige Rolle. Brand-ManagerInnen arbeiten im Team mit anderen Marketing-Verantwortlichen und der Produktentwicklung des Unternehmens zusammen.



Anforderungen

- Betriebswirtschaftskenntnisse
- EDV-Anwendungskenntnisse
- Englisch
- Kommunikationsstärke
- Marktanalysen
- Produktmarketing
- Produkt-PR
- Projektmanagement-Kenntnisse
- Vertriebskenntnisse

Beschäftigungsmöglichkeiten

Brand-ManagerInnen sind vor allem in Unternehmen der Markenartikelindustrie tätig. Sie können auch in Marketing-Abteilungen großer Unternehmen angestellt sein. Brand-ManagerInnen können nach mehrjähriger Berufserfahrung in die Leitung eines Produktbereichs oder der Marketing-Abteilung aufsteigen. Ein Wechsel in andere Bereiche, wie z. B. in das Customer-Management oder in den Verkaufs- und Vertriebsbereich, ist möglich.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Berufsbildende höhere Schule:** Handelsakademien mit Marketing-Schwerpunkten
- **Fachhochschule:** Marketing (Master/Krems); Marketing & Kommunikation (Bachelor/St. Pölten); Marketing & Kommunikationsmanagement (Bachelor/Kufstein); Marketing & Sales (Bachelor/Graz, Wien); Produktmarketing & Innovationsmanagement (Master/Wieselburg); Produktmarketing & Projektmanagement (Bachelor/Wieselburg)
- **Universität:** Studiengänge im Bereich Wirtschaftswissenschaften; Betriebswirtschaft (Bachelor, Master/mehrere Standorte); Marketing (Master/Wien); Marketing und Branding (Master/Innsbruck)
- **Sonstiges:** Berufsakademie Marketing und Verkauf (WIFI); Diplomlehrgang Marketing Management (Werbe Akademie des WIFI Wien); Masterlehrgang Werbung und Markenführung MSc (FH St. Pölten); Universitätslehrgang Marketing & Sales (WU Executive Academy, Wien)

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Amazon, Apple, Google und Microsoft zählten 2021 zu den wertvollsten Marken der Welt.

Quelle: Kantar, www.kantar.com/de

Business-Development-ManagerIn

Business-Development-ManagerInnen sind für die Entwicklung und den Ausbau von bestehenden und neuen Geschäftsfeldern zuständig. Sie befassen sich mit der Planung und Umsetzung von Unternehmenszielen und Geschäftsideen sowie der Erschließung neuer Märkte. Sie beobachten die Marktentwicklung und erarbeiten eine Strategie, wie sich bestimmte Produkte in einem neuen Geschäftsfeld verkaufen lassen. Dazu erstellen sie Businesspläne, Bedarfsanalysen und führen Marktanalysen durch. Ein wichtiger Teil ihrer Arbeit ist die Betreuung bestehender und potenzieller KundInnen und KooperationspartnerInnen.

Anforderungen

- Analytische Fähigkeiten
- Betriebswirtschaftskenntnisse
- **Customer Relationship Management*
- EDV-Anwendungskenntnisse
- Englisch
- Kommunikationsstärke
- Marketingkenntnisse
- Projektmanagement-Kenntnisse
- Vertriebskenntnisse

Beschäftigungsmöglichkeiten

Business-Development-ManagerInnen können in unterschiedlichen Wirtschaftsbereichen tätig sein, z. B. in Industrie-, Gewerbe- und Handelsbetrieben, in IT-Unternehmen, Telekommunikationsunternehmen, bei Banken oder Versicherungen. BerufseinsteigerInnen beginnen meist mit Assistenzaufgaben oder im **Key Account Management*. Später ist ein Aufstieg in Senior-Funktionen, in die Bereichsleitung oder Geschäftsführung möglich.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Berufsbildende höhere Schule:** Handelsakademie – Entrepreneurship und Management
- **Fachhochschule:** Business Development & Management (Master/Villach); Business Development & Sales Management (Master/Wiener Neustadt); Corporate Transformation Management (Master/Kufstein); Digital Entrepreneurship (Master/Graz); Europäische Wirtschaft und Unternehmensführung (Bachelor, Master/Wien); Unternehmensführung – Entrepreneurship (Bachelor/Wien); Unternehmensführung (Bachelor/Krems, Kufstein)



- **Universität:** Studiengänge im Bereich Wirtschaftswissenschaften; Betriebswirtschaft (Bachelor, Master/ mehrere Standorte); Strategisches Management und Innovation (Master/Innsbruck); Strategy, Innovation, and Management Control (Master/Wien)
- **Sonstiges:** Kolleg an Handelsakademien – Entrepreneurship und Management (Wien); MBA Entrepreneurship & Innovation (WU Executive Academy, Wien)

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Das Erreichen von ökologischen Zielen ist für 27 Prozent der in einer Studie befragten Startups ein vorrangiges Ziel.

Quelle: Austrian Startup Monitor 2020, austrianstartupmonitor.at

Callcenter Agent (m/w/x)

Callcenter Agents telefonieren mit Privat- oder GeschäftskundInnen. Im Inbound-Service nehmen sie Anrufe entgegen, beantworten Fragen oder erfassen Bestellungen und Reklamationen. Im Outbound-Service kontaktieren sie aktiv potenzielle KundInnen oder Personen, die zu einem Thema befragt werden. Dieser Bereich umfasst etwa die Markt- und Meinungsforschung, Benachrichtigungsdienste oder den Verkauf und Vertrieb von Produkten. Auch die Korrespondenz im Live-Chat oder per E-Mail und Post zählt häufig zum Aufgabenbereich von Callcenter Agents.



Anforderungen

- Beschwerdemanagement
- Büro- und Verwaltungskennntnisse
- EDV-Anwendungskennntnisse
- Fachberatung
- Freundlichkeit
- Frustrationstoleranz
- Kommunikationsstärke
- Telefonierkompetenz
- Verkaufskennntnisse

Beschäftigungsmöglichkeiten

Callcenter Agents arbeiten in Callcentern von Unternehmen unterschiedlicher Wirtschaftsbereiche wie Telekommunikation, Handel, Gewerbe sowie bei Banken und Versicherungen, Markt- und Meinungsforschungsinstituten oder öffentlichen Institutionen. Sie sind auch in eigenständigen Callcentern beschäftigt, wo sie für mehrere Unternehmen tätig sind. Callcenter Agents werden auf dem Arbeitsmarkt immer gesucht. Sie können z.B. zu TeamleiterInnen oder Supervisors aufsteigen. Häufig ist eine leistungsabhängige **Provision* Teil des Gehalts.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Berufsbildende mittlere Schule:** Fachschule für wirtschaftliche Berufe; Handelsschule
- **Sonstiges:** betriebsinterne Ausbildungen und Schulungen in Callcentern; Kurse bei BFI, WIFI und anderen Weiterbildungsinstituten, z. B. in den Bereichen Verkaufsschulung, Verkaufstechnik, Telefontraining, Rhetorik, Gesprächsführung, Beschwerdemanagement oder Akquisition

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Klassische Musik und Rock/Pop des 20. Jahrhunderts sind laut einer deutschen Umfrage die beliebtesten Musikrichtungen für Warteschleifen.

Quelle: Genesys/e-commerce magazin, www.e-commerce-magazin.de

Category-ManagerIn

Category-ManagerInnen sind für den Umsatz einer oder mehrerer Warengruppen (Categories) eines Unternehmens sowie für die Gestaltung des Warensortiments zuständig. Dazu analysieren sie die Wünsche und Bedürfnisse der KundInnen, erstellen Marktanalysen, beobachten die Verkaufszahlen, verhandeln mit LieferantInnen und legen die Preise fest. Sie planen und kontrollieren auch Marketing-Aktivitäten und legen die optimale Warenplatzierung fest. Category-ManagerInnen arbeiten an der Schnittstelle zu den Bereichen Einkauf, Marketing und Vertrieb.



Anforderungen

- Analytische Fähigkeiten
- Betriebswirtschaftskenntnisse
- Controlling und Finanzplanung
- EDV-Anwendungskennntnisse
- Einkaufskennntnisse
- Englisch
- Kommunikationsstärke
- Marketing-Kennntnisse
- Vertriebskennntnisse

Beschäftigungsmöglichkeiten

Category-ManagerInnen sind vor allem in großen Handelsunternehmen tätig. Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen auch bei Herstellerbetrieben unterschiedlichster Branchen. Organisatorisch sind Category-ManagerInnen entweder als Stabsstelle im Betrieb integriert oder dem Unternehmensbereich Marketing zugeordnet. Je nach Unternehmensstruktur ist ein Aufstieg in leitende Funktionen möglich.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Berufsbildende höhere Schule:** Handelsakademien mit Marketing-Schwerpunkten
- **Fachhochschule:** Betriebswirtschaft & Wirtschaftspsychologie (Bachelor, Master/Fernstudium Wiener Neustadt); Marketing (Master/Krems); Marketing & Kommunikation (Bachelor/St. Pölten); Marketing & Sales (Bachelor/Graz, Wien); Marketing- & Salesmanagement (Master/Wien); Produktmarketing & Projektmanagement (Bachelor/Wieselburg)
- **Universität:** Studiengänge im Bereich Wirtschaftswissenschaften; Betriebswirtschaft (Bachelor, Master/mehrere Standorte); Marketing (Master/Wien)
- **Sonstiges:** Berufsakademie Handel (WIFI); Diplomlehrgang Marketing Management (Werbe Akademie des WIFI Wien); Universitätslehrgang Marketing & Sales (WU Executive Academy, Wien); Kurse und Lehrgänge im Bereich Marketing und E-Commerce, z. B. bei BFI und WIFI

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Mit in der Kassazone platzierten Süßigkeiten und anderen kleinen Mitbringseln – auch „Quengelware“ genannt – erzielen Supermärkte bis zu 7 Prozent des Umsatzes.

Quelle: Konsumentenfragen, www.konsumentenfragen.at

Customer-Relationship-ManagerIn

**Customer Relationship Management (CRM)* umfasst alle Aktivitäten, die sich auf das Verhältnis zwischen dem Unternehmen und seinen KundInnen beziehen. Customer-Relationship-ManagerInnen entwickeln und planen Aktivitäten und Maßnahmen, die die KundInnen möglichst langfristig an das Unternehmen binden sollen, z. B. durch Mitgliedskarten, Rabatte oder Geburtstagsgeschenke. Die strukturierte Sammlung, Erfassung und Auswertung von Daten ist die Grundlage für sämtliche KundInnenbindungsmaßnahmen. Zur Unterstützung dieser Aufgaben werden spezielle CRM-Softwareprogramme eingesetzt.

Anforderungen

- Betriebswirtschaftskenntnisse
- CRM-Systeme
- Datenpflege
- **Direktmarketing*
- EDV-Anwendungskenntnisse
- Englisch
- Kommunikationsstärke
- Marktanalysen
- Verkaufskennntnisse

Beschäftigungsmöglichkeiten

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen in Unternehmen unterschiedlicher Wirtschaftsbereiche, wie z. B. Handel, Industrie, Gewerbe sowie bei Banken und Versicherungen. Auch Unternehmen, die CRM-Software entwickeln, beschäftigen Customer-Relationship-ManagerInnen. Aufstiegsmöglichkeiten bestehen in der Teamleitung oder Marketing-Leitung.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Berufsbildende höhere Schule:** Handelsakademie
- **Fachhochschule:** Business & Management (Bachelor/Innsbruck); International Marketing & Sales (Master/Dornbirn); Marketing (Master/Krems); Marketing & Kommunikation (Bachelor/St. Pölten); Marketing & Kommunikationsmanagement (Bachelor/Kufstein); Marketing & Sales (Bachelor/Graz, Wien); Sales Management (Master/Graz)
- **Universität:** Studiengänge im Bereich Wirtschaftswissenschaften; Betriebswirtschaft (Bachelor, Master/mehrere Standorte); Management (Master/Linz, Wien); Marketing (Master/Wien)



- **Sonstiges:** Berufsakademie Marketing und Verkauf (WIFI); Diplomlehrgang Marketing Management (Werbe Akademie des WIFI Wien); Masterlehrgang MBA Customer Relationship Management (AIM/FH Burgenland); Universitätslehrgang Marketing & Sales (WU Executive Academy, Wien)

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Mit KundInnenorientierung verbindet die österreichische Bevölkerung laut einer Studie vor allem Bedürfnisorientierung bzw. Individualisierung, Freundlichkeit der MitarbeiterInnen sowie eine gute Beratung.

Quelle: IMAS International, www.imas.at

Direktmarketing-ManagerIn

Direktmarketing-ManagerInnen planen, koordinieren und organisieren Werbemaßnahmen, die KonsumentInnen persönlich ansprechen. Beispiele für Werbemittel und Kommunikationskanäle sind E-Mail-Newsletter, personalisierte **Mailings* oder adressierte Werbebriefe mit Kontakt- oder Antwortmöglichkeit. **Social-Media*-Kanäle spielen im **Direktmarketing* eine zunehmend wichtigere Rolle. Direktmarketing-ManagerInnen kalkulieren die Kosten und den Erfolg der eingesetzten Werbemittel und analysieren anschließend die Wirkung der Marketing-Aktion, indem sie z. B. Klickraten auswerten.



Anforderungen

- EDV-Anwendungskennntnisse
- Englisch
- Erstellung von Marketingunterlagen
- Kommunikationsstärke
- Marktanalysen
- Online-Marketing
- Projektmanagement-Kenntnisse
- Social-Media-Strategien
- Zahlenverständnis

Beschäftigungsmöglichkeiten

Direktmarketing-ManagerInnen arbeiten bei Werbeagenturen, **PR*-Agenturen oder speziellen Direktmarketing-Agenturen. Auch in Marketing-, Werbe- und PR-Abteilungen von Unternehmen verschiedenster Wirtschaftsbereiche bestehen Beschäftigungsmöglichkeiten. Je nach Struktur des Unternehmens können Direktmarketing-ManagerInnen in leitende Funktionen aufsteigen, z. B. zum/zur Marketing-LeiterIn.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Berufsbildende höhere Schule:** Handelsakademien mit Marketing-Schwerpunkten
- **Fachhochschule:** Digital Marketing (Master/Kufstein); Digital Marketing & Kommunikation (Master/St. Pölten); Digital Marketing Management (Master/Graz); Marketing (Master/Krems); Marketing & Kommunikation (Bachelor/St. Pölten); Marketing & Kommunikationsmanagement (Bachelor/Kufstein); Marketing & Sales (Bachelor/Graz, Wien)
- **Universität:** Studiengänge im Bereich Wirtschaftswissenschaften; Betriebswirtschaft (Bachelor, Master/mehrere Standorte); Marketing (Master/Wien)
- **Sonstiges:** Berufsakademie Marketing und Verkauf (WIFI); Diplomlehrgang Marketing Management (Werbe Akademie des WIFI Wien); Universitätslehrgang Marketing & Sales (WU Executive Academy, Wien)

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

91 Prozent der EmpfängerInnen lesen laut Dialog Marketing Report 2021 persönlich adressierte Werbesendungen.

Quelle: Österreichische Post AG, www.post.at

HandelsagentIn

HandelsagentInnen vermitteln den Handel von Waren oder Dienstleistungen im Namen eines oder mehrerer Unternehmen. Sie besuchen Industrie-, Großhandels- oder Einzelhandelsbetriebe. Häufig sind sie für eine bestimmte Region zuständig. HandelsagentInnen sind das Bindeglied zwischen Herstellerbetrieben und Handelsbetrieben. Sie informieren ihre KundInnen über einzelne Produkte, präsentieren das Sortiment und handeln Preise, Zahlungs- und Lieferbedingungen aus. Sie organisieren auch die Zustellung der bestellten Waren.



© AMS / REINHARD MAYR / DAS MEDIENSTUDIO

Anforderungen

- Beratungskompetenz
- EDV-Anwendungskenntnisse
- Kaufmännisches Verständnis
- *Key Account Management
- Kommunikationsstärke
- Reisebereitschaft
- Serviceorientierung
- Verkaufskennnisse
- Vertriebskennnisse

Beschäftigungsmöglichkeiten

HandelsagentInnen sind in unterschiedlichen Wirtschaftsbereichen wie Industrie, Handel, Gewerbe sowie für Banken und Versicherungen tätig. Sie üben den Beruf in der Regel auf selbstständiger Basis aus und vereinbaren mit ihren AuftraggeberInnen eine *Provision. Die Berufschancen hängen stark von den jeweiligen Produktmärkten ab.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Berufsbildende mittlere Schule:** Fachschule für wirtschaftliche Berufe; Handelsschule
- **Berufsbildende höhere Schule:** Handelsakademie; Höhere Lehranstalt für wirtschaftliche Berufe
- **Sonstiges:** Kollegs und Aufbaulehrgänge an Handelsakademien und für wirtschaftliche Berufe; Berufsakademie Handel (WIFI); Lehrgang Handelsagenten (WIFI); Produktschulungen bei Herstellerbetrieben; Kurse und Lehrgänge bei BFI, WIFI und anderen Weiterbildungsinstituten, z. B. zu den Themen Verkauf, Vertrieb, E-Commerce, Rhetorik, Kommunikation, Reklamationsbearbeitung und Warenpräsentation

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Durchschnittlich 42.500 Kilometer pro Jahr legt ein Handelsagent/eine Handelsagentin mit dem Auto zurück.

Quelle: market-Institut/Gremium der Handelsagenten der WKO,
www.handelsagenten.at

Key-Account-ManagerIn

Key-Account-ManagerInnen betreuen und beraten wichtige GroßkundInnen eines Unternehmens. Diese werden auch SchlüsselkundInnen oder **Key Accounts* genannt. Key-Account-ManagerInnen sind Ansprechpersonen für alle Fragen, beginnend von Produktinformationen bis hin zu Kaufabschlüssen. Sie analysieren Marktentwicklungen und Bedürfnisse der KundInnen und entwickeln auf sie zugeschnittene Lösungen. Dabei arbeiten sie eng mit den Abteilungen Verkauf, Außendienst, Marketing und KundInnendienst zusammen. Key-Account-ManagerInnen versuchen auch, NeukundInnen zu gewinnen.



Anforderungen

- Beratungskompetenz
- Betriebswirtschaftskenntnisse
- **Customer Relationship Management*
- EDV-Anwendungskenntnisse
- Englisch
- Kommunikationsstärke
- Marktanalysen
- **SAP*-Kenntnisse, **ERP*-Systeme
- Verkaufskennntnisse

Beschäftigungsmöglichkeiten

Key-Account-ManagerInnen sind meist in großen Unternehmen verschiedenster Wirtschaftsbereiche wie Industrie, Handel, Gewerbe, im IT-Bereich sowie bei Banken und Versicherungen beschäftigt. Die Beschäftigungschancen hängen stark von der jeweiligen Branche ab. Aufstiegsmöglichkeiten bestehen z.B. zur Abteilungsleitung für Marketing oder für Produkt-Management.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Berufsbildende höhere Schule:** Handelsakademie; Höhere Lehranstalt für wirtschaftliche Berufe
- **Fachhochschule:** Betriebswirtschaft (Bachelor/Innsbruck, Puch bei Salzburg); Betriebswirtschaft (Master/Puch bei Salzburg); Business Development & Sales Management (Master/Wiener Neustadt); Management (Master/Krems); Marketing & Sales (Bachelor/Graz, Wien); Sales Management (Master/Graz)
- **Universität:** Studiengänge im Bereich Wirtschaftswissenschaften; Betriebswirtschaft (Bachelor, Master/mehrere Standorte); Management (Master/Linz, Wien)
- **Sonstiges:** Kollegs und Aufbaulehrgänge an Handelsakademien und für wirtschaftliche Berufe; Berufsakademie Marketing und Verkauf (WIFI); Diplomlehrgang Vertriebsmanagement (BFI); Lehrgang Key Account Management (WIFI); Universitätslehrgang Marketing & Sales (WU Executive Academy, Wien)

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Unternehmen erzielen oftmals mit 20 Prozent der KundInnen 80 Prozent ihres Umsatzes.

Quelle: Bildung der Wirtschaft (WKO), www.bildungswirtschaft.at

Marketing-ManagerIn

Marketing-ManagerInnen entwickeln Strategien zur Verkaufsförderung und Imagesteigerung von Produkten oder Dienstleistungen. Auf Basis von **Zielgruppen-Analysen* erstellen sie Konzepte für Kampagnen in unterschiedlichen Medien, z. B. Plakat, TV oder Internet. Sie prüfen, ob die Marketing-Ziele erreicht werden, und haben die Absatzzahlen ständig im Blick. Dabei arbeiten sie mit der Verkaufsabteilung, mit der Geschäftsführung sowie mit Marktforschungsinstituten, Werbeagenturen und Medienunternehmen zusammen. Marketing-ManagerInnen sind auch an der Entwicklung neuer Produkte beteiligt.



Anforderungen

- Controlling und Finanzplanung
- EDV-Anwendungskennntnisse
- Englisch
- Erstellung von Marketingunterlagen
- Kommunikationsstärke
- Kreativität
- Marktanalysen
- Online-Marketing
- Projektmanagement-Kenntnisse

Beschäftigungsmöglichkeiten

Beschäftigungsmöglichkeiten für Marketing-ManagerInnen bestehen vor allem in großen Unternehmen verschiedenster Wirtschaftsbereiche wie Industrie, Handel, Gewerbe sowie bei Banken und Versicherungen sowie in Marketing-Agenturen. Marketing-ManagerInnen können leitende Funktionen oder eine Tätigkeit im strategischen **Controlling* anstreben. Eine Spezialisierung auf bestimmte Marketing-Bereiche ist möglich, z. B. Online-Marketing.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Berufsbildende höhere Schule:** Handelsakademien mit Marketing-Schwerpunkten
- **Fachhochschule:** Global Sales and Marketing (Bachelor, Master/Steyr); International Marketing & Sales (Master/Dornbirn); Marketing (Master/Krems); Marketing & Kommunikation (Bachelor/St. Pölten); Marketing & Kommunikationsmanagement (Bachelor/Kufstein); Marketing & Sales (Bachelor/Graz, Wien); Marketing- & Salesmanagement (Master/Wien)
- **Universität:** Studiengänge im Bereich Wirtschaftswissenschaften; Betriebswirtschaft (Bachelor, Master/mehrere Standorte); Marketing (Master/Wien)
- **Sonstiges:** Berufsakademie Marketing und Verkauf (WIFI); Diplomlehrgang Marketing Management (Werbe Akademie des WIFI Wien); Universitätslehrgang Marketing & Sales (WU Executive Academy, Wien)

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Österreichs Unternehmen haben 2020 laut Dialog Marketing Report 2021 über 6,5 Milliarden Euro in Marketing und Werbung investiert.

Quelle: Österreichische Post AG, www.post.at

Markt- und MeinungsforscherIn

Markt- und MeinungsforscherInnen beschaffen und analysieren Daten zu wirtschaftlichen, gesellschaftlichen oder politischen Themen. Dazu führen sie Interviews oder Befragungen durch. Danach werten sie die Ergebnisse aus und bereiten sie textlich oder grafisch auf. Beispielsweise befassen sie sich mit der Kaufkraft und dem Einkaufsverhalten verschiedener **Zielgruppen*. Als BeraterInnen machen sie ihre AuftraggeberInnen auf veränderte Markt- und Wettbewerbssituationen aufmerksam. Damit können sie dazu beitragen, Erfolgsfaktoren und Potenziale besser zu erkennen und entsprechend zu nutzen.



Anforderungen

- Analytische Fähigkeiten
- EDV-Anwendungskennntnisse
- Interviewführung
- Kenntnis wissenschaftlicher Arbeitsmethoden
- Kommunikationsstärke
- Marktanalysen
- Präsentationsfähigkeiten
- Projektmanagement-Kenntnisse
- Statistikkenntnisse

Beschäftigungsmöglichkeiten

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen in Markt- und Meinungsforschungsinstituten, aber auch in wissenschaftlichen Institutionen und in Marketing-Abteilungen von Unternehmen, z.B. in den Bereichen Industrie, Handel, Gewerbe, Banken und Versicherungen. Markt- und MeinungsforscherInnen können in leitende Funktionen aufsteigen und als BeraterInnen für öffentliche und private Institutionen tätig sein.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Fachhochschule:** Data and Information Science (Master/Graz); Kommunikationswirtschaft (Bachelor/Wien); Marketing & Kommunikation (Bachelor/St. Pölten); Digital Marketing & Kommunikation (Master/St. Pölten)
- **Universität:** Studiengänge im Bereich Wirtschaftswissenschaften; Psychologie (Bachelor, Master/mehrere Standorte); SBWL Consumer Research and Marketing Communication (Bachelor/Wien); Soziologie (Bachelor, Master/mehrere Standorte)
- **Sonstiges:** Diplom BetriebswirtIn (WU Executive Academy, Wien); Professional Master Leadership & Unternehmensführung (WU Executive Academy, Wien); Universitätslehrgang Marketing & Sales (WU Executive Academy, Wien)

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Die erste dokumentierte Meinungsumfrage wurde anlässlich einer Präsidentenwahl in den USA Mitte des 19. Jahrhunderts durchgeführt.

Quelle: Institut für Marketing der Universität Graz, marketing.uni-graz.at

Online-Marketing-ManagerIn

Online-Marketing-ManagerInnen entwickeln Online-Strategien und setzen sie um. Sie sind für **Social-Media-Kampagnen* und **Mobile-Marketing-Aktionen* verantwortlich, kümmern sich um den Versand von **Mailings* und Newslettern und betreiben **Suchmaschinenmarketing (SEM)* und **Suchmaschinenwerbung (SEA)*. Sie entwickeln Konzepte zur Vermarktung von Produkten für den Online-Handel. Dazu beobachten sie den Markt und analysieren Statistiken, z. B. über Klickraten. Online-Marketing-ManagerInnen arbeiten eng mit Web-DesignerInnen, IT-ExpertInnen und Vertriebsfachleuten zusammen.



Anforderungen

- E-Commerce-Kenntnisse
- EDV-Anwendungskenntnisse
- Englisch
- Entwicklung von Online-Marketing-Kampagnen
- Kommunikationsstärke
- Marktanalysen
- Projektmanagement-Kenntnisse
- Social-Media-Strategien
- Zahlenverständnis

Beschäftigungsmöglichkeiten

Beschäftigungsmöglichkeiten für Online-Marketing-ManagerInnen bestehen vor allem in Werbeabteilungen großer Handelsunternehmen, Banken, Versicherungen, in der IT- und Kommunikationsbranche sowie in Marketing-Agenturen. Online-Marketing-ManagerInnen können nach mehrjähriger Berufserfahrung in die Marketing-Leitung aufsteigen.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Berufsbildende höhere Schule:** Handelsakademien mit Marketing-Schwerpunkten
- **Fachhochschule:** Digital Marketing & Kommunikation (Master/St. Pölten); Digital Marketing (Master/Kufstein); Digital Marketing Management (Master/Graz); Digital Media Management (Master/St. Pölten); Digitale Medien und Kommunikation (Master/Eisenstadt); Marketing und Electronic Business (Bachelor/Steyr)
- **Universität:** Studiengänge im Bereich Wirtschaftswissenschaften; Betriebswirtschaft (Bachelor, Master/mehrere Standorte); Marketing (Master/Wien)
- **Sonstiges:** Diplomlehrgang Online Marketing (Werbe Akademie des WIFI Wien); Diplomlehrgang Online Marketing Manager/in (Privatuniversität Schloss Seeberg, Seekirchen am Wallersee, Wien); Universitätslehrgang Marketing & Sales (WU Executive Academy, Wien); Universitätslehrgang Online Media Marketing (Donau-Universität Krems)

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Laut Consumer-Check-Studie kaufen 74 Prozent der Generation Z (nach 2001 Geborene) von **InfluencerInnen* beworbene Produkte.

Quelle: MindTake Research/Handelsverband, www.handelsverband.at

Pre-Sales Consultant (m/w/x)

Pre-Sales Consultants sind für die *Akquisition* und Beratung von *B2B-KundInnen* in der Phase vor dem Kauf (*Pre-Sales*) zuständig. Dabei geht es häufig um technische oder produktbezogene Fragen der KundInnen und darum, für sie das passende Angebot zu finden. Zum Aufgabengebiet von Pre-Sales Consultants zählt auch, den KundInnen Produkte zu präsentieren, etwa auf Messen. Weiters erstellen sie Angebote, Konzepte und Marktanalysen und arbeiten an der Planung von neuen Vertriebswegen mit.



Anforderungen

- *Customer Relationship Management*
- EDV-Anwendungskennnisse
- Englisch
- Kalkulation
- Kommunikationsstärke
- Marktanalysen
- Technisches Verständnis
- Verkaufskennnisse
- Vertriebskennnisse

Beschäftigungsmöglichkeiten

Pre-Sales Consultants arbeiten in Unternehmen unterschiedlichster Branchen, z. B. in den Bereichen Handel, Industrie oder IT. Je nach Verkaufsschwerpunkt ist es vorteilhaft, wenn Pre-Sales Consultants sowohl über eine kaufmännische als auch technische Ausbildung verfügen. Aufstiegsmöglichkeiten liegen mit entsprechender Berufserfahrung in Senior-Funktionen oder leitenden Funktionen in der Vertriebsabteilung von Unternehmen.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Berufsbildende höhere Schule:** Handelsakademie; Höhere Lehranstalt für Wirtschaftsingenieure
- **Fachhochschule:** Business Development & Sales Management (Master/Wiener Neustadt); Global Sales and Marketing (Bachelor, Master/Steyr); International Marketing & Sales (Master/Dornbirn); Marketing & Sales (Bachelor/Graz, Wien); Sales Management (Master/Graz); Technisches Vertriebsmanagement (Bachelor/Wien)
- **Universität:** Studiengänge in den Bereichen Wirtschaftswissenschaften und Wirtschaftsinformatik
- **Sonstiges:** Kollegs und Aufbaulehrgänge an Handelsakademien, für Wirtschaftsingenieure und für Wirtschaftsingenieurwesen; Berufsakademie Marketing und Verkauf (WIFI); Zertifikatslehrgang Sales Management (MCI Innsbruck); Kurse und Lehrgänge in den Bereichen Marketing und Sales, z. B. bei BFI und WIFI

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

98,8 Prozent der in der Studie „Social Media in der B2B-Kommunikation 2021“ befragten österreichischen Unternehmen setzen Social Media ein.

Quelle: ALTHALLER communication/DMVÖ, www.dmvoe.at

Produkt-ManagerIn

Produkt-ManagerInnen sind für ein Produkt, eine Produktgruppe oder Dienstleistung eines Unternehmens zuständig. Sie betreuen diese von der Idee bis zur Markteinführung. Produkt-ManagerInnen arbeiten eng mit den Abteilungen Entwicklung und Herstellung zusammen. Sie kalkulieren Preise und entwickeln Strategien und Konzepte zur Verkaufsförderung und Werbung. Darüber hinaus befassen sie sich mit den Themen Transport und Lagerung. Produkt-ManagerInnen führen auch Produktschulungen für KundInnen und MitarbeiterInnen durch.



Anforderungen

- Betriebswirtschaftskenntnisse
- EDV-Anwendungskenntnisse
- Englisch
- Kommunikationsstärke
- Marktanalysen
- Produktmarketing
- Produkt-PR
- Projektmanagement-Kenntnisse
- Vertriebskenntnisse

Beschäftigungsmöglichkeiten

Produkt-ManagerInnen sind in Unternehmen unterschiedlicher Wirtschaftsbereiche wie Industrie, Handel, Gewerbe oder bei Dienstleistungsunternehmen beschäftigt. Produkt-ManagerInnen für technische Produkte und IT-Produkte sind auf dem Arbeitsmarkt besonders gefragt. Produkt-ManagerInnen sind meist als Stabsstelle im Betrieb integriert oder der Marketing-Abteilung zugeordnet. Aufstiegsmöglichkeiten bestehen zur Abteilungsleitung für Marketing.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Berufsbildende höhere Schule:** Handelsakademien mit Marketing-Schwerpunkten
- **Fachhochschule:** Design & Produktmanagement (Bachelor, Master/Kuchl); Innovations- und Produktmanagement (Bachelor/Wels); Produktmarketing & Innovationsmanagement (Master/Wieselburg); Produktmarketing & Projektmanagement (Bachelor/Wieselburg)
- **Universität:** Studiengänge im Bereich Wirtschaftswissenschaften; Betriebswirtschaft (Bachelor, Master/mehrere Standorte); Marketing (Master/Wien); Marketing und Branding (Master/Innsbruck)
- **Sonstiges:** Diplomehrgang Marketing Management (Werbe Akademie des WIFI Wien); Masterlehrgang Werbung und Markenführung MSc (FH St. Pölten); Universitätslehrgang Marketing & Sales (WU Executive Academy, Wien)

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Die Vermeidung von Plastik ist KonsumentInnen laut einer österreichischen Studie über nachhaltige Verpackungen besonders wichtig.

Quelle: Produkt Verlag/marketagent, marketagent.com

Sales-ManagerIn

Sales-ManagerInnen sind dafür verantwortlich, dass die Umsatzziele eines Unternehmens erreicht werden. Sie geben Marktanalysen in Auftrag und entwickeln Maßnahmen zur Absatzförderung, z. B. Sonderaktionen. Sales-ManagerInnen kontrollieren die Verkaufszahlen und erarbeiten Absatzprognosen. Mit diesen Informationen kann die betriebliche Produktion mit den Absatzmöglichkeiten abgestimmt werden. Sales-ManagerInnen führen Verkaufsgespräche, pflegen ihren KundInnenstamm, gewinnen neue KundInnen und leiten Verkaufsteams im Innen- und Außendienst.



Anforderungen

- Betriebswirtschaftskenntnisse
- Controlling und Finanzplanung
- **Customer Relationship Management*
- E-Commerce-Kenntnisse
- EDV-Anwendungskenntnisse
- Englisch
- Kommunikationsstärke
- Marktanalysen
- **SAP-Kenntnisse, *ERP-Systeme*

Beschäftigungsmöglichkeiten

Sales-ManagerInnen sind in Unternehmen aller Wirtschaftsbereiche wie Industrie, Handel, Gewerbe sowie bei Banken, Versicherungen und anderen Dienstleistungsunternehmen beschäftigt. Je nach Verkaufsschwerpunkt ist es vorteilhaft, wenn Sales-ManagerInnen sowohl über eine kaufmännische als auch technische Ausbildung verfügen. Sales-ManagerInnen können nach mehrjähriger Berufserfahrung in die Bereichs- oder Geschäftsleitung aufsteigen.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Berufsbildende höhere Schule:** Handelsakademie; Höhere Lehranstalt für Wirtschaftsingenieure
- **Fachhochschule:** Business Development & Sales Management (Master/Wiener Neustadt); Global Sales and Marketing (Bachelor, Master/Steyr); International Marketing & Sales (Master/Dornbirn); Marketing & Sales (Bachelor/Graz, Wien); Sales Management (Master/Graz); Technisches Vertriebsmanagement (Bachelor/Wien)
- **Universität:** Studiengänge im Bereich Wirtschaftswissenschaften; Betriebswirtschaft (Bachelor, Master/ mehrere Standorte); Marketing (Master/Wien)
- **Sonstiges:** Kollegs und Aufbaulehrgänge an Handelsakademien; Berufsakademie Marketing und Verkauf (WIFI); Masterlehrgang MBA Digital Sales & Vertriebsmanagement (AIM/FH Burgenland); Zertifikatslehrgang Sales Management (MCI Innsbruck)

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Der umsatzstärkste Wirtschaftsbereich Österreichs ist die Handelsbranche.

Quelle: Handelsverband, www.handelsverband.at

SEO-/SEA-ManagerIn

SEO-/SEA-ManagerInnen sind für das **Suchmaschinenmarketing (SEM)* verantwortlich. Ziel ist es, Webseiten in Suchmaschinen-Ergebnislisten auf die vordersten Plätze zu bringen. Bei der **Suchmaschinenoptimierung (SEO)* geht es darum, dass Webinhalte von Suchmaschinen und UserInnen gefunden werden. SEO-/SEA-ManagerInnen definieren daher z. B. aussagekräftige Keywords (Schlagwörter) und erstellen mithilfe von Verlinkungen und Bildern suchmaschinengerechte Inhalte. Im Rahmen der **Suchmaschinenwerbung (SEA)* sind SEO-/SEA-ManagerInnen für Werbeeinschaltungen in Suchmaschinen, z. B. **Google Ads*, zuständig.

Anforderungen

- Analytische Fähigkeiten
- Betriebswirtschaftskenntnisse
- Englisch
- Internetentwicklungs- und Administrationskenntnisse
- IT-Affinität
- Kommunikationsstärke
- Marketingkenntnisse
- Multimediakenntnisse
- Verkaufskenntnisse

Beschäftigungsmöglichkeiten

Beschäftigungsmöglichkeiten bieten vor allem **Multimedia*-Agenturen und Unternehmen mit eigenen Online-Marketing-Aktivitäten. Durch das starke Interesse von Unternehmen, ihre Marken, Produkte und ihr Image professionell über Online-Kanäle zu präsentieren, sind SEO-/SEA-ManagerInnen sehr gefragt. Mit entsprechender Berufserfahrung und Qualifikation können SEO-/SEA-ManagerInnen in leitenden Positionen im Marketing tätig sein.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Fachhochschule:** Content-Produktion & Digitales Medienmanagement (Bachelor/Wien); Content Strategy (Master/Graz); Digital Marketing (Master/Kufstein); Digital Marketing & Kommunikation (Master/St. Pölten); Digital Marketing Management (Master/Graz); Marketing und Electronic Business (Bachelor/Steier); Wirtschaftsinformatik (Bachelor/Graz, Wien; Master/Wien, Fernstudium Wiener Neustadt)
- **Universität:** Studiengänge in den Bereichen Wirtschaftswissenschaften (insbesondere mit Marke-



ting-Schwerpunkt), Kommunikationswissenschaften und Wirtschaftsinformatik

- **Sonstiges:** Ausbildung Senior SEO ManagerIn (Flexyfit Business Academy, Wien); Diplomlehrgang Online Marketing Manager/in (Privatuniversität Schloss Seeberg, Seekirchen am Wallersee, Wien); Praxisschmiede SEO/SEA advanced (Werbe Akademie des WIFI Wien); SEO-Gesamtausbildung (WIFI); Zertifikatslehrgang Suchmaschinenmarketing (FH Salzburg)

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

„Auswirkungen des Klimawandels“ wurde 2021 weltweit häufiger als je zuvor gegoogelt.

Quelle: Google Trends/Jahresrückblick, www.google.com

Tele Sales Professional (m/w/x)

Tele Sales Professionals sind VerkäuferInnen, die bestehende und potenzielle KundInnen per Telefon über Produkte und Dienstleistungen informieren und beraten. Im Rahmen von Telefonvertriebsprojekten suchen sie nach HändlerInnen und KundInnen und bereiten Angebote vor. Sie beantworten Anfragen zu Produkten, Dienstleistungen sowie zu Zahlungs-, Preis- und Lieferbedingungen und führen telefonische Verkaufsgespräche, die im günstigen Fall zu Kaufabschlüssen führen. Darüber hinaus erstellen sie Bestands- und Bestelllisten, führen Kassenbücher, Wareneingangsbücher und pflegen KundInnendatenbanken.



Anforderungen

- Büro- und Verwaltungskenntnisse
- **Customer Relationship Management*
- EDV-Anwendungskenntnisse
- Freundlichkeit
- Frustrationstoleranz
- Kommunikationsstärke
- NeukundInnenakquisition
- Telefonierkompetenz
- Verkaufskenntnisse

Beschäftigungsmöglichkeiten

Tele Sales Professionals arbeiten in den verschiedensten Wirtschaftsbereichen für Unternehmen, die mit ihren Produkten im Internet vertreten sind, wie Industrie, Handel, Gewerbe sowie bei Banken und Versicherungen. Je nach Verkaufsschwerpunkt sind zusätzliche Ausbildungen, z.B. in technischen Berufen, vorteilhaft. Tele Sales Professionals können zu TeamleiterInnen aufsteigen.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Berufsbildende mittlere Schule:** Fachschule für wirtschaftliche Berufe; Handelsschule
- **Berufsbildende höhere Schule:** Handelsakademie; Höhere Lehranstalt für wirtschaftliche Berufe
- **Sonstiges:** betriebsinterne Ausbildungen und Schulungen; Kurse bei BFI, WIFI und anderen Weiterbildungsinstituten, z.B. in den Bereichen Verkaufsschulung, Verkaufstechnik, Telefontraining, Rhetorik, Gesprächsführung, Beschwerdemanagement oder Akquisition

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Anrufe zu Werbezwecken sind ohne vorherige Einwilligung des Nutzers oder der Nutzerin nicht zulässig. Auch die Rufnummernanzeige darf nicht unterdrückt oder verfälscht werden.

Quelle: Telekommunikationsgesetz 2021, www.ris.bka.gv.at

VertriebscontrollerIn

VertriebscontrollerInnen sind für das **Controlling* im Unternehmensbereich Vertrieb verantwortlich. Dabei planen und überwachen sie das Vertriebsbudget und kontrollieren die Einhaltung der finanziellen Zielvorgaben. Sie stellen **Soll-Ist-Vergleiche* an, erstellen **Ad-hoc-Analysen* sowie Prognosen und bereiten entscheidungsrelevante Daten auf. Sie erstellen Berichte und analysieren die Absatzwege und deren Kostensituation. VertriebscontrollerInnen informieren die Geschäftsführung und die Marketing-Abteilung über Abweichungen von definierten Zielvorgaben und schlagen Gegensteuerungsmaßnahmen vor.



Anforderungen

- Betriebswirtschaftskenntnisse
- Controlling und Finanzplanung
- EDV-Anwendungskennntnisse
- Kostenmanagement
- Kommunikationsstärke
- **SAP*-Kenntnisse, **ERP*-Systeme
- Statistikkenntnisse
- Vernetztes Denken
- Vertriebskenntnisse

Beschäftigungsmöglichkeiten

VertriebscontrollerInnen sind in Unternehmen aller Wirtschaftsbereiche, wie z.B. Industrie, Handel, Gewerbe, sowie bei Banken, Versicherungen und anderen Dienstleistungsunternehmen beschäftigt. VertriebscontrollerInnen sind entweder als Stabsstelle im Betrieb integriert oder dem Bereich Vertrieb zugeordnet. Sie können zu VertriebsleiterInnen aufsteigen oder sich auf strategisches Controlling spezialisieren.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Berufsbildende höhere Schule:** Handelsakademie – Controlling, Wirtschaftspraxis und Steuern; Handelsakademie – Management, Controlling und Accounting
- **Fachhochschule:** Accounting, Controlling & Finance (Master/Dornbirn); Controlling, Rechnungswesen und Finanzmanagement (Bachelor, Master/Steyr); Financial Management & Controlling (Master/Wien); Finanz-, Rechnungs- & Steuerwesen (Bachelor/Wien); Rechnungswesen & Controlling (Bachelor, Master/Graz)
- **Universität:** Studiengänge im Bereich Wirtschaftswissenschaften; Accounting, Auditing and Taxation (Master/Innsbruck); Finance and Accounting (Master/Linz); Finanzwirtschaft und Rechnungswesen (Master/Wien)
- **Sonstiges:** Kollegs und Aufbaulehrgänge an Handelsakademien; Kurse und Lehrgänge in den Bereichen Controlling und Vertrieb, z. B. bei BFI, WIFI und Controller Institut (Wien)

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Operative Ursachen – unter anderem mangelndes Controlling – sind die häufigsten Gründe für Firmeninsolvenzen in Österreich.

Quelle: Kreditschutzverband von 1870, www.ksv.at

VertriebsmanagerIn

VertriebsmanagerInnen organisieren alle Maßnahmen, die mit dem Vertrieb von Produkten eines Unternehmens zusammenhängen. Dabei entscheiden sie über Absatzwege, Transportmöglichkeiten und über Vertriebsformen, z. B. ob der Vertrieb über eigene Filialen, Online-Shops oder über ZwischenhändlerInnen erfolgen soll. In Zusammenarbeit mit ManagerInnen aus dem Verkaufsbereich planen sie z. B. den Einsatz des Außendienstes. Sie betreuen auch die Serviceeinrichtungen für KundInnen, wickeln Aufträge und Lieferungen ab und erarbeiten Vertriebskonzepte.

Anforderungen

- Betriebswirtschaftskenntnisse
- Controlling und Finanzplanung
- **Customer Relationship Management*
- E-Commerce-Kenntnisse
- EDV-Anwendungskenntnisse
- Englisch
- Kommunikationsstärke
- Marktanalysen
- **SAP-Kenntnisse, *ERP-Systeme*

Beschäftigungsmöglichkeiten

VertriebsmanagerInnen sind in Unternehmen aller Wirtschaftsbereiche wie Industrie, Handel, Gewerbe sowie bei Banken und Versicherungen beschäftigt. Die Karrierechancen liegen innerhalb der betrieblichen Hierarchien, vor allem in Senior-Funktionen und Bereichsleitungen oder auch in der Geschäftsführung.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Berufsbildende höhere Schule:** Handelsakademie; Höhere Lehranstalt für Wirtschaftsingenieure
- **Fachhochschule:** Business Development & Sales Management (Master/Wiener Neustadt); Global Sales and Marketing (Bachelor, Master/Steyr); International Marketing & Sales (Master/Dornbirn); Marketing & Sales (Bachelor/Graz, Wien); Sales Management (Master/Graz); Technisches Vertriebsmanagement (Bachelor/Wien)
- **Universität:** Studiengänge im Bereich Wirtschaftswissenschaften; Betriebswirtschaft (Bachelor, Master/ mehrere Standorte); Marketing (Master/Wien)



© AMS/CHLOE POTTER

- **Sonstiges:** Kollegs und Aufbaulehrgänge an Handelsakademien; Berufsakademie Marketing und Verkauf (WIFI); Masterlehrgang MBA Digital Sales & Vertriebsmanagement (AIM/FH Burgenland); Zertifikatslehrgang Sales Management (MCI Innsbruck); Universitätslehrgang Marketing & Sales (WU Executive Academy, Wien)

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Digitale *B2B-Marktführer im Vertrieb erzielen im Vergleich zur Konkurrenz ein bis zu 5-faches Umsatzwachstum.

Quelle: Deloitte Digital, www.deloittedigital.at

VertriebstechnikerIn

VertriebstechnikerInnen sind für den Verkauf und Vertrieb von technischen Waren und Dienstleistungen im *B2B-Bereich zuständig. Beispiele für Produkte sind Maschinen, Anlagen, Geräte, IT-Systeme, aber auch Materialien wie Farben und Lacke. In Verkaufsgesprächen beraten sie FirmenkundInnen und erklären ihnen die technischen Funktionen und Einsatzmöglichkeiten. Sie organisieren auch technische Gesamtlösungen sowie Service- und Wartungsleistungen. Dazu holen sie Angebote von anderen LieferantInnen oder Servicebetrieben ein und koordinieren die Auslieferung oder Umsetzung.



Anforderungen

- Beratungskompetenz
- Betriebswirtschaftskenntnisse
- EDV-Anwendungskennntnisse
- Gutes Auftreten
- Marktanalysen
- Maschinenbaukenntnisse
- Reisebereitschaft
- Technischer Verkauf
- Technischer Vertrieb

Beschäftigungsmöglichkeiten

VertriebstechnikerInnen arbeiten vor allem bei Betrieben, die Maschinen, Anlagen und Geräte oder andere technische Produkte herstellen, sowie bei Dienstleistungsunternehmen, Großhandelsunternehmen, Ingenieurbüros und Ziviltechnikbüros. Auch große Einzelhandelsketten der Computer- und Elektronikbranche bieten Beschäftigungsmöglichkeiten. VertriebstechnikerInnen können sowohl im Innen- als auch im Außendienst tätig sein und z.B. zu Abteilungs- oder VerkaufsleiterInnen aufsteigen.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Berufsbildende höhere Schule:** Höhere Lehranstalt für Elektrotechnik; Höhere Lehranstalt für Maschinenbau; Höhere Lehranstalt für Wirtschaftsingenieure
- **Fachhochschule:** Studiengänge im Bereich Wirtschaftsingenieurwesen; Anlagenbau (Master/Wels); Elektronik und Wirtschaft (Bachelor/Wien); Maschinenbau (Bachelor/Villach, Wien; Master/Wien); Technisches Vertriebsmanagement (Bachelor/Wien)
- **Universität:** Maschinenbau (Bachelor, Master/Graz, Wien); Wirtschaftsingenieurwesen – Maschinenbau (Bachelor, Master/Graz, Wien)
- **Sonstiges:** Kollegs und Aufbaulehrgänge für Wirtschaftsingenieure, für Wirtschaftsingenieurwesen, für Elektrotechnik und für Maschinenbau; Kurse und Lehrgänge bei BFI, WIFI und anderen Weiterbildungsinstituten, z. B. in den Bereichen E-Business, Export, Sales Management, Technischer Einkauf und Vertrieb

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Die Maschinen-, Metallwaren- und Gießereiindustrie ist mit Abstand die größte Industriebranche Österreichs.

Quelle: STATISTIK AUSTRIA, www.statistik.at

Visual Merchandiser (m/w/x)

Visual Merchandiser sind für die ansprechende optische Präsentation von Waren am **Point of Sale* zuständig. Dazu besuchen sie regelmäßig Verkaufsfilialen. Sie entwickeln Ideen und Konzepte zur zielgruppen-gerechten Gestaltung von Geschäftslokalen, Verkaufsflächen, Regalen, Auslagen, **Showrooms*, Messeständen sowie für Verkaufspräsentationen. Als Bindeglied zwischen Marketing und Vertrieb optimieren sie den Verkaufserfolg durch eine kreative Gestaltung des Umfelds, in dem die Waren angeboten und verkauft werden.



© KZENON - STOCK.ADOBE.COM

Anforderungen

- Ästhetisches Gefühl
- Dekorationskenntnisse
- EDV-Anwendungskenntnisse
- Fachberatung
- Kaufmännisches Verständnis
- Reisebereitschaft
- Verkaufsförderung
- Verkaufstechnik
- Visual Marketing

Beschäftigungsmöglichkeiten

Visual Merchandiser sind vor allem in Handelsunternehmen, Gewerbebetrieben und bei Unternehmen der Markenartikelindustrie beschäftigt. Die Aufstiegs- und Entwicklungsmöglichkeiten sind in diesem Bereich vielfältig. Visual Merchandiser können beispielsweise zu AußendienstleiterInnen aufsteigen oder beratend tätig sein.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Berufsbildende mittlere Schule:** Fachschule für wirtschaftliche Berufe; Handelsschule
- **Berufsbildende höhere Schule:** Handelsakademie; Höhere Lehranstalt für Grafik und Kommunikationsdesign; Höhere Lehranstalt für wirtschaftliche Berufe
- **Fachhochschule:** Studiengänge in den Bereichen Design und Gestaltung; Design & Produktmanagement (Bachelor, Master/Kuchl)
- **Universität:** Studiengänge in den Bereichen Design und Gestaltung; raum&designstrategien (Bachelor, Master/Linz)
- **Sonstiges:** Kollegs und Aufbaulehrgänge an Handelsakademien und für wirtschaftliche Berufe; Berufsakademie Handel; Lehrgänge und Kurse bei BFI, WIFI und anderen Weiterbildungsinstituten, z. B. in den Bereichen Visual Merchandising, Dekoration, Schaufenstergestaltung und Shopdesign

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Auch Düfte werden in Geschäften gezielt eingesetzt, um den Umsatz zu steigern. Vanille ist ein Duft, der Frauen und Männer gleichermaßen anspricht.

Quelle: Hitradio Ö3, oe3.orf.at

Weitere Berufe (Kurzinfos)



Area-ManagerInn

Area ManagerInnen sind für einen bestimmten regional abgegrenzten Markt zuständig, z. B. für bestimmte Länder oder Regionen, daher werden sie auch Regional-ManagerInnen genannt. Innerhalb ihres Gebiets betreuen sie ihre bestehenden KundInnen und versuchen, neue zu gewinnen. Sie interpretieren die Ergebnisse der Marktforschung und veranlassen entsprechende Marketing- und Vertriebsmaßnahmen. Darüber hinaus bearbeiten sie Anfragen, erstellen Angebote und überwachen die reibungslose Durchführung von Aufträgen.

Wichtige Berufsanforderungen sind Betriebswirtschaftskennntnisse, EDV-Anwendungskennntnisse, Kenntnisse in Englisch, Marketingkennntnisse, Vertriebskennntnisse, Verkaufskennntnisse, Kommunikationsstärke und ein gutes Zahlenverständnis.

Area-ManagerInnen arbeiten in Unternehmen unterschiedlichster Wirtschaftsbereiche, wie z. B. Industrie, Gewerbe, Handel, Banken und Versicherungen, sowie in anderen Dienstleistungsbereichen. Der Berufseinstieg erfolgt oft in Form einer Assistenzfunktion. Nach der Einarbeitungsphase bekommen Area-ManagerInnen ein Gebiet zugeteilt.

Area-ManagerInnen verfügen meist über eine kaufmännische Ausbildung an einer berufsbildenden Schule oder über ein Fachhochschul- oder Universitätsstudium im Bereich Betriebswirtschaft.

Channel-Marketing-ManagerInn

Channel-Marketing-ManagerInnen beschäftigen sich mit der Frage, mit welchem Medium oder Kanal (Channel) sie eine bestimmte **Zielgruppe* am besten erreichen können. Sie entwickeln Marketing-Maßnahmen und Vertriebskonzepte, die sich einerseits an die EndkonsumentInnen und andererseits an VertriebspartnerInnen richten. Sie informieren HändlerInnen über neue Produkte, erarbeiten absatzfördernde Maßnahmen und bauen die Kontakte zum Handel aus. Channel-Marketing-ManagerInnen nutzen sämtliche Instrumente des Marketings (**Marketing-Mix*).

Wichtige Berufsanforderungen sind Betriebswirtschaftskennntnisse, EDV-Anwendungskennntnisse, Kenntnisse in Englisch, Marketing- und PR-Kennntnisse, Social-Media-Kennntnisse, Vertriebskennntnisse, Verkaufskennntnisse, Kommunikationsstärke und ein gutes Zahlenverständnis.

Beschäftigungsmöglichkeiten ergeben sich bei Unternehmen unterschiedlicher Wirtschaftsbereiche wie Industrie und Gewerbe sowie bei Handels- und Dienstleistungsunternehmen mit komplexen Vertriebsstrukturen.

Mögliche Ausbildungen sind betriebswirtschaftliche Fachhochschul- und Universitätsstudiengänge mit dem Schwerpunkt Marketing.

FundraiserInn

FundraiserInnen beschaffen finanzielle Mittel für nicht-kommerzielle Organisationen (**NPOs*) und Projekte, z. B. in den Bereichen Bildung, Kultur, Soziales, Umwelt. Sie betreuen bestehende SponsorInnen und versuchen, neue zu gewinnen, um Geldmittel und andere Unterstützungen wie Sach- und Personalleistungen zu erhalten. Als Bindeglied zwischen den Organisationen und den SpenderInnen dokumentieren FundraiserInnen genau, wofür die finanziellen Mittel verwendet werden und legen dies auch offen.

Wichtige Berufsanforderungen sind Kenntnisse im Telefonverkauf, EDV-Anwendungskennntnisse, Marketing- und PR-Kennntnisse, Vertriebskennntnisse und Kommunikationsstärke.

FundraiserInnen sind hauptsächlich in kulturellen, sozialen, medizinischen oder pädagogischen Betrieben, Institutionen und Vereinen sowie bei Interessenvertretungen, Parteien, kirchlichen Organisationen oder NPOs tätig. Beschäftigungsmöglichkeiten gibt es aber auch in PR-Abteilungen von Wirtschaftsunternehmen.

Sie bringen meist eine kaufmännische oder betriebswirtschaftliche Ausbildung mit.

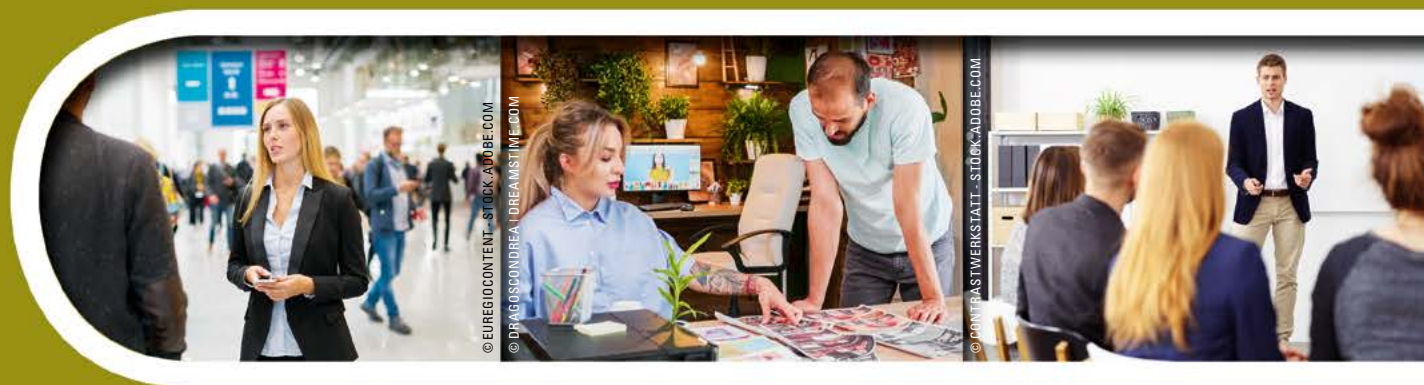
Beispiele für weitere Berufe:

- EventmanagerIn
- InterviewerIn
- MarketingassistentIn
- Medienfachmann/-frau – Online-Marketing (befristeter Ausbildungsversuch)
- Support-ManagerIn

Genauere Informationen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

Werbung und Public Relations



BERUFSBESCHREIBUNGEN

Account-ManagerIn	82
AnzeigenkontakterIn	83
Corporate-Social-Responsibility-ManagerIn	84
Creative Director (m/w/x)	85
KommunikationsmanagerIn	86
KonzepterIn	87
MediaplanerIn	88
Messe- und AusstellungsorganisatorIn	89
Online-PR-BeraterIn	90
PR-BeraterIn	91
PressesprecherIn	92
WerbeberaterIn	93
Werbefachmann/-frau	94
WerbetexterIn	95

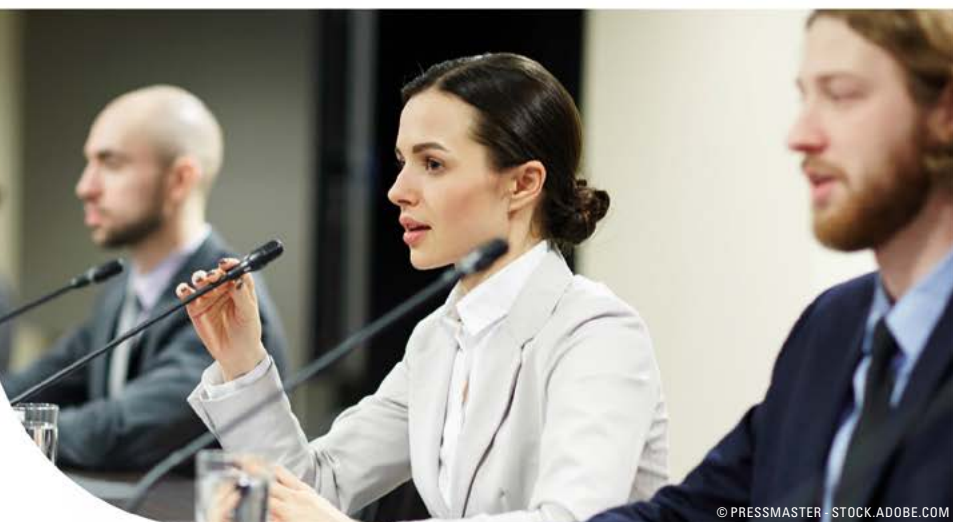
WEITERE BERUFE (KURZINFOS)

Account Planner (m/w/x)	96
DekorateurIn	96
PR-AssistentIn	96
Beispiele für weitere Berufe	96

Werbung und Public Relations

Werbung und **Public Relations (PR)* haben die Aufgabe, Botschaften zu vermitteln. Ziel der Werbung ist es, mit Kampagnen und Aktionen Verkaufszahlen zu steigern. Bei Public Relations stehen Imagepflege und die Kommunikation mit der Öffentlichkeit im Mittelpunkt.

In der Werbung geht es vor allem darum, Produkte und Dienstleistungen möglichst attraktiv zu präsentieren und diese erfolgreich zu verkaufen. Das Ziel von Public Relations ist es, die Öffentlichkeit über ein Thema, ein Unternehmen oder eine Organisation zu informieren. Dabei soll eine positive und langfristige Beziehung zu KundInnen, JournalistInnen, PolitikerInnen, MitarbeiterInnen oder anderen Gruppen geschaffen und gepflegt werden. Die Bereiche Werbung und Public Relations ergänzen einander. Neben der gewinnbringenden Vermarktung ihrer Produkte legen Unternehmen immer größeren Wert auf ein gutes Image in der Öffentlichkeit. Das **Corporate Image* kann wiederum wichtiger Bestandteil einer Werbekampagne für ein Produkt sein.





© DIEGO VITO CERVO | DREAMSTIME.COM

Der richtige Medien-Mix macht es aus

Neben den klassischen Medien wie Zeitung, Plakat, Radio und Fernsehen spielen Online-Medien bei der Verbreitung von Werbe- und PR-Botschaften eine wichtige Rolle. Websites, **Blogs*, Newsletter oder **Social-Media-Posts* dürfen in vielen Werbe- oder PR-Kampagnen nicht fehlen. Auch **Mobile Ads* und **Video Ads* werden gerne eingesetzt. Werbe- und PR-ExpertInnen kombinieren die verschiedenen Kommunikationsinstrumente je nach Werbe- oder PR-Ziel.

Persönliche Ansprache und Glaubwürdigkeit zählen

Die Nutzung von Online-Medien eröffnet zusätzliche Möglichkeiten: Insbesondere Social-Media-Kanäle erlauben eine sehr rasche, persönliche und unmittelbare Kommunikation mit den Menschen. Häufig wird dabei z.B. mit **InfluencerInnen* gearbeitet, die Vertrauen und Glaubwürdigkeit vermitteln sollen. Analyse- und **Webtracking-Tools* liefern Informationen über das Nutzungsverhalten und die Interessen der verschiedenen **Zielgruppen*. Die Erkenntnisse aus den ausgewerteten Daten fließen wiederum in neue Kommunikationskampagnen ein.

Content und Storytelling liegen im Trend

In der gesamten Kommunikationsbranche wird zunehmend auf informierenden, unterhaltenden und beratenden Content (Inhalte) gesetzt. Werbe- und PR-Botschaften werden verstärkt in Form von Geschichten vermittelt (**Storytelling*). Informationen über Produkte, Aktivitäten oder Werte eines Unternehmens werden dabei auf unterhaltsame Weise in Texten, Videos oder Bildern in einer Story (Geschichte) verpackt. So werden die Zielgruppen informiert und gleichzeitig emotional angesprochen.

Berufe mit hoher Anziehungskraft

In den Bereichen Werbung und Public Relations sind gute Kommunikations- und Beratungsfähigkeiten besonders gefragt. Wichtig sind außerdem Kenntnisse der österreichischen Medienlandschaft und die Fähigkeit, Netzwerke und Kontakte aufzubauen und zu pflegen. Jobs im Kreativbereich sind generell sehr begehrt. Daher ist die Konkurrenz auf dem Arbeitsmarkt groß. Für den Berufseinstieg sind Zusatzqualifikationen und Praktika hilfreich.

Account-ManagerIn

***Account-ManagerInnen** sind in einer ***PR-** oder Werbeagentur für die Betreuung wichtiger KundInnen verantwortlich. Ziel ist es, bestehende Geschäftsbeziehungen auszubauen. Account-ManagerInnen beraten KundInnen während des gesamten Projekts: Sie stellen den Kontakt her, erstellen Angebote, präsentieren Konzepte für Kampagnen und kontrollieren die Einhaltung von Terminen. Account-ManagerInnen sind die Schnittstelle zwischen KundInnen und Kreativteam, z. B. GrafikerInnen und TexterInnen. Wünsche, Auftragsdetails oder Beschwerden geben Account-ManagerInnen an ihre TeamkollegInnen weiter.



Anforderungen

- Beratungskompetenz
- **Customer Relationship Management*
- E-Commerce-Kenntnisse
- Englisch
- **Key Account Management*
- Kontaktfreude
- Marketingkenntnisse
- Verkaufskenntnisse
- Vortrags- und Präsentationskenntnisse

Beschäftigungsmöglichkeiten

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen vor allem bei **Multimedia-*, Werbe- und PR-Agenturen. Die Arbeitsmarktchancen in der Beratung und Organisation sind besser als im Kreativbereich. BerufseinsteigerInnen beginnen in Agenturen meist mit Assistenzaufgaben. Nach einigen Jahren können sie die Funktion Account Supervisor anstreben, eine Teamleitung übernehmen oder sich mit einer eigenen Agentur selbstständig machen.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Berufsbildende höhere Schule:** Handelsakademie – Kommunikationsmanagement und Marketing
- **Fachhochschule:** Marketing & Kommunikation (Bachelor/St. Pölten); Marketing & Kommunikationsmanagement (Bachelor/Kufstein); Marketing & Sales (Bachelor/Graz, Wien); Marketing- & Salesmanagement (Master/Wien); Marketing (Master/Krems); Marketing und Electronic Business (Bachelor/Steyr); Produktmarketing & Projektmanagement (Bachelor/Wieselburg)
- **Universität:** Studiengänge im Bereich Wirtschaftswissenschaften; Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Salzburg); Medien- und Kommunikationswissenschaften (Bachelor/Klagenfurt); Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Wien)
- **Sonstiges:** Diplomelehrgang Kommunikationsmanagement (Werbe Akademie des WIFI Wien); Lehrgang Key-Account-Management (WIFI)

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Der größte Werbeanteil in Österreich entfällt mit rund 40 Prozent auf den Printbereich. Dazu zählen z. B. Tageszeitungen, Magazine oder Zeitschriften.

Quelle: Focus Werbebilanz, www.focusmr.com

AnzeigenkontakterIn

AnzeigenkontakterInnen vermitteln Anzeigen in Print- und Online-Medien, im Radio und im Fernsehen. Sie informieren KundInnen über Werbeformate, Preise und Rabatte, **Zielgruppen*, **Reichweiten*, **Auflagenhöhen* von Print-Medien und Werbezeiten im Rundfunk. Bei Online-Werbung sind z. B. **Ad Impressions* und Webstatistiken wichtige Informationen für werbetreibende Unternehmen. Die **Akquise* erfolgt am Telefon, über E-Mail oder im direkten Gespräch. AnzeigenkontakterInnen erstellen auch **Mediadaten* und führen Marktanalysen sowie Erfolgskontrollen der Werbemaßnahmen durch.



Anforderungen

- Beratungskompetenz
- EDV-Anwendungskenntnisse
- Kommunikationsstärke
- Kontaktfreude
- Marketingkenntnisse
- NeukundInnenakquisition
- Telefonierkompetenz
- Verkaufskennnisse
- Zahlenverständnis

Beschäftigungsmöglichkeiten

AnzeigenkontakterInnen arbeiten in Medienunternehmen, Zeitungs-, Zeitschriften- und Buchverlagen, Rundfunk- und Fernsehanstalten sowie in Werbe- und **PR*- sowie spezialisierten **Direktmarketing*-Agenturen. Auch Verkaufs- und PR-Abteilungen großer Unternehmen bieten Beschäftigungsmöglichkeiten. AnzeigenkontakterInnen können zu AnzeigenleiterInnen aufsteigen. Im Anzeigenverkauf sind neben einem Fixgehalt **Provisionen* üblich.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Lehre:** Medienfachmann/-frau – Agenturdienstleistungen (befristeter Ausbildungsversuch)
- **Berufsbildende mittlere Schule:** Handelsschule
- **Berufsbildende höhere Schule:** Handelsakademie
- **Fachhochschule:** Kommunikationswirtschaft (Bachelor/Wien); Marketing und Electronic Business (Bachelor/Steyr); Marketing & Kommunikation (Bachelor/St. Pölten); Marketing & Kommunikationsmanagement (Bachelor/Kufstein); Marketing & Sales (Bachelor/Graz, Wien)
- **Sonstiges:** Kollegs und Aufbaulehrgänge an Handelsakademien; Diplomlehrgang Marketing und Medienmanagement (BFI); Fachlehrgang für Marktkommunikation (Werbe Akademie des WIFI Wien); Kurse bei BFI, WIFI und anderen Weiterbildungsinstituten, z. B. in den Bereichen Verkaufsschulung, Telefontraining, Rhetorik, Gesprächsführung

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Bezahlte Inhalte, die in regelmäßig erscheinenden Medien veröffentlicht werden, müssen als Anzeige, entgeltliche Einschaltung oder Werbung gekennzeichnet werden.

Quelle: Mediengesetz, www.ris.bka.gv.at

Corporate-Social-Responsibility-ManagerIn

Corporate-Social-Responsibility-ManagerInnen – kurz CSR-ManagerInnen – planen und realisieren Strategien, Projekte und Kampagnen im Bereich **Corporate Social Responsibility (CSR)*. Sie arbeiten für Unternehmen, die für Nachhaltigkeit und verantwortungsvolles Handeln stehen, und dieses Image in der Öffentlichkeit pflegen. Beispiele für Projekte sind die Umstellung auf umweltschonendere Produktionsverfahren, soziales Engagement oder die Förderung der **Work-Life-Balance* des Personals. Die CSR-Aktivitäten werden z. B. durch **PR-Kampagnen* und Berichte unternehmensintern sowie nach außen kommuniziert.



Anforderungen

- Betriebswirtschaftskenntnisse
- EDV-Anwendungskenntnisse
- Englisch
- Kommunikationsstärke
- Marketingkenntnisse
- Nachhaltigkeitsmanagement
- Organisationstalent
- PR-Kenntnisse
- Technisches Verständnis

Beschäftigungsmöglichkeiten

CSR-ManagerInnen sind in Unternehmen unterschiedlichster Wirtschaftsbereiche, wie z.B. Handel, Industrie, Bau, Energieversorgung, Tourismus, Gewerbe, Banken und Versicherungen, sowie in Dienstleistungsbetrieben tätig. Auch Unternehmensberatungen, Organisationen und Behörden bieten Beschäftigungsmöglichkeiten. CSR-ManagerInnen können in unterschiedlichen Abteilungen in leitender Position tätig sein. Die Entwicklungsmöglichkeiten sind von der jeweiligen Branche abhängig.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Berufsbildende höhere Schule:** Handelsakademie – Ökologisch orientierte Unternehmensführung
- **Fachhochschule:** Energie- & Nachhaltigkeitsmanagement (Bachelor, Master/Kufstein); Nachhaltiges Ressourcenmanagement (Bachelor/Wien); Umwelt- und Nachhaltigkeitsmanagement (Master/Krems); Umwelt und Technik (Bachelor/Dornbirn)
- **Universität:** Studiengänge im Bereich Wirtschaftswissenschaften und Umwelttechnik; Betriebswirtschaft (Bachelor, Master/mehrere Standorte); Umweltsystemwissenschaften – Betriebswirtschaft (Bachelor/Graz)
- **Sonstiges:** Ausbildung zum/r zertifizierten CSR- & Nachhaltigkeitsbeauftragten (TÜV AUSTRIA AKADEMIE); Lehrgang Corporate Social Responsibility und Nachhaltigkeitsmanagement CSR (Quality Austria, Wien); Lehrgang MSc Sustainability & Responsible Management (FH des BFI Wien)

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Im Jahr 2021 wurden rund 11 Prozent der Spenden in Österreich von Unternehmen geleistet.

Quelle: Fundraising Verband Austria, www.fundraising.at

Creative Director (m/w/x)

Creative Directors sind für die Gesamtkonzeption von Werbekampagnen verantwortlich. Nach dem **Briefing* durch die AuftraggeberInnen entwickeln sie Werbestrategien und Werbebotschaften. Gemeinsam mit dem Grafikteam legen sie Gestaltungsmittel fest und sorgen für die Umsetzung durch WerbetexterInnen, GrafikerInnen, IllustratorInnen, FotografInnen und TontechnikerInnen. Creative Directors sind für den gesamten Projektlauf verantwortlich. Sie erstellen Zeitpläne, kalkulieren Kosten, kontrollieren das Budget, kümmern sich um Personalangelegenheiten und betreuen die AuftraggeberInnen.



Anforderungen

- Ästhetisches Gefühl
- EDV-Anwendungskennntnisse
- Englisch
- Führungsqualitäten
- Grafikkennntnisse
- Kommunikationsstärke
- Marketingkennntnisse
- Multimediakennntnisse
- Organisationstalent

Beschäftigungsmöglichkeiten

Creative Directors sind vor allem bei Werbeagenturen, Werbe- und Grafikstudios, **Multimedia*-Agenturen sowie bei Werbe-, Marketing- und **PR*-Abteilungen großer Unternehmen beschäftigt. Die Zahl der Arbeitsplätze ist eher begrenzt. Creative Director ist bereits eine Aufstiegsposition für WerbespezialistInnen mit langjähriger, erfolgreicher Berufstätigkeit.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Berufsbildende höhere Schule:** Höhere Lehranstalt für Grafik- und Kommunikationsdesign; Höhere Lehranstalt für Medien
- **Fachhochschule:** Content Strategy (Master/Graz); Content-Produktion & Digitales Medienmanagement (Bachelor/Wien); Digital Media Management (Master/St. Pölten); Information, Medien & Kommunikation (Bachelor/Eisenstadt); Kommunikationswirtschaft (Bachelor/Wien); Medientechnik und -design (Bachelor/Hagenberg)
- **Universität:** Grafik und Werbung (Diplom/Wien); Grafik-Design und Fotografie (Bachelor/Linz); Grafik- und Informationsdesign (Bachelor/St. Pölten)
- **Sonstiges:** Creative Director/-in (Diplomfortbildung an der SAFM Salzburg); Fachlehrgang für Marktkommunikation (Werbe Akademie des WIFI Wien)

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Der Ethik-Kodex der Werbewirtschaft enthält Richtlinien für Werbeschaffende, um z. B. diskriminierende, verletzende oder irreführende Inhalte zu vermeiden.

Quelle: Österreichischer Werberat, www.werberat.at

KommunikationsmanagerIn

KommunikationsmanagerInnen koordinieren Marketing-, *PR- und Werbeaktivitäten und steuern interne Kommunikationsprozesse in Unternehmen und Organisationen. Sie unterstützen die Geschäftsführung bei öffentlichen Auftritten und pflegen Beziehungen zu JournalistInnen. Sie realisieren PR- und Werbekampagnen, wie z. B. Pressemeldungen, Firmen-*Blogs oder *Social-Media-Kampagnen. Darüber hinaus organisieren sie KundInnenveranstaltungen, z. B. Produktpräsentationen. Zu ihren Aufgaben zählt auch die Mitgestaltung der *Corporate Identity eines Unternehmens.



Anforderungen

- Betriebswirtschaftskenntnisse
- EDV-Anwendungskenntnisse
- Englisch
- Führungsqualitäten
- Journalistische Fachkenntnisse
- Kommunikationsstärke
- Marketingkenntnisse
- Organisationstalent
- PR-Kenntnisse

Beschäftigungsmöglichkeiten

KommunikationsmanagerInnen arbeiten in der Privatwirtschaft vor allem in Marketing-, Werbe- und PR-Abteilungen großer Unternehmen aller Branchen. Beschäftigungsmöglichkeiten bieten auch öffentliche Institutionen, Verbände, große Vereine, Parteien, *Non-Profit-Organisationen oder wissenschaftliche Einrichtungen. KommunikationsmanagerIn ist eine Aufstiegsposition, die meist erst nach einigen Jahren erfolgreicher Tätigkeit erreicht werden kann.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Fachhochschule:** Corporate Communication (Bachelor/Wien); Journalismus und Public Relations (PR) (Bachelor/Graz); Kommunikationswirtschaft (Bachelor/Wien); Kommunikationsmanagement (Master/Wien); Marketing & Kommunikation (Bachelor/St. Pölten); Marketing & Kommunikationsmanagement (Bachelor/Kufstein)
- **Universität:** Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Salzburg); Medien- und Kommunikationswissenschaften (Bachelor/Klagenfurt); Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Wien)
- **Sonstiges:** Diplomehrgang Kommunikationsmanagement (Werbe Akademie des WIFI Wien); Masterlehrgang PR & Kommunikationsmanagement MSc (FH St. Pölten); Universitätslehrgang Strategische Kommunikation und PR (Donau-Universität Krems)

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Content, Glaubwürdigkeit und Ehrlichkeit wurden in der Studie „Social Media in der *B2B-Kommunikation 2021“ von den befragten Unternehmen als wichtige Erfolgsfaktoren genannt.

Quelle: ALTHALLER communication/DMVÖ, www.dmvoe.at

KonzepterIn

KonzepterInnen entwickeln Werbekonzepte und Kommunikationsstrategien für Produkte und Dienstleistungen. Sie überlegen sich Kampagnen für die unterschiedlichen Medienkanäle. Beispiele dafür sind Websites, *Apps, *Social-Media-Kampagnen oder Videos. Sie erarbeiten Strategien und inhaltliche Konzepte, die in Zusammenarbeit mit einem Team aus TechnikerInnen, GrafikerInnen, TexterInnen und ProjektmanagerInnen umgesetzt werden. Die Entwürfe präsentieren sie den KundInnen. KonzepterInnen kennen die Möglichkeiten der jeweiligen Medien und prüfen, ob die Wünsche der AuftraggeberInnen umsetzbar sind.



Anforderungen

- EDV-Anwendungskennntnisse
- Englisch
- Grafikkennntnisse
- Kommunikationsstärke
- Kreativität
- Marketingkennntnisse
- Multimediakennntnisse
- Präsentationsfähigkeiten
- PR-Kennntnisse

Beschäftigungsmöglichkeiten

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen bei Werbe- und *PR-Agenturen sowie bei *Multimedia-Agenturen, Grafik-Studios sowie bei Werbe-, Marketing- und PR-Abteilungen großer Unternehmen und Institutionen. BerufseinsteigerInnen übernehmen vorerst Assistenzaufgaben, nach einigen Jahren können sie eigenverantwortlich Projekte betreuen.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Berufsbildende höhere Schule:** Handelsakademie – Kommunikationsmanagement und Marketing
- **Fachhochschule:** Content Strategy (Master/Graz); Content-Produktion & Digitales Medienmanagement (Bachelor/Wien); Digital Media Management (Master/St. Pölten); Information, Medien & Kommunikation (Bachelor/Eisenstadt); Kommunikationswirtschaft (Bachelor/Wien); Kommunikationsmanagement (Master/Wien)
- **Universität:** Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Salzburg); Medien- und Kommunikationswissenschaften (Bachelor/Klagenfurt); Marketing (Master/Wien); Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Wien)
- **Sonstiges:** Fachlehrgang für Marktkommunikation (Werbe Akademie des WIFI Wien)

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Mehr als jedes 10. österreichische Unternehmen zählt zur Kreativwirtschaft. Rund 45.500 Kreativunternehmen gibt es hierzulande.

Quelle: Kreativwirtschaft Austria, www.kreativwirtschaft.at

MediaplanerIn

MediaplanerInnen entscheiden, auf welchen Kanälen und zu welchen Zeitpunkten bestimmte Werbebotschaften platziert werden. Dazu analysieren sie den Medienmarkt, z. B. Zeitungen, TV oder **soziale Medien*. Sie entwickeln Werbestrategien und achten auf eine sinnvolle Ergänzung verschiedener Medienkanäle. MediaplanerInnen sind für die Budgetplanung und -kontrolle, Preisverhandlungen sowie den Kauf von Werbeflächen, Anzeigenplätzen oder Sendezeiten verantwortlich. Wichtige Kennzahlen bzw. Abrechnungsmodelle für die Mediaplanung sind z. B. der **Tausend-Kontakt-Preis (TKP)* oder **Cost per Click (CPC)*.

Anforderungen

- Analytische Fähigkeiten
- EDV-Anwendungskenntnisse
- Englisch
- Kommunikationsstärke
- Marketingkenntnisse
- Medienbeobachtung
- PR-Kenntnisse
- Statistikkenntnisse
- Zahlenverständnis

Beschäftigungsmöglichkeiten

MediaplanerInnen arbeiten in **Multimedia-* und Werbeagenturen sowie in Werbe-, Marketing- und **PR-*Abteilungen großer Unternehmen. Auch Markt- und Meinungsforschungsinstitute bieten Beschäftigungsmöglichkeiten. Mit entsprechender Praxiserfahrung können MediaplanerInnen nach einigen Jahren Berufstätigkeit zum/zur Hauptverantwortlichen für die gesamte Mediaplanung aufsteigen.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Berufsbildende höhere Schule:** Handelsakademie – Kommunikationsmanagement und Marketing
- **Fachhochschule:** Digital Media Management (Master/St. Pölten); Information, Medien & Kommunikation (Bachelor/Eisenstadt); Journalismus & Medienmanagement (Bachelor/Wien); Kommunikationswirtschaft (Bachelor/Wien); Kommunikation Wissen Medien (Bachelor, Master/Hagenberg); Kommunikationsmanagement (Master/Wien); Marketing & Kommunikation (Bachelor/St. Pölten); Marketing & Kommunikationsmanagement (Bachelor/Kufstein)



- **Universität:** Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Salzburg); Medien- und Kommunikationswissenschaften (Bachelor/Klagenfurt); Marketing (Master/Wien); Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Wien)
- **Sonstiges:** Fachlehrgang für Marktkommunikation (Werbe Akademie des WIFI Wien)

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Fernsehwerbung liegt in Österreich mit einem Anteil von knapp 30 Prozent an 2. Stelle nach Printwerbung (z. B. in Zeitungen und Zeitschriften).

Quelle: Focus Werbebilanz, www.focusmr.com

Messe- und AusstellungsorganisatorIn

Messe- und AusstellungsorganisatorInnen erarbeiten Konzepte für Messen und Ausstellungen und kümmern sich um ihren reibungslosen Ablauf. Die Organisation des Standaufbaus gehört dabei ebenso zu ihren Aufgaben wie die **Akquisition* von KooperationspartnerInnen und SponsorInnen. Messe- und AusstellungsorganisatorInnen organisieren die Bewirtung der BesucherInnen und betreuen und beraten AusstellerInnen bei der Wahl ihres Standorts. Sie können auch für die Konzeption und Planung von **virtuellen* Messen zuständig sein.



Anforderungen

- EDV-Anwendungskennntnisse
- Englisch
- Eventmanagement
- Kommunikationsstärke
- Marketingkenntnisse
- Multimediakennntnisse
- Organisationstalent
- Projektmanagement-Kenntnisse
- Zahlenverständnis

Beschäftigungsmöglichkeiten

Messe- und AusstellungsorganisatorInnen arbeiten bei Messeveranstaltern sowie in Eventagenturen, in Werbe- und Marketing-Agenturen oder im Tagungs- und Kongressgeschäft. Auch Museen und kulturelle Einrichtungen, die Ausstellungen veranstalten, bieten Beschäftigungsmöglichkeiten. Der Einstieg in den Beruf erfolgt meist auf Assistenzebene. Mit entsprechender Berufserfahrung ist ein Aufstieg in leitende Positionen möglich.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Lehre:** Eventkaufmann/-frau (befristeter Ausbildungsversuch)
- **Berufsbildende höhere Schule:** Handelsakademien und höhere Lehranstalten für Tourismus mit Eventmanagement-Schwerpunkten
- **Fachhochschule:** Ausstellungsdesign (Master/Graz); Management (Master/Krems); Marketing & Kommunikation (Bachelor/St. Pölten); Marketing & Kommunikationsmanagement (Bachelor/Kufstein); Sport-, Kultur-, & Veranstaltungsmanagement (Bachelor, Master/Kufstein)
- **Universität:** Studiengänge im Bereich Wirtschaftswissenschaften; Betriebswirtschaft (Bachelor, Master/ mehrere Standorte); Marketing (Master/Wien)
- **Sonstiges:** Certified Program Crossmediale Ausstellungenentwicklung (Donau-Universität Krems); Diplomlehrgang Eventmanagement (Werbe Akademie des WIFI Wien)

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

63.000 Menschen haben die BeSt³ – die Messe für Beruf, Studium und Weiterbildung – im März 2022 in der Wiener Stadthalle besucht.

Quelle: BeSt³, www.bestinfo.at

Online-PR-BeraterIn

Online-PR-BeraterInnen entwickeln für Unternehmen und Institutionen Online-Kommunikationsstrategien (Online-**PR*). Beispiele dafür sind Newsletter-Konzepte, **Social-Media*-Kampagnen, **Blog*-Aktivitäten und **Influencer*-Kampagnen. Je nach Botschaft und **Zielgruppe* wählen sie passende Online-Kanäle aus. Dazu analysieren sie Zugriffsstatistiken von Websites und das Nutzungsverhalten verschiedener Zielgruppen. Online-PR-BeraterInnen beraten ihre KundInnen auch über suchmaschinenoptimierte Textgestaltung (**Suchmaschinenoptimierung, SEO*) und beobachten den Erfolg der verwendeten Kommunikationsformen.



Anforderungen

- EDV-Anwendungskennntnisse
- Englisch
- Journalistische Fachkenntnisse
- Kommunikationsstärke
- Multimediakennntnisse
- Networking Skills
- Online-Marketing
- PR-Kennntnisse
- Social-Media-Strategien

Beschäftigungsmöglichkeiten

Beschäftigungsmöglichkeiten eröffnen sich in PR-Agenturen sowie Unternehmen und Institutionen mit Abteilungen für Presse- und **Öffentlichkeitsarbeit*. Berufserfahrene Online-PR-BeraterInnen können sich auch als EinzelunternehmerIn selbstständig machen oder eine PR-Agentur gründen. BerufseinsteigerInnen beginnen in Agenturen mit Assistenzaufgaben. Später können sie für einen Bereich, z.B. für **Social Media Relations*, verantwortlich sein, ein Team leiten und Führungsaufgaben übernehmen.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Fachhochschule:** Corporate Communication (Bachelor/Wien); Journalismus & Medienmanagement (Bachelor/Wien); Journalismus und Public Relations (PR) (Bachelor/Graz); Kommunikationswirtschaft (Bachelor/Wien); Kommunikationsmanagement (Master/Wien); Marketing & Kommunikation (Bachelor/St. Pölten); Marketing & Kommunikationsmanagement (Bachelor/Kufstein)
- **Universität:** Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Salzburg); Medien- und Kommunikationswissenschaften (Bachelor/Klagenfurt); Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Wien); Politikwissenschaft (Bachelor, Master/Innsbruck, Salzburg, Wien)
- **Sonstiges:** Ausbildung Senior Social Media ManagerIn (Flexyfit Business Academy, Wien); Diplomlehrgang Medien- und PR-Management (Werbe Akademie des WIFI Wien)

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Personalisierte Inhalte und Angebote, Live-Videos und **Künstliche Intelligenz* sind laut der Umfrage „PR-Trendradar“ wichtige Trends in der digitalen PR.

Quelle: Marketagent.com/APA-Comm, www.apa.at

PR-BeraterIn

PR-BeraterInnen unterstützen Unternehmen und Institutionen in allen Fragen der **Öffentlichkeitsarbeit*. Sie sind für die strategische Planung und die Durchführung von **PR-Aktivitäten* verantwortlich und sorgen für ein positives Image eines Unternehmens oder einer Organisation in der Öffentlichkeit. Sie schreiben **Pressemitteilungen*, bereiten Interviews vor, pflegen die Kontakte zu JournalistInnen und organisieren Infoveranstaltungen. Zu ihren Aufgaben zählen auch Erfolgskontrollen der Maßnahmen. Außerdem betreuen sie interne Medien wie MitarbeiterInnenzeitschriften oder das **Intranet*.



Anforderungen

- Branchenkenntnisse im Tätigkeitsbereich des Unternehmens
- EDV-Anwendungskennntnisse
- Englisch
- Journalistische Fachkenntnisse
- Kommunikationsstärke
- Marketingkenntnisse
- Networking Skills
- PR-Kenntnisse
- Social-Media-Anwendungskennntnisse

Beschäftigungsmöglichkeiten

Beschäftigungsmöglichkeiten eröffnen sich in PR-Agenturen sowie Unternehmen und Institutionen mit Abteilungen für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Berufserfahrene PR-BeraterInnen können sich auch als EinzelunternehmerIn selbstständig machen oder eine PR-Agentur gründen. BerufseinsteigerInnen beginnen in Agenturen mit Assistenzaufgaben, später können sie für einen Bereich, z.B. für **Social Media Relations*, verantwortlich sein, ein Team leiten und Führungsaufgaben übernehmen.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Fachhochschule:** Corporate Communication (Bachelor/Wien); Journalismus & Medienmanagement (Bachelor/Wien); Journalismus und Public Relations (PR) (Bachelor/Graz); Kommunikationswirtschaft (Bachelor/Wien); Kommunikationsmanagement (Master/Wien); Marketing & Kommunikation (Bachelor/St. Pölten); Marketing & Kommunikationsmanagement (Bachelor/Kufstein)
- **Universität:** Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Salzburg); Medien- und Kommunikationswissenschaften (Bachelor/Klagenfurt); Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Wien)
- **Sonstiges:** Diplomlehrgang Medien- und PR-Management (Werbe Akademie des WIFI Wien); Zertifikatslehrgang Angewandte Krisenkommunikation (FH St. Pölten); Universitätslehrgang Strategische Kommunikation und PR (Donau-Universität Krems)

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Der Staatspreis Public Relations 2021 ging an das Projekt „Weltweit Backen gegen Altersarmut“, das durch die PR-Agentur Grayling Austria umgesetzt wurde.

Quelle: Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort, www.bmdw.gv.at

PressesprecherIn

PressesprecherInnen pflegen Kontakte zu Presse, Radio, Fernsehen, Online-Medien und Nachrichtenagenturen. Ihre Aufgabe ist es, eine umfassende und positive Berichterstattung über ein Unternehmen in den Medien zu erreichen. Sie erstellen Presseunterlagen und schreiben **PR-Texte*. Sie organisieren Pressekonferenzen, geben Interviews und beantworten Anfragen von JournalistInnen. PressesprecherInnen aktualisieren auch die Unternehmenswebsite und verfassen **Social-Media-Posts*. Sie können auch für die Erstellung von Geschäftsberichten oder für die Betreuung von Firmen-**Blogs* verantwortlich sein.



Anforderungen

- EDV-Anwendungskennntnisse
- Englisch
- Gutes Auftreten
- Journalistische Fachkenntnisse
- Kommunikationsstärke
- Networking Skills
- PR-Kenntnisse
- Schlagfertigkeit
- Social-Media-Anwendungskennntnisse

Beschäftigungsmöglichkeiten

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen in den PR-Abteilungen von Unternehmen aller Wirtschaftsbereiche sowie bei staatlichen Institutionen, Verbänden, größeren Vereinen, Interessenvertretungen sowie bei **Non-Profit-Organisationen*. Die Leitung einer PR-Abteilung ist eine Aufstiegsmöglichkeit. Auch die selbstständige Berufsausübung, z. B. als PR-BeraterIn, steht erfahrenen PressesprecherInnen offen.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Fachhochschule:** Corporate Communication (Bachelor/Wien); Journalismus & Medienmanagement (Bachelor/Wien); Journalismus und Public Relations (PR) (Bachelor/Graz); Kommunikationswirtschaft (Bachelor/Wien); Kommunikationsmanagement (Master/Wien); Marketing & Kommunikation (Bachelor/St. Pölten); Marketing & Kommunikationsmanagement (Bachelor/Kufstein)
- **Universität:** Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Salzburg); Medien- und Kommunikationswissenschaften (Bachelor/Klagenfurt); Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Wien)
- **Sonstiges:** Diplomehrgang Medien- und PR-Management (Werbe Akademie des WIFI Wien); Zertifikatslehrgang Angewandte Krisenkommunikation (FH St. Pölten); Universitätslehrgang Strategische Kommunikation und PR (Donau-Universität Krems)

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Die APA-Redaktion (Austria Presse Agentur) verzeichnet 4 Millionen Eingangsmeldungen pro Jahr.

Quelle: APA News, www.apa.at

WerbeberaterIn

WerbeberaterInnen sind erfahrene WerbeexpertInnen, die Unternehmen und Institutionen bei der Entwicklung von Werbestrategien und Werbekonzepten beraten. Je nach Werbeziel schlagen sie geeignete Werbemittel vor, z. B. Plakate, Inserate, Folder, Fernsehspots, **Mobile Ads* oder **Video Ads*. WerbeberaterInnen analysieren die jeweiligen **Zielgruppen* und Märkte und verwenden Ergebnisse aus der Markt- und Meinungsforschung. Sie kalkulieren auch die Kosten, koordinieren die Umsetzung und kontrollieren den termingerechten Einsatz der Werbemaßnahmen. Auch die Erfolgskontrolle gehört zu ihren Aufgaben.



© WAVEBREAKMEDIAMICRO - STOCK.ADOBE.COM

Anforderungen

- Beratungskompetenz
- EDV-Anwendungskenntnisse
- Englisch
- Kommunikationsstärke
- Kreativität
- Marketingkenntnisse
- Präsentationsfähigkeiten
- PR-Kenntnisse
- Zahlenverständnis

Beschäftigungsmöglichkeiten

WerbeberaterInnen arbeiten vor allem bei Werbeagenturen und Beratungsunternehmen oder sind auf selbstständiger Basis beratend tätig. Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen auch in Betrieben und Institutionen mit Marketing- und **PR*-Abteilungen. Mit entsprechender Qualifikation und Berufserfahrung können sie in verschiedenen leitenden Positionen in den Bereichen Werbung, Marketing und PR tätig sein, z. B. als Konzept-TeamleiterIn.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Berufsbildende höhere Schule:** Handelsakademie – Kommunikationsmanagement und Marketing
- **Fachhochschule:** Information, Medien & Kommunikation (Bachelor/Eisenstadt); Kommunikationswirtschaft (Bachelor/Wien); Kommunikationsmanagement (Master/Wien); Marketing & Kommunikation (Bachelor/St. Pölten); Marketing & Kommunikationsmanagement (Bachelor/Kufstein); Produktmarketing & Projektmanagement (Bachelor/Wieselburg); Produktmarketing & Innovationsmanagement (Master/Wieselburg)
- **Universität:** Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Salzburg); Medien- und Kommunikationswissenschaften (Bachelor/Klagenfurt); Marketing (Master/Wien); Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Wien)
- **Sonstiges:** Fachlehrgang für Marktkommunikation (Werbe Akademie des WIFI Wien)

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Die Media-Analyse (MA) ist die größte Studie zur Erhebung von Printmedien- **Reichweiten* in Österreich.

Quelle: Verein ARGE Media-Analysen, www.media-analyse.at

Werbefachmann/-frau

Werbefachleute planen und organisieren Werbeaktionen, um die Bekanntheit eines bestimmten Produkts oder einer Dienstleistung zu erhöhen und den Verkauf zu fördern. Mit ihren AuftraggeberInnen legen sie die Werbeziele sowie die **Zielgruppen* fest, entwerfen Werbepläne und -kampagnen und berechnen Kosten. Werbefachleute kümmern sich auch um die Umsetzung: Je nach Arbeitsschwerpunkt formulieren sie Werbebotschaften, entwerfen Werbemittel oder beauftragen GrafikerInnen, **Multimedia-Agenturen*, Druckereien oder WerbemittelproduzentInnen. Eine weitere wichtige Aufgabe ist die Erfolgskontrolle.



Anforderungen

- Beratungskompetenz
- EDV-Anwendungskenntnisse
- Englisch
- Grafikkenntnisse
- Kommunikationsstärke
- Kreativität
- Marketingkenntnisse
- PR-Kenntnisse
- Zahlenverständnis

Beschäftigungsmöglichkeiten

Werbefachleute sind meist bei Werbeagenturen und Beratungsunternehmen beschäftigt. Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen auch in Betrieben und Institutionen mit Werbe-, Marketing- oder **PR-Abteilungen* sowie bei Multimedia-Agenturen und Verlagen. Aufstiegsmöglichkeiten bestehen in leitenden Funktionen, wie z. B. ProjektleiterIn oder Konzept-TeamleiterIn.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Berufsbildende höhere Schule:** Handelsakademien mit Marketing-Schwerpunkten
- **Fachhochschule:** Content Strategy (Master/Graz); Content-Produktion & Digitales Medienmanagement (Bachelor/Wien); Information, Medien & Kommunikation (Bachelor/Eisenstadt); Kommunikationswirtschaft (Bachelor/Wien); Produktmarketing & Projektmanagement (Bachelor/Wieselburg); Produktmarketing & Innovationsmanagement (Master/Wieselburg)
- **Universität:** Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Salzburg); Medien- und Kommunikationswissenschaften (Bachelor/Klagenfurt); Marketing (Master/Wien); Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Wien)
- **Sonstiges:** Fachlehrgang für Marktkommunikation (Werbe Akademie des WIFI Wien)

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Technische Werbeartikel, Haushaltsartikel und Schreibwaren zählen laut einer Studie zu den bei KonsumentInnen beliebtesten Werbemitteln.

Quelle: WU Wien/Verband der österreichischen Werbemittelhändler/Werbemonitor, www.werbemonitor.at

WerbetexterIn

WerbetexterInnen formulieren Werbebotschaften. Sie verfassen sowohl kurze, einprägsame **Slogans* als auch **Social-Media-Posts* und umfangreiche Texte, wie z. B. Anzeigen, **Advertorials*, Werbespots, Newsletter oder **Mailings*. Nach einem **Briefing* mit dem/der AuftraggeberIn erarbeiten WerbetexterInnen ein Konzept, das sich am Produkt oder der Dienstleistung, an der **Zielgruppe*, am jeweiligen Medium und an der Unternehmenssprache (**Corporate Language*) orientiert, und verfassen anschließend den Werbetext. Werbebotschaften werden häufig in Form von Geschichten transportiert (**Storytelling*).



Anforderungen

- EDV-Anwendungskennntnisse
- Kommunikationsstärke
- Kreativität
- Marketingkenntnisse
- PR-Kenntnisse
- Rechtschreibkenntnisse in Deutsch
- Schriftliche Ausdrucksfähigkeit
- Social-Media-Anwendungskennntnisse
- Texterstellung und -bearbeitung

Beschäftigungsmöglichkeiten

WerbetexterInnen arbeiten meist in Werbe- und **PR-Agenturen*. Auch Unternehmen mit eigenen Werbe- und PR-Abteilungen bieten Beschäftigungsmöglichkeiten. Die Konkurrenz am Arbeitsmarkt ist groß, kreative und originelle WerbetexterInnen werden aber immer gesucht. BerufseinsteigerInnen beginnen als Junior-TexterInnen mit Assistenzaufgaben, später ist der Aufstieg zum/zur Senior-TexterIn möglich.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Berufsbildende höhere Schule:** Handelsakademien mit Marketing-Schwerpunkten
- **Fachhochschule:** Content Strategy (Master/Graz); Content-Produktion & Digitales Medienmanagement (Bachelor/Wien); Journalismus & Medienmanagement (Bachelor/Wien); Journalismus und Public Relations (PR) (Bachelor/Graz)
- **Universität:** Deutsche Philologie (Bachelor, Master/Wien); Germanistik (Bachelor, Master/Graz, Innsbruck, Klagenfurt, Salzburg); Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Salzburg); Medien- und Kommunikationswissenschaften (Bachelor/Klagenfurt); Marketing (Master/Wien); Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Wien)
- **Sonstiges:** Fachlehrgang für Marktkommunikation (Werbe Akademie des WIFI Wien)

Mehr Informationen zu Ausbildungen sowie Angaben zum Einkommen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Das Österreichische Wörterbuch (ÖWB) enthält mehr als 90.000 Stichwörter.

Quelle: Österreichischer Bundesverlag Schulbuch (ÖBV), www.oebv.at

Weitere Berufe (Kurzinfos)

Account Planner (m/w/x)

*Account Planner entwickeln Strategien, um Marken, Produkte und Dienstleistungen erfolgreich am Markt zu positionieren, zu steuern und weiterzuentwickeln. Dazu definieren sie Werbeziele und beschäftigen sich intensiv mit dem Kaufverhalten und den Merkmalen der *Zielgruppen. Sie erheben Daten, z.B. im Rahmen von *Fokusgruppen, analysieren Markt- und Meinungsforschungsergebnisse und informieren sich über Trends. Ihre Erkenntnisse geben sie an die Kreativabteilung weiter, die die Werbekampagnen gestaltet. Account Planner kontrollieren auch den Erfolg der Kommunikationsmaßnahmen.

Wichtige Berufsanforderungen sind EDV-Anwendungskennntnisse, Marketing- und *PR-Kenntnisse, Kreativität, Organisationstalent und Serviceorientierung.

Account Planner sind vor allem bei Werbe- und *Multimedia-Agenturen beschäftigt und können auch in der Marktforschung sowie in der Unternehmensberatung tätig sein.

Mögliche Ausbildungen sind Universitäts- und Fachhochschulstudiengänge in den Bereichen Betriebswirtschaft, Marketing und Kommunikation.

DekorateurIn

DekorateurInnen gestalten Schaufenster, Auslagen, Vitrinen, Verkaufsräume, Messestände und Ausstellungen. Sie besprechen die Gestaltung mit den AuftraggeberInnen, kalkulieren die Kosten der Ausführung und fertigen Entwürfe in Form von Skizzen oder Modellen an. Bei der Umsetzung verwenden sie unterschiedliche Gegenstände, wie z. B. Podeste, Schaufensterfiguren und Accessoires. Die Dekorationsobjekte stellen sie aus unterschiedlichen Materialien häufig selbst her.

Wichtige Anforderungen sind handwerkliches Geschick und ein hohes Maß an Kreativität und ästhetischem Gefühl.

DekorateurInnen finden vor allem bei großen Kaufhäusern und Handelsketten Beschäftigung. Aber auch öffentliche Institutionen und Museen haben für Ausstellungen und Veranstaltungen Bedarf an Fachleuten in diesem Bereich.

Beispiele für Ausbildungen sind eine Lehre zum/ zur TapeziererIn und DekorateurIn, kunstgewerbliche Schulen oder Lehrgänge in den Bereichen Gestaltung und Design.



PR-AssistentIn

PR-AssistentInnen wirken bei der Planung, Entwicklung und Umsetzung von Kommunikationsstrategien und *PR-Kampagnen unterstützend mit. Beispielsweise arbeiten sie bei der inhaltlichen Gestaltung von Broschüren oder Imagevideos oder der Organisation von Pressekonferenzen mit. Die Vorbereitung von Präsentationsunterlagen und Presseaussendungen zählt ebenso zu ihren Aufgaben wie die Zusammenstellung von Firmen-Newslettern und das Verfassen von *Social-Media-Beiträgen. Neben organisatorischen und administrativen Tätigkeiten recherchieren sie auch Informationen und Trends zu bestimmten Themen.

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen vor allem in PR-Agenturen sowie in Unternehmen und Institutionen mit Abteilungen für Presse- und *Öffentlichkeitsarbeit.

Wichtige Berufsanforderungen sind EDV-Anwendungskennntnisse, Kommunikationsstärke, Social-Media-Anwendungskennntnisse sowie eine gute schriftliche Ausdrucksfähigkeit.

Als Ausbildung kommen Handelsakademien mit Marketingschwerpunkten sowie Universitäts- und Fachhochschulstudiengänge in den Bereichen Betriebswirtschaft, Marketing und Kommunikation in Frage.

Beispiele für weitere Berufe:

- Art Buyer (m/w/x)
- Art Director (m/w/x)
- BeschriftungsdesignerIn und WerbetechnikerIn
- WerbegestalterIn

Genauere Informationen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

Informationsquellen und Adressen



Broschüren	98
Internetadressen und Portale	99
Berufsorganisationen und Interessenvertretungen (Auswahl)	101
BerufsInfoZentren (BIZ) des Arbeitsmarktservice	102
Bildungseinrichtungen	104

Broschüren

BROSCHÜREN DES ARBEITSMARKTSERVICE

Broschüren des Arbeitsmarktservice rund um die Themen Berufswahl, Ausbildung und Weiterbildung können Sie auf der AMS-Website als PDF-Dokument herunterladen: www.berufs-infos.at

- **Berufswahl – Ausbildungswege (2 Versionen: Deutsch und mehrsprachig)**
- **Berufswahl – Matura ...**
- **Berufswahl – Schule oder Lehre? 2 Wege zum Wunschberuf**
- **Berufswahl – Technik**
- **Berufswahl – Tipps zur Berufswahl**
- **Berufswahl – Weiterbildung und beruflicher Neustart**
- **Berufe – Computer und IKT (vormals: IT – Informationstechnologie)**
- **Berufe – Gesundheit (vormals: Gesundheit, Fitness, Wellness)**
- **Berufe – Handel (vormals: Handel, Marketing, E-Commerce)**
- **Berufe – Kurzausbildungen (vormals: Berufe mit Kurz- oder Spezialausbildung)**
- **Berufe – Medien (vormals: Medien, Kultur, Unterhaltung)**
- **Berufe – Soziales**
- **Berufe – Tourismus (vormals: Tourismus & Freizeitwirtschaft)**
- **Elternratgeber – Schritt für Schritt zur Lehrstelle**
- **Jobchancen – Studium**

BROSCHÜREN ANDERER INSTITUTIONEN

- **Wirtschaftskammer Wien (Hg.), Berufsinformationszentrum der Wiener Wirtschaft (BiWi):
Der Fahrplan zum Beruf. Wege nach der 8. Schulstufe**
- **Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung (BMBWF) (Hg.):
ABC der berufsbildenden Schulen**
- **Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort (BMDW); Wirtschaftskammer
Österreich (Hg.): Lehrberufe in Österreich – Ausbildungen mit Zukunft**

Internetadressen und Portale

BERUFS- UND BILDUNGSINFORMATIONEN

Online-Angebote des Arbeitsmarktservice

Ausbildungskompass

Informationen über Bildungsmöglichkeiten und Ausbildungseinrichtungen
www.ams.at/ausbildungskompass

Berufsinformationssystem

Kurzbeschreibungen zu Tätigkeiten, Beschäftigung, Einkommen, beruflichen Kompetenzen, Ausbildung und Weiterbildung für ca. 500 Berufsprofile (ca. 17.500 Berufsbezeichnungen)
www.ams.at/bis

Berufskompass

Orientierungshilfe für die Berufswahl
www.ams.at/berufskompass

Berufslexikon

Ausführliche Berufsbeschreibungen zu ca. 1.800 Berufen
www.ams.at/berufslexikon

Bewerbungsportal

Anleitungen, Leitfäden und Checklisten
www.ams.at/bewerbungsportal

Forschungsnetzwerk

Informations- und Serviceplattform zu den Themen Arbeitsmarkt-, Berufs-, Bildungs- und Qualifikationsforschung
www.ams.at/forschungsnetzwerk

Gehaltskompass

Durchschnittliche Einstiegsgehälter im Überblick
www.ams.at/gehaltskompass

Karrierekompass

Informationen über Berufe, Jobchancen, Arbeitsmarkttrends und zu Ausbildung und Weiterbildung mit AMS-Berufsinformation-broschüren zum Herunterladen oder Bestellen
www.ams.at/karrierekompass

Karrierevideos

Rund 430 online abrufbare Videos zu unterschiedlichen Berufen
www.ams.at/karrierevideos

Weiterbildungsdatenbank

Kurse für die berufliche Weiterbildung
www.ams.at/weiterbildungsdatenbank

Online-Angebote anderer Institutionen

BIC – BerufsInformationsComputer

Informationen zu Berufen und Tipps für die Berufswahl
www.bic.at

Bildungsinformationen der Arbeiterkammer

www.arbeiterkammer.at/bildung

Informationen rund um Weiterbildung und Berufsorientierung für Erwachsene

<https://erwachsenenbildung.at/bildungsinfo>

Jopsy

App der AK zur Berufsfindung
www.jopsy.at

Lehre im Handel

www.lehre-im-handel.at

Lernen in Österreich

Lernangebote aus den Bereichen Berufsbildung sowie Universität, Fachhochschule und Pädagogische Hochschule
<http://lerneninoesterreich.at>

Playmit

Quiz-Portal mit über 85.000 Bildungsfragen und den Top-Arbeitgebern
www.playmit.com

MINISTERIEN

Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung

www.bmbwf.gv.at

Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort

www.bmdw.gv.at

LEHRE

Berufsschulen in Österreich

www.berufsschule.at

Duale Akademie – Lehre nach der Matura

www.dualeakademie.at

Lehrbetriebe in Österreich

<https://lehrbetriebsuebersicht.wko.at>

Lehre statt Leere – Coaching für Lehrlinge

www.lehre-statt-leere.at

SCHULEN

ABC der berufsbildenden Schulen in Österreich

www.abc.berufsbildendeschulen.at

HAK/HAS-Abendschulen

www.abendschulen.at

Humanberufliche Schulen und land- und forstwirtschaftliche Schulen

www.hum.at

Polytechnische Schule

<https://pts.schule.at>

Portal der kaufmännischen Schulen

www.hak.cc

Schule.at

Schulführer und Links zu Portalen verschiedener Schultypen
www.schule.at

Schulen online

Übersicht über alle Schulen in Österreich
www.schulen-online.at

Schulpsychologische Beratungsstellen

www.schulpsychologie.at

Technische, gewerbliche und kunstgewerbliche Schulen Österreichs – HTL

www.htl.at

Informationsquellen und Adressen

Internetadressen und Portale

STUDIUM

FH-Guide – Das österreichische Fachhochschulportal

www.fachhochschulen.ac.at

Masterportal Österreich

www.postgraduate-master.at

Österreichische Studienbeihilfenbehörde

www.stipendium.at

Studienwahl.at – Studienführer des BMBWF

www.studienwahl.at

Studienführer für Österreich

www.studieren.at

Studienplattform der Österreichischen Hochschul_innenschaft

www.studienplattform.at

Studiversum – Informationen zu allen Fragen rund ums Studium des BMBWF

www.studiversum.at

AUSLANDSPRAKTIKA

AIESEC

Internationale Internship-Programme für Leadership
<https://aiesec.at>

IAESTE

Praktika für Studierende technischer und naturwissenschaftlicher Studienrichtungen
www.iaeste.at

IFA – Internationaler Fachkräfteaustausch

www.ifa.or.at

BERATUNGSSTELLEN FÜR MIGRANTEN/-INNEN IM BEREICH BILDUNG, AUSBILDUNG, BERUF UND ARBEIT

Beratungszentrum für Migranten und Migrantinnen

www.migrant.at

FAIR – Für Arbeit, Integration, Recht

www.volkshilfe-wien.at/arbeit-beschaeftigung

Interface Wien

www.interface-wien.at

Interkulturelles Beratungs- und Therapiezentrum

www.zebra.or.at

Integrationshaus

www.integrationshaus.at

LEFÖ – Beratung, Bildung und Begleitung für Migrantinnen

www.lefoe.at

maiz – autonomes Zentrum von & für migrantinnen

www.maiz.at

Migrare – Zentrum für MigrantInnen OÖ

www.migrare.at

Peregrina

www.peregrina.at

Zentrum für Migrantinnen und Migranten in Tirol

www.zemit.at

ANERKENNUNG VON IM AUSLAND ERWORBENEN BILDUNGSABSCHLÜSSEN

Anerkennung ausländischer Schulabschlüsse

www.asbb.at

AST – Anlaufstelle für Personen mit im Ausland erworbenen Qualifikationen

www.anlaufstelle-anererkennung.at

Berufsanerkennung.at in Österreich

www.berufsanerkennung.at

ENIC NARIC AUSTRIA – Anlauf- und Kontaktstelle für grenzüberschreitende Anerkennungsfragen im Hochschulbereich

www.naric.at

WEITERBILDUNG

Erwachsenenbildung.at

www.erwachsenenbildung.at

Burgenländische Konferenz der Erwachsenenbildung

www.bukeb.at

Bildungsberatung Kärnten

www.bildungsberatung-kaernten.at

Forum Erwachsenenbildung Niederösterreich (FEN)

www.fen.at

Erwachsenenbildungsforum Oberösterreich

www.weiterbilden.at

Salzburger Erwachsenenbildung

www.erwachsenenbildung-salzburg.at

Bildungsnetzwerk Steiermark

www.erwachsenenbildung-steiermark.at

TIBS – Tiroler Bildungskatalog

www.tiroler-bildungskatalog.at

Pfiffikus. Weiterbildung in Vorarlberg

www.pfiffikus.at

Wiener ArbeitnehmerInnen Förderungsfonds (waff)

www.waff.at

JOBSUCHE

AMS alle jobs

www.ams.at/allejobs

AMS-eJob-Room

www.ams.at/ejobroom

hokify

<https://hokify.at>

Indeed

<https://at.indeed.com>

Karriere.at

www.karriere.at

Lehrling.at

www.lehrling.at

METAJob

www.metajob.at

Monster

www.monster.at

Stepstone

www.stepstone.at

TECjobs.at

www.tecjobs.at

Übersicht österreichischer Lehrbetriebe

<http://lehrbetriebsuebersicht.wko.at>

Berufsorganisationen und Interessenvertretungen (Auswahl)

Bundesgremium der Handelsagenten
www.handelsagenten.at

**Bundesverband Materialwirtschaft,
Einkauf und Logistik in Österreich**
www.bmoe.at

**designaustria – Wissenszentrum
& Interessenvertretung**
www.designaustria.at

**Dialog Marketing Verband Österreich
(DMVÖ)**
www.dmvoe.at

Digital Society
<https://digsociety.ngo>

Fachverband Spedition und Logistik
www.spedition-logistik.at

**Fachverband Unternehmensberatung,
Buchhaltung und Informationstechnologie**
www.ubit.at

Fachverband Werbung und Marktkommunikation
www.wko.at/werbung

Fundraising Verband Austria
www.fundraising.at

**GPA-djp – Gewerkschaft der Privatangestellten,
Druck, Journalismus, Papier**
www.gpa-djp.at

**International Advertising Association
(IAA)**
www.iaa-austria.at

**Interactive Advertising Bureau Austria
(IAB)**
www.iab-austria.at

IV – Industriellenvereinigung Österreich
www.iv.at

**Kammer für Arbeiter und Angestellte
– AK**
www.arbeiterkammer.at

Kreativwirtschaft Austria
www.kreativwirtschaft.at

Marketing Club Österreich
www.marketingclub.at

**Mobile Marketing Association Austria
(MMA)**
www.mmaaustria.at

**Österreichische Gesellschaft für
Usability und User Experience
(UXpro Austria)**
<https://uxpro.at>

Österreichischer Apothekerverband
www.apothekerverband.at

**Österreichischer Gewerkschaftsbund
(ÖGB)**
www.oegb.at

Österreichischer Handelsverband
www.handelsverband.at

**Österreichischer Journalist*innen
Club (ÖJC)**
www.oejc.at

**Österreichischer Verband der
Wirtschaftsingenieure**
www.wing-online.at

Österreichischer Werberat
www.werberat.at

**Presseclub Concordia Vereinigung
österreichischer Journalisten und
Schriftsteller**
www.concordia.at

**Public Relations Verband Austria
(PRVA)**
www.prva.at

Vereinigung Business Trainer
www.business-trainer.at

**Verband der Marktforscher Österreichs
(VMÖ)**
www.vmoe.at

**Verband der österreichischen
Internet-Anbieter**
www.ispa.at

**Verband der pharmazeutischen
Industrie Österreichs**
www.pharmig.at

**Verband Österreichischer Software
Industrie (VÖSI)**
www.voesi.or.at

Wirtschaftskammer Österreich (WKO)
www.wko.at

Informationsquellen und Adressen

BerufsInfoZentren (BIZ) des Arbeitsmarktservice

BerufsInfoZentren (BIZ) des Arbeitsmarktservice

Telefonnummern und Öffnungszeiten finden Sie unter: www.ams.at/biz

BURGENLAND

BIZ Eisenstadt

Ödenburger Straße 4
7000 Eisenstadt
biz.eisenstadt@ams.at

BIZ Neusiedl/See

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

BIZ Oberpullendorf

Spitalstraße 26
7350 Oberpullendorf
biz.oberpullendorf@ams.at

BIZ Oberwart

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

BIZ Stegersbach

Vorstadt 3
7551 Stegersbach
biz.stegersbach@ams.at

KÄRNTEN

BIZ Feldkirchen

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

BIZ Hermagor

Egger Straße 19
9620 Hermagor
biz.hermagor@ams.at

BIZ Klagenfurt

Rudolfsbahngürtel 40
9020 Klagenfurt
biz.klagenfurt@ams.at

BIZ Spittal/Drau

Ortenburger Straße 13
9800 Spittal/Drau
biz.spittal@ams.at

BIZ St. Veit/Glan

Gerichtsstraße 18
9300 St. Veit/Glan
biz.sanktveit@ams.at

BIZ Villach

Trattengasse 30
9500 Villach
biz.villach@ams.at

BIZ Völkermarkt

Hauptplatz 14
9100 Völkermarkt
biz.voelkermarkt@ams.at

BIZ Wolfsberg

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

NIEDERÖSTERREICH

BIZ Amstetten

Mozartstraße 9
3300 Amstetten
biz.amstetten@ams.at

BIZ Baden

Josefsplatz 7
2500 Baden
biz.baden@ams.at

BIZ Gänserndorf

Friedensgasse 4
2230 Gänserndorf
biz.gaenserndorf@ams.at

BIZ Hollabrunn

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

BIZ Krems

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

BIZ Melk

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

BIZ Mödling

Bachgasse 18
2340 Mödling
biz.moedling@ams.at

BIZ Neunkirchen

Stockhammergasse 31
2620 Neunkirchen
biz.neunkirchen@ams.at

BIZ St. Pölten

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

BIZ Tulln

Nibelungenplatz 1
3430 Tulln
biz.tulln@ams.at

BIZ Waidhofen/Thaya

Thayastraße 3
3830 Waidhofen/Thaya
biz.waidhofenthaya@ams.at

BIZ Wiener Neustadt

Neunkirchner Straße 36
2700 Wiener Neustadt
biz.wienerneustadt@ams.at

OBERÖSTERREICH

BIZ Braunau

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

BIZ Eferding

Kirchenplatz 4
4070 Eferding
biz.eferding@ams.at

BIZ Freistadt

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

BIZ Gmunden

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

BIZ Grieskirchen

Manglburg 23
4710 Grieskirchen
biz.grieskirchen@ams.at

BIZ Kirchdorf

Bambergstraße 46
4560 Kirchdorf
biz.kirchdorf@ams.at

BIZ Linz

Bulgariplatz 17–19
4021 Linz
biz.linz@ams.at

BIZ Perg

Gartenstraße 4
4320 Perg
biz.perg@ams.at

BIZ Ried/Innkreis

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

BIZ Rohrbach

Haslacher Straße 7
4150 Rohrbach-Berg
biz.rohrbach@ams.at

BIZ Schärding

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

BIZ Steyr

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

BIZ Traun

Madlschenterweg 11
4050 Traun
biz.traun@ams.at

BIZ Vöcklabruck

Industriestraße 23
4840 Vöcklabruck
biz.voeklabruck@ams.at

BIZ Wels

Rainerstraße 1
4600 Wels
biz.wels@ams.at

SALZBURG

BIZ Bischofshofen

Kinostraße 7
5500 Bischofshofen
biz.bischofshofen@ams.at

BIZ Hallein

Hintnerhofstraße 1
5400 Hallein
biz.hallein@ams.at

BIZ Salzburg

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

BIZ Tamsweg

Friedhofstraße 6
5580 Tamsweg
biz.tamsweg@ams.at

BIZ Zell/See

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

STEIERMARK

BIZ Bruck/Mur

Grazer Straße 15
8600 Bruck an der Mur
biz.bruckmur@ams.at

BIZ Deutschlandsberg

Rathausgasse 4
8530 Deutschlandsberg
biz.deutschlandsberg@ams.at

BIZ Feldbach

Schillerstraße 7
8330 Feldbach
biz.feldbach@ams.at

BIZ Graz

Neutorgasse 46
8010 Graz
biz.graz@ams.at

BIZ Hartberg

Grünfeldgasse 1
8230 Hartberg
biz.hartberg@ams.at

BIZ Knittelfeld

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

BIZ Leibnitz

Dechant Thaller Straße 32
8430 Leibnitz
biz.leibnitz@ams.at

BIZ Leoben

Vordernbergerstraße 10
8700 Leoben
biz.leoben@ams.at

BIZ Liezen

Hauptstraße 36
8940 Liezen
biz.liezen@ams.at

TIROL

BIZ Imst

Rathausstraße 14
6460 Imst
biz.imst@ams.at

BIZ Innsbruck

Schöpfstraße 5
6010 Innsbruck
biz.innsbruck@ams.at

BIZ Kitzbühel

Wagnerstraße 17
6370 Kitzbühel
biz.kitzbuehel@ams.at

BIZ Kufstein

Oskar-Pirlo-Straße 13
6330 Kufstein
biz.kufstein@ams.at

BIZ Landeck

Innstraße 12
6500 Landeck
biz.landeck@ams.at

BIZ Lienz

Dolomitenstraße 1
9900 Lienz
biz.lienz@ams.at

BIZ Reutte

Claudiastraße 7
6600 Reutte
biz.reutte@ams.at

BIZ Schwaz

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

VORARLBERG

BIZ Bludenz

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

BIZ Bregenz

Rheinstraße 33
6901 Bregenz
biz.bregenz@ams.at

BIZ Feldkirch

Reichsstraße 151
6800 Feldkirch
biz.feldkirch@ams.at

WIEN

BIZ Austria Campus

Lembergstraße 5
1020 Wien
biz.austriacampus@ams.at

BIZ Laxenburger Straße

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

BIZ Lehrbachgasse

Lehrbachgasse 18
1120 Wien
biz.lehrbachgasse@ams.at

BIZ Hietzinger Kai

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

BIZ Huttengasse

Huttengasse 25
1160 Wien
biz.huttengasse@ams.at

BIZ Schloßhofer Straße

Schloßhofer Straße 16–18
1210 Wien
biz.schlossohoferstrasse@ams.at

BIZ Wagramer Straße

Wagramer Straße 224c
1220 Wien
biz.wagramerstrasse@ams.at

Bildungseinrichtungen

BERUFSBILDENDE MITTLERE SCHULEN, BERUFSBILDENDE HÖHERE SCHULEN, KOLLEGS

Die genauen Adressen erfahren Sie in der Broschüre „ABC der berufsbildenden Schulen“ des Bundesministeriums für Bildung, Wissenschaft und Forschung. Diese Informationen finden Sie auch im Internet unter: www.abc.berufsbildendeschulen.at

FACHHOCHSCHULEN (AUSWAHL)

FH Burgenland

Standorte: Eisenstadt, Pinkafeld
www.fh-burgenland.at

FH Kärnten

Standorte: Feldkirchen, Klagenfurt, Spittal an der Drau, Villach
www.fh-kaernten.at

Ferdinand Porsche FernFH

Standort: Wiener Neustadt
www.fernfh.ac.at

FH St. Pölten

Standort: St. Pölten
www.fhstp.ac.at

FH Wiener Neustadt

Standorte: Wiener Neustadt, Wien, Wieselburg, Tulln
www.fhwn.ac.at

IMC FH Krems

Standort: Krems
www.fh-krems.ac.at

FH Oberösterreich

Standorte: Hagenberg, Linz, Steyr, Wels
www.fh-ooe.at

FH Salzburg

Standorte: Kuchl, Puch bei Salzburg, Salzburg, Schwarzach im Pongau
www.fh-salzburg.ac.at

CAMPUS 02 – FH der Wirtschaft

Standort: Graz
www.campus02.at

FH JOANNEUM

Standorte: Bad Gleichenberg, Graz, Kapfenberg
www.fh-joanneum.at

FH Kufstein Tirol

Standort: Kufstein
www.fh-kufstein.ac.at

MCI Management Center Innsbruck

Standort: Innsbruck
www.mci.edu

FH Vorarlberg

Standort: Dornbirn
www.fhv.at

FH Campus Wien

Standort: Wien
www.fh-campuswien.ac.at

FH des BFI Wien

Standort: Wien
www.fh-vie.ac.at

FH Technikum Wien

Standort: Wien
www.technikum-wien.at

FHWien der WKW

Standort: Wien
www.fh-wien.ac.at

Lauder Business School

Standort: Wien
<https://lbs.ac.at>

UNIVERSITÄTEN (AUSWAHL)

Universität Klagenfurt

www.aau.at

Johannes Kepler Universität Linz (JKU)

www.jku.at

Universität für künstlerische und industrielle Gestaltung Linz – Kunstuniversität Linz

www.ufg.at

Universität Salzburg

www.uni-salzburg.at

Montanuniversität Leoben

www.unileoben.ac.at

Technische Universität Graz

www.tugraz.at

Universität Graz

www.uni-graz.at

Universität Innsbruck

www.uibk.ac.at

Technische Universität Wien

www.tuwien.ac.at

Universität für angewandte Kunst Wien

www.dieangewandte.at

Universität Wien

www.univie.ac.at

Wirtschaftsuniversität Wien

www.wu.ac.at

PRIVATE UNIVERSITÄTEN UND HOCHSCHULEN (AUSWAHL)

Modul University Vienna

Standort: Wien
www.modul.ac.at

New Design University

Standort: St. Pölten
www.ndu.ac.at

Privatuniversität Schloss Seeburg

Standorte: Seekirchen am Wallersee, Wien
www.uni-seeburg.at

Sigmund Freud PrivatUniversität

Standorte: Linz, Wien
www.sfu.ac.at

UMIT TIROL – Private Universität für Gesundheitswissenschaften und -technologie

Standort: Hall in Tirol
www.umat-tirol.at

Webster Vienna Private University

Standort: Wien
www.webster.ac.at

POSTGRADUALE WEITERBILDUNG AN UNIVERSITÄTEN UND FACHHOCHSCHULEN (AUSWAHL)

**Austrian Institute of Management (AIM)
(FH Burgenland)**

<https://aim.ac.at>

**Donau-Universität Krems (Universität
für Weiterbildung)**

www.donau-uni.ac.at

Postgraduate Center Universität Wien

www.postgraduatecenter.at

**Schloss Hofen (Weiterbildungszentrum
FH Vorarlberg)**

www.schlosshofen.at

**SMBS University of Salzburg Business
School**

www.smbs.at

Technikum Wien Academy

<https://academy.technikum-wien.at>

**TU Wien Academy for Continuing
Education (Technische Universität
Wien)**

www.tuwien.ac.at/ace

UNI for LIFE (Universität Graz)

www.uniforlife.at

**Vienna Management Academy (VMA)
(FH Wien der WKW)**

www.fh-wien.ac.at

**WU Executive Academy (Wirtschafts-
universität Wien)**

<https://executiveacademy.at>

BERUFSFÖRDERUNGSPROJEKTE (BFI) DER KAMMERN FÜR ARBEITER UND ANGESTELLTE UND DES ÖSTERREICHISCHEN GEWERKSCHAFTSBUNDES

BFI Österreich

www.bfi.at

BFI Burgenland

www.bfi-burgenland.at

BFI Kärnten

www.bfi-kaernten.at

BFI Niederösterreich

www.bfinoe.at

BFI Oberösterreich

www.bfi-ooe.at

BFI Salzburg

www.bfi-sbg.at

BFI Steiermark

www.bfi-stmk.at

BFI Tirol

www.bfi-tirol.at

BFI der AK Vorarlberg

www.bfi-vorarlberg.at

BFI Wien

www.bfi-wien.at

WIRTSCHAFTSFÖRDERUNGSPROJEKTE (WIFI) DER WIRTSCHAFTSKAMMERN

WIFI Österreich

www.wifi.at

WIFI Burgenland

www.bgl.d.wifi.at

WIFI Kärnten

www.wifikaernten.at

WIFI Niederösterreich

www.noe.wifi.at

WIFI Oberösterreich

www.wifi-ooe.at

WIFI Salzburg

www.wifisalzburg.at

WIFI Steiermark

www.stmk.wifi.at

WIFI Tirol

www.tirol.wifi.at

WIFI Vorarlberg

www.vlbg.wifi.at

WIFI Wien

www.wifiwien.at

Informationsquellen und Adressen

Bildungseinrichtungen

AUS- UND WEITERBILDUNGSEINRICHTUNGEN (AUSWAHL)

Informationen zu Aus- und Weiterbildungseinrichtungen in ganz Österreich finden Sie auch unter: www.ams.at/ausbildungskompass und www.ams.at/weiterbildungsdatenbank

Akademie der Steuerberater und Wirtschaftsprüfer

Standorte: Graz, Innsbruck, Klagenfurt, Linz, Wien
www.akademie-sw.at

ARGE Bildungsmanagement Wien

Standorte: Graz, Innsbruck, Klagenfurt, Linz, Wien
www.bildungsmanagement.ac.at

ARS Akademie

Standorte: Graz, Innsbruck, Wien
<https://ars.at>

ASAS Aus- und Weiterbildung AG

Standort: Wels
www.asasonline.com

B² Das Bildungszentrum

Standort: Wien
<https://b2bildungszentrum.at>

bit Schulungszentrum

Standorte: Graz, Klagenfurt, Linz, Salzburg, Wien
www.bit.at

BMÖ-Akademie des BMÖ Bundesverbands Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik in Österreich

Standort: Wien
www.bmoe-akademie.at

BÖV Bildungsakademie der Österreichischen Versicherungswirtschaft

Standort: Wien
www.boev.at

Business Circle Management FortbildungsgmbH

Mehrere Standorte
www.businesscircle.at

Controller Institut

Standorte: Linz, Wien
www.controller-institut.at

Die Content-Akademie

Standort: Wien
<https://die-contentakademie.at>

Digital Campus Vorarlberg

Standorte: Dornbirn, Feldkirch
www.digitalcampusvorarlberg.at

EBS – Interior Design & School Academy

Standort: Kuchl
www.ebs-kuchl.at

FUN – Institut für Förderung und nachhaltige Bildung

Standort: Wien
www.fun-bildung.com

fjum – Forum Journalismus und Medien

Standort: Wien
www.fjum-wien.at

Flexyfit Business Academy

Standort: Wien
www.businessausbildung.com

Frauenakademie Pascalina

Standort: Stockerau
www.pascalina.at

ibis acam Bildungs GmbH

Mehrere Standorte
www.ibisacam.at

IFM – Institut für Management GmbH

Standort: Salzburg
www.ifm.ac.at

incite Ausbildungs- und Schulungsveranstaltungs GmbH

Standort: Wien
www.incite.at

Kuratorium für Journalistenausbildung

Mehrere Standorte
www.kfj.at

LIMAK Austrian Business School

Standorte: Linz, Wien
www.limak.at

NPO-Akademie

Standort: Wien
www.npo-academy.com

Österreichische Vereinigung für Qualitätssicherung (ÖVQ)

Mehrere Standorte
www.qualityaustria.com

ÖVI Immobilienakademie

Standort: Wien
www.immobilienakademie.at

SAE Institute Wien

Standort: Wien
www.sae.edu

SAFM Salzburger Fachakademie für Management, Marketing & Design

Standort: Salzburg
www.bildak.com

SAP Österreich

Mehrere Standorte
www.sap.at

Studienzentrum Hohe Warte

Standort: Wien
www.hohe-warte.at

tecTrain GmbH

Standorte: Graz, Wien
www.tectrain.at

TÜV AUSTRIA AKADEMIE

Mehrere Standorte
www.tuv-akademie.at

VHS polycollege

Mehrere Standorte in Wien
www.vhs.at/polycollege

VSSÖ-Akademie (Verband der Sportartikelerzeuger und Sportausrüster Österreichs)

Standort: Wien
www.vssso.at

Werbe Akademie des WIFI Wien

Standort: Wien
www.werbeakademie.at

Wirtschaftsakademie Wien

Standort: Wien
<https://wirtschaftsakademie-wien.at>

ZIB Training

Mehrere Standorte
www.zib-training.at

Glossar



Account

Bezeichnung in der Werbebranche für einen Agenturkunden/eine Agenturkündin oder auch für das Budget eines Werbeprojekts

Ad-hoc-Analyse

Ad hoc (aus dem Augenblick heraus); schnelle Auswertung zu einer bestimmten Fragestellung, um sofort eine Entscheidung treffen zu können

Ad Impressions

Anzahl der Einblendungen einer Werbeeinschaltung auf einer Webseite

Advertorial

Werbeanzeige, die wie ein redaktioneller Beitrag gestaltet ist

Akquisition/Akquise

Anschaffung, Erwerbung, Gewinnen von neuen KundInnen

Algorithmus

Rechenvorgang nach einem bestimmten, sich wiederholenden Muster

Analytics/Analytics-Tools

Programme zur systematischen Sammlung und Auswertung des Verhaltens von UserInnen auf Websites

App

Applikation; Anwendungsprogramm/Anwendungssoftware; im Sprachgebrauch Anwendung für mobile Endgeräte, wie z. B. Smartphones

Auflagenhöhe

Anzahl der gedruckten Exemplare, z. B. von Büchern, Zeitungen, Prospekten

B2B

Business to Business; Geschäftsbeziehungen zwischen Unternehmen

B2C

Business to Consumer; Geschäftsbeziehungen zwischen Unternehmen und EndkundInnen/Privatpersonen

Banner

Klickbare Werbefläche auf Webseiten, die mit dem Webangebot des Werbeanbieters verlinkt ist

Blog

Internetseiten mit regelmäßigen, meist tagebuchartig geführten Einträgen zu den

unterschiedlichsten Themen; wird von Unternehmen und Organisationen zu Marketing- oder **PR*-Zwecken eingesetzt

Briefing

Kurze Anleitung/Einweisung, z. B. vor Beginn eines Projektes

C2C

Consumer to Consumer; Geschäftsbeziehungen zwischen Privatpersonen

CAD

Computer Aided Design; computerunterstütztes zwei- und dreidimensionales Konstruieren

Click and Collect

Vorgang, bei dem Waren online bestellt werden und in einem stationären Geschäft abgeholt werden

Cognitive Computing

Computertechnologien, die menschliches Denken simulieren (siehe auch: **Künstliche Intelligenz*)

Content-Industrie

Medienunternehmen, die sich mit der Produktion und Gestaltung von Presse-, Rundfunk-, Film-, Musik- oder Online-Inhalten beschäftigen

Content-Management-System

System zur Erstellung, Bearbeitung und Verwaltung von Text- und **Multimedia*-Inhalten, die im Internet veröffentlicht werden

Content-Strategie

Strategie zum strukturierten Einsatz von Medieninhalten, z. B. von Texten, Bildern, Videos oder Podcasts

Controlling

Kontrolle, Planung und Steuerung von Unternehmensprozessen

Conversions

Konversion/Wandlung; von Conversion wird gesprochen, wenn BesucherInnen einer Website eine direkte Handlung ausführen, z. B. sich für einen Newsletter registrieren oder ein BenutzerInnenkonto anlegen („Wandlung“ von dem/der Website-LeserIn zum/zur Handelnden)

Corporate Identity

Unternehmensidentität/Selbstbild eines Unternehmens; Merkmale und Charakteristika, die ein Unternehmen kennzeichnen

Corporate Image

Unternehmensimage/Fremdbild eines Unternehmens; Wahrnehmung, die die Öffentlichkeit von einem Unternehmen hat

Corporate Social Responsibility (CSR)

Gesellschaftliche/soziale Verantwortung von Unternehmen; nachhaltige, soziale, humanitäre und ökologische Orientierung von unternehmerischem Handeln

Cost per Click (CPC)

Verfahren zur Abrechnung von Werbekosten im Bereich Online-Marketing, insbesondere für **Suchmaschinenwerbung (SEA)*; die Kosten für das werbetreibende Unternehmen werden pro Klick der UserInnen auf die Werbung (z. B. auf einen **Banner*) verrechnet

Cross-Channel-Handel

Verknüpfung unterschiedlicher Vertriebskanäle, die einander ergänzen

Customer Relationship Management (CRM)

KundInnenbeziehungsmanagement; Marketing- und Vertriebsinstrument zur systematischen Pflege von KundInnenbeziehungen

Data Mining

Computergestützte Auswertung von großen Datenbeständen mit dem Ziel, Zusammenhänge, Muster und Trends zu erkennen

Data Warehouse

Zentrale Datenbank mit großen Datenmengen aus verschiedenen Quellen zur Vernetzung und Analyse von Daten

Digital Payment

Elektronische Zahlungssysteme, die bargeldfreies Bezahlen ermöglichen, z. B. Online-Überweisungen, Zahlung mittels Kredit- und Bankomatkarten, E-Wallets, kontaktloses Bezahlen mit Smartphone oder Smartwatch

Direktmarketing

Form des Marketings, bei der die (potenziellen) KundInnen direkt oder persönlich angesprochen werden, z. B. durch adressierte Werbebriefe der Werbemails mit Gutscheinen

Distribution

Verteilung; Vertrieb von Waren und Dienstleistungen

E-Billing

Elektronische Rechnungslegung

E-Business

Electronic Business; Abwicklung und Unterstützung von Geschäftsprozessen mithilfe digitaler Informations- und Kommunikationstechnologien

E-Commerce

Electronic Commerce; elektronischer Handel, der den Kauf und Verkauf von Waren und Dienstleistungen über digitale Informationstechnologien umfasst, z. B. Online-Shops, Buchungsplattformen

E-Procurement

Electronic Procurement; Einkauf und Beschaffung auf elektronischem Weg, meist über das Internet

ERP

Enterprise Resource Planning (Geschäftsressourcenplanung); ERP-Systeme sind Softwarelösungen zur Steuerung und Organisation verschiedener Unternehmensbereiche (z. B. Finanzwesen, Warenwirtschaft oder Vertrieb)

Fokusgruppe

Moderierte Gruppendiskussion, die z. B. in der Markt- und Meinungsforschung eingesetzt wird

Forecasting

Steuerungsinstrument zur Vorhersage für bestimmte wirtschaftliche Vorgänge, um optimal planen zu können; Beispiele: Absatzmöglichkeiten, Umsatzplanung, Preisveränderungen auf dem Markt, Trendprognosen

GIS-Systeme

Geografische Informationssysteme; IT-Systeme, die geografische Daten (z. B. Landkarten) digital speichern, analysieren und anzeigen können

Google Ads

Online-Werbeprogramm der Firma Google zur Schaltung von Online-Anzeigen, die mit den Suchergebnissen aufgelistet werden

GPS

Satellitengestütztes Navigationssystem zur Bestimmung der geografischen Position

Green Logistics

Ganzheitliche, ökologisch nachhaltige und ressourcenschonende Gestaltung sämtlicher logistischer Abläufe und Prozesse

InfluencerIn

Person mit dem Potenzial, durch ihre Präsenz und ihr Ansehen in sozialen Netzwerken Entscheidungen anderer Menschen zu beeinflussen, insbesondere Kaufentscheidungen

Instant-Messaging

Sofortige Übermittlung von Textnachrichten oder Dateien über das Internet mittels eines Computerprogramms (z. B. WhatsApp, Signal)

Intralogistik

Organisation der Material- und Warenflüsse innerhalb eines Betriebes, z. B. in Industrie- und Handelsunternehmen

Intranet

Informations- und Kommunikationsnetz, das nur innerhalb eines Unternehmens oder einer Institution genutzt wird

Key Accounts

SchlüsselkundInnen/GroßkundInnen eines Unternehmens

Kommissionierung

Zusammenstellen von Waren und Gütern nach bestimmten Vorgaben, um sie versandfertig zu machen

Künstliche Intelligenz (KI)

Artificial Intelligence (AI); Teilgebiet der Informatik, das sich damit befasst, menschliche Intelligenz durch Computersysteme zu simulieren

Mailing

Persönlich adressierte Postsendung oder nichtadressierte Wurfsendung zu Werbezwecken

Marketing-Mix

Ausgewählte Aktivitäten und Instrumente eines Unternehmens, um Absatzziele (oder Marketingziele) zu erreichen; dazu zählen z. B. Produkt-, Preis-, Vertriebspolitik sowie Kommunikationspolitik (Werbung, **Öffentlichkeitsarbeit*)

M-Commerce/Mobile Commerce

Elektronischer Handel mithilfe mobiler Endgeräte, wie z. B. **Tablets* oder Smartphones

Mediadaten

Informationen über Print- und Online-Medien für potenzielle WerbekundInnen, die z. B. Anzeigenpreise, Rabatte, redakti-

onelle Themen, **Zielgruppen*, Erscheinungstermine, **Reichweite*, Seitenaufrufe enthalten

Mobile Ads

Werbeformate, die speziell auf mobile Endgeräte angepasst sind, z. B. Textanzeigen, **Banner*, Audio- und Videoeinschaltungen

Mobile Marketing

Marketingmaßnahmen, die über mobile Endgeräte durchgeführt werden

Multi-Channel-Handel

Einsatz mehrerer voneinander unabhängiger Vertriebskanäle

Multi-Channel-Marketing

Einsatz mehrerer Kommunikations- und Vertriebskanäle, um Personen aus der **Zielgruppe* auf mehreren Wegen zu erreichen

Multimedia

Bezeichnung für Inhalte, Informationen und Produkte, die aus verschiedenen Medien bestehen (Text, Ton und Bild)

NPOs/Non-Profit-Organisation

Organisationen und Institutionen, die nicht gewinnorientiert arbeiten, z. B. Vereine oder Verbände, die sich sozial, kulturell oder ökologisch engagieren

Öffentlichkeitsarbeit

**Public Relations*

Omni-Channel-Handel

Nutzung aller verfügbaren Vertriebskanäle; KundInnen können im gesamten Kaufprozess kanalübergreifend auf ein Angebot zugreifen

Online-Abonnement

Meist kostenpflichtiger Bezug von Online-Inhalten, z. B. Artikel von Online-Zeitungen, Musik-Downloads oder Serien-Streaming

Point of Sale

Verkaufsort; im engeren Sinne die Kasse, im weiteren Sinne das ganze Geschäftslokal

Polizze

Urkunde über einen Versicherungsvertrag

PR

**Public Relations*

Pre-Sales

Phase, die einem Verkaufsabschluss vorausgeht (pre = vor, sales = Verkauf), z. B. Erstberatung der KundInnen, Angebotserstellung, Produktpräsentationen

Pressemitteilung

Auch Presstext, Presseaussendung, Presseinformation; Text, der z. B. über Ereignisse, Veranstaltungen oder Produkte informiert und von **PR-Agenturen* oder Unternehmen an JournalistInnen ausgesendet wird

Provision

Erfolgsabhängige Vergütung zusätzlich zum Gehalt, z. B. für die Vermittlung eines Geschäfts oder prozentuelle Beteiligung am Umsatz

Public Relations (PR)

Maßnahmen und Aktivitäten zum Aufbau und zur Pflege der Beziehungen zur Öffentlichkeit

Reichweite

Anteil der Personen, die durch ein Werbemittel oder eine Werbebotschaft erreicht werden

RFID

Radio Frequency Identification; unter anderem in der Logistik eingesetzte drahtlose Technologie zur Kennzeichnung und Identifikation von Waren („Funketiketten“)

Same Day Delivery

Auslieferung einer Ware am Tag der Bestellung

SAP

Einer der weltweit führenden Anbieter von **ERP-Software*

SEA

Search Engine Advertising; Online-Werbeanzeigen, die über Keywords (Suchbegriffe) gesteuert sind und in den Ergebnislisten von Suchmaschinen eingeblendet werden

SEM

**Suchmaschinenmarketing*

SEO

**Suchmaschinenoptimierung*

Showroom

Ausstellungsraum zur Präsentation von Produkten

Slogan

Kurzer und einprägsamer Satz, der eine Werbebotschaft vermittelt

Smart Logistics

Einsatz von intelligenten Informations- und Kommunikationstechnologien zur Optimierung von Logistik-Prozessen

Social Media

Soziale Medien; digitale Plattformen, über die Internet-NutzerInnen zu den unterschiedlichsten Themen Informationen, Bilder und Videos austauschen, z. B. Facebook, Instagram, YouTube, Twitter

Social Media Marketing

Gezielte Verbreitung von Marketing-Botschaften über **Social-Media-Kanäle* mit dem Ziel, dass die UserInnen die Informationen an ihr Netzwerk weitergeben

Social Media Monitoring

Systematische Beobachtung und Analyse von **Social-Media-Kanälen* und -Beiträgen

Social Media Relations

**PR-Aktivitäten* und Kommunikationsstrategien von Unternehmen im Bereich **Social Media*

Soll-Ist-Vergleich

Instrument der Wirtschaftlichkeitskontrolle; die Ist-Zahlen (z. B. die tatsächlichen Kosten) werden mit den ermittelten Plan-Zahlen verglichen. Der Vergleich dient der Beurteilung der Wirtschaftlichkeit.

Soziale Medien

**Social Media*

Stationärer Handel

Handel von einem festen Standort aus, z. B. Kaufhaus, Ladenlokal, Geschäft, Boutique

Storytelling

Im Bereich Werbung und **PR* angewendete Methode, um z. B. Werbeinhalte, Unternehmenswerte und andere Botschaften in Form von erzählten Geschichten zu transportieren

Suchmaschinenmarketing (SEM)

Search Engine Marketing; Maßnahmen, um möglichst viele Internet-NutzerInnen über Suchmaschinen, wie z. B. Google oder Bing, zur Website eines bestimmten Unterneh-

mens oder einer Organisation zu führen

Suchmaschinenoptimierung (SEO)

Search Engine Optimization; Maßnahmen, um das Ranking (Reihung) von Websites in den Ergebnislisten von Suchmaschinen zu optimieren

Suchmaschinenwerbung (SEA)

Search Engine Advertising; Online-Werbeanzeigen, die über Keywords (Suchbegriffe) gesteuert sind und in den Ergebnislisten von Suchmaschinen eingeblendet werden

Supply-Chain

Lieferungs- und Wertschöpfungskette eines Produkts, von der Rohstoffgewinnung über die Herstellung bis zur Lieferung an die KonsumentInnen

Tablet

Tragbarer Computer, der durch Berühren des Bildschirms bedient wird

Tausend-Kontakt-Preis (TKP)

Modell zur Berechnung von Werbekosten, das in den Bereichen Print, Radio, Fernsehen und Online angewendet wird; der TKP gibt an, welcher Betrag für eine Werbung aufgewendet werden muss, um 1000 Personen einer **Zielgruppe* bzw. Sichtkontakte zu erreichen

Testimonial

Empfehlung einer (bekannten) Person, die die Vorzüge eines bestimmten Produkts oder einer Dienstleistung bewirbt, z. B. in einem **Social-Media*-Beitrag oder in einem TV-Werbespot

Tracking

In der Logistik: Verfolgung von Sendungen durch moderne Informationstechnologien

Video Ads

Online-Werbeschaltungen in Form von Videos

virtuell

Nicht physisch vorhanden, z. B. virtuelle Veranstaltungen, die mithilfe digitaler Informations- und Telekommunikationstechnik online eine Teilnahme ermöglichen

Webanalyse

Systematische Sammlung und Auswertung des NutzerInnenverhaltens auf Websites

Webtracking

Verfahren zum Nachvollziehen des Verhaltens der NutzerInnen im Internet

Work-Life-Balance

Ausgewogenes Verhältnis von Arbeits- und Privatleben

Zielgruppe

Gruppe von Personen mit gleichen Merkmalen, z. B. Alter, Interessen, die angesprochen werden sollen

Alphabetisches Verzeichnis der Berufe

Account-ManagerIn 82

Account Planner (m/w/x) 96

AnzeigenkontakterIn 83

Area-ManagerIn 78

BeschaffungsmanagerIn 30

Betriebslogistikkaufmann/-frau 22

Brand-ManagerIn 58

Business-Development-ManagerIn 59

Callcenter Agent (m/w/x) 60

Category-ManagerIn 61

Channel-Marketing-ManagerIn 78

Content-ManagerIn 50

Corporate-Social-Responsibility-ManagerIn 84

Creative Director (m/w/x) 85

Customer-Relationship-ManagerIn 62

DatenschutzbeauftragteR 18

DekorateurIn 96

Direktmarketing-ManagerIn 63

DisponentIn 23

DrogistIn 34

E-Business-ManagerIn 12

E-Commerce Consultant (m/w/x) 13

E-Commerce-DeveloperIn 14

E-Commerce-Kaufmann/-frau 18

E-Commerce-ManagerIn 15

EDV-Kaufmann/-frau 35

EinkäuferIn 24

EinrichtungsberaterIn 36

Einzelhandelskaufmann/-frau 37

E-JuristIn 18

E-TourismusmanagerIn 16

ExportmanagerIn 46

ExportsachbearbeiterIn 38

FloristIn 39

Foto- und Multimediakaufmann/-frau 40

FundraiserIn 78

Großhandelskaufmann/-frau 41

HandelsagentIn 64

Immobilienkaufmann/-frau 42

InformationsbrokerIn 54

InformationsmanagerIn 51

Key-Account-ManagerIn 65

KommunikationsmanagerIn 86

KonzepterIn 87

LagerlogistikerIn 30

LogistikerIn 26

LogistikmanagerIn 25

LogistikplanerIn 27

Marketing-ManagerIn 66

Markt- und MeinungsforscherIn 67

MaterialwirtschafterIn 30

MediaplanerIn 88

Medizinproduktekaufmann/-frau 46

Messe- und AusstellungsorganisatorIn 89

Multimedia-ProjektmanagerIn 54

Online-HändlerIn 17

Online-Marketing-ManagerIn 68

Online-PR-BeraterIn 90

Online-RedakteurIn 52

PharmareferentIn 43

Pharmazeutisch-kaufmännischeR AssistentIn 44

PR-AssistentIn 96

PR-BeraterIn 91

Pre-Sales Consultant (m/w/x) 69

PressesprecherIn 92

Produkt-ManagerIn 70

Sales-ManagerIn 71

SEO-/SEA-ManagerIn 72

Social-Media-ManagerIn 53

Sportgerätefachkraft (m/w/x) 45

Supply-Chain-ManagerIn 28

Tele Sales Professional (m/w/x) 73

TransportmanagerIn 29

Versicherungskaufmann/-frau 46

VertriebscontrollerIn 74

VertriebsmanagerIn 75

VertriebstechnikerIn 76

Visual Merchandiser (m/w/x) 77

VisuelleR MediengestalterIn 54

WerbeberaterIn 93

Werbefachmann/-frau 94

WerbetexterIn 95

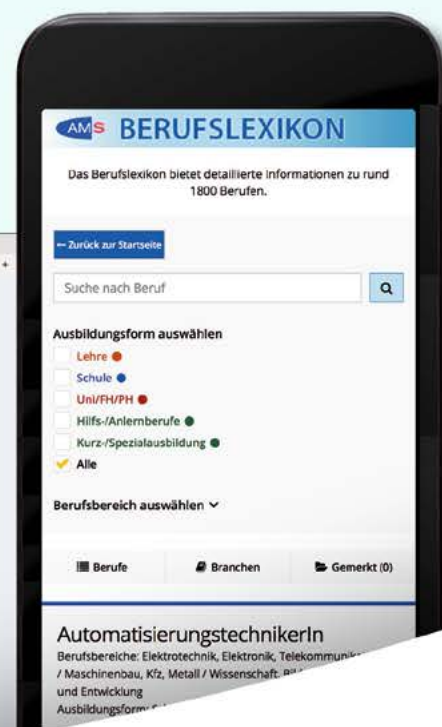
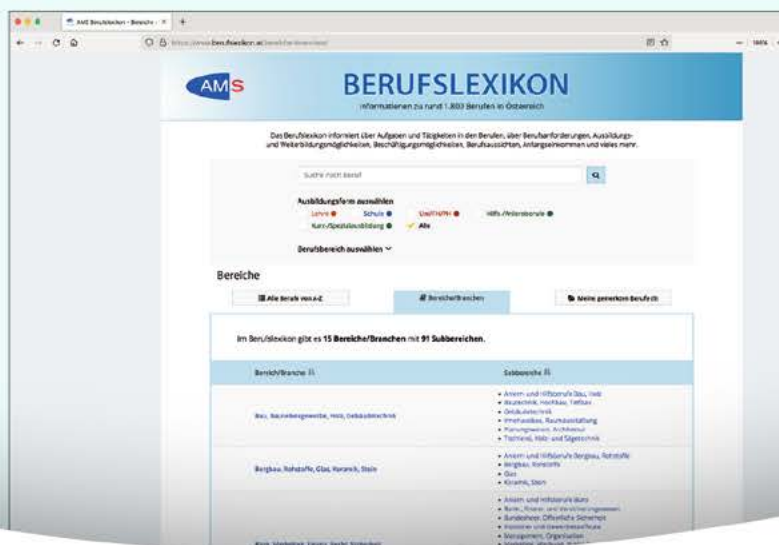
Berufslexikon

die AMS-Webseite für Berufsinformation

Das Berufslexikon bietet Infos zu 1.800 Berufen. Einblick in den Berufsalltag geben Videos.

Ausführliche Beschreibungen zu über 300 Lehrberufen findest du im Berufslexikon, du erfährst, wie hoch das Lehrlingseinkommen ist, was in dem Beruf zu tun ist und wo die Berufsschulen sind und vieles mehr.

- **Lehrberufe** – Berufe nach Abschluss einer Lehre
- **Mittlere/Höhere Schulen** – Berufe nach Abschluss mittlerer/höherer Schulen
- **Uni/FH/PH** – Berufe nach Abschluss eines Studiums
- **Hilfs-/Anlernberufe**
- **Kurz-/Spezialausbildung** – Berufe nach Abschluss einer Kurz- oder Spezialausbildung



Broschüren Berufe

- Kurzausbildungen
(vormals: Berufe mit Kurz- oder Spezialausbildung)
- Gesundheit (vormals: Gesundheit, Fitness, Wellness)
- Handel** (vormals: Handel, Marketing, E-Commerce)
- Computer und IKT (vormals: IT – Informationstechnologie)
- Medien (vormals: Medien, Kultur, Unterhaltung)
- Soziales
- Tourismus (vormals: Tourismus & Freizeitwirtschaft)