

> Lehre

> Schule

> Studium

> Weiterbildung

Medien

Berufe

> Game-DesignerIn > KulturmanagerIn > Fotografin
 > Radio- und FernsehredakteurIn > StudiotechnikerIn
 > SängerIn > GrafikerIn/GrafikdesignerIn > CutterIn ...

© GURUXOX - STOCK.ADOBE.COM



Arbeitsmarktservice

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.

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

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

[+ Zurück](#) [Ausbildung melden](#) [als PDF drucken](#)

AUSBILDUNGSGART	Aufbaulehrgang
DAUER	6 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 fachschulmäßiger Vorbildung: Vorberufliche Lehrgang
ZIELGRUPPE	Fach-Lehrkräfte einer Handelsschule, die an einer Handelsakademie die Fach- und Diplomprüfung ablegen wollen.
ABSCHLUSS	Fach- und Diplomprüfung (Matura)
BERUFCATEGORIE	<ul style="list-style-type: none"> • Studienberechtigung • Ausbildung einschlägiger Gewerbe laut Gewerbeordnung, insbesondere das Handelsgewerbe
GRUPPE	<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>
BERUFE NACH ABSCHLUSS	<p>EDV-Kaufmann/-frau, Immobilienkaufmann/-frau, Bankkaufmann/-frau, Buchaufmann/-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

Medien

Digitale Medien

Film, Fernsehen und Radio

Grafik und Fotografie

Journalismus, Zeitungen und Verlage

Kulturmanagement und Veranstaltungswesen

Medienwissenschaft und Kunsttheorie

Theater und Musik

Werbung und Public Relations



06

© SCOTT GRIESEL - FOTOLIA

Einleitung



09

© ZAPP2PHOTO - STOCK.ADOBE.COM

Digitale Medien



21

© GURUXOX - STOCK.ADOBE.COM

Film, Fernsehen und Radio



31

© WAVEBREAKMEDIAMICRO - STOCK.ADOBE.COM

Grafik und Fotografie



37

© ANYABERKUT - STOCK.ADOBE.COM

Journalismus, Zeitungen
und Verlage



47

© ARSDIGITAL - STOCK.ADOBE.COM

Kulturmanagement und
Veranstaltungswesen



55

© MR6B - STOCK.ADOBE.COM

Medienwissenschaft und
Kunsttheorie



63

© BIKER3 - STOCK.ADOBE.COM

Theater und Musik



73

© MONKEY BUSINESS - STOCK.ADOBE.COM

Werbung und Public Relations

Impressum

Medieninhaber: Arbeitsmarktservice
Dienstleistungsunternehmen des öffentlichen Rechts,
1200 Wien, Treustraße 35–43. E-Mail: ams.abi@ams.at
11. Auflage | Stand: März 2022 | Druck: Juni 2022
Redaktion: Mag.ª Claudia Felix, AMS/Arbeitsmarktforschung
und Berufsinformation/ABI
Text und Überarbeitung: Mag.ª Heike Arlt; Mag.ª Andrea
Wegscheider-Prottsch; 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
• Unsplash

Druckerei: Ferdinand Berger & Söhne GmbH, 3580 Horn
ISBN: 978-3-85495-783-1
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
Bundesministerien: 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

6 EINLEITUNG

9 DIGITALE MEDIEN

3D-DesignerIn 12
 Content-ManagerIn 13
 Game-DesignerIn 14
 MedientechnikerIn 15
 Multimedia-ProjektmanagerIn 16
 Online-RedakteurIn 17
 Social-Media-ManagerIn 18
 Web-DesignerIn 19
 WEITERE BERUFE (KURZINFOS)
 SEO-/SEA-ManagerIn 20
 UX/UI-DesignerIn 20
 Video-ProducerIn 20
 Beispiele für weitere Berufe 20

21 FILM, FERNSEHEN UND RADIO

CutterIn 24
 Kameramann/-frau 25
 ModeratorIn 26
 Radio- und FernsehredakteurIn 27
 RegisseurIn 28
 StudiotechnikerIn 29
 WEITERE BERUFE (KURZINFOS)
 Compositing Artist (m/w/x) 30
 FilmproduzentIn 30
 Postproduction Supervisor (m/w/x) 30
 Beispiele für weitere Berufe 30

31 GRAFIK UND FOTOGRAFIE

FotografIn 34
 GrafikerIn/GrafikdesignerIn 35
 WEITERE BERUFE (KURZINFOS)
 BeschriftungsdesignerIn und WerbetechnikerIn 36
 IllustratorIn 36
 VisuelleR MediengestalterIn 36
 Beispiele für weitere Berufe 36

37

JOURNALISMUS, ZEITUNGEN UND VERLAGE

AnzeigenkontakterIn	40
AutorIn	41
JournalistIn	42
Print-ProducerIn/HerstellerIn (Verlag)	43
ÜbersetzerIn	44
VerlagslektorIn	45
WEITERE BERUFE (KURZINFOS)	
DatenjournalistIn	46
LayouterIn	46
VideojournalistIn	46
Beispiele für weitere Berufe	46

47

KULTURMANAGEMENT UND VERANSTALTUNGSWESEN

EventmanagerIn	50
KulturmanagerIn	51
Kunst- und KulturvermittlerIn	52
VeranstaltungstechnikerIn	53
WEITERE BERUFE (KURZINFOS)	
FundraiserIn	54
KuratorIn	54
KünstleragentIn	54
Beispiele für weitere Berufe	54

55

MEDIENWISSENSCHAFT UND KUNSTTHEORIE

KommunikationswissenschaftlerIn	58
KunsthistorikerIn	59
LiteraturwissenschaftlerIn	60
MusikwissenschaftlerIn	61
WEITERE BERUFE (KURZINFOS)	
MediendidaktikerIn	62
Sprach- und KulturwissenschaftlerIn	62
TheaterwissenschaftlerIn	62
Beispiele für weitere Berufe	62

63

THEATER UND MUSIK

BühnentechnikerIn	66
MaskenbildnerIn	67
MusikerIn	68
SängerIn	69
SchauspielerIn	70
TänzerIn	71
WEITERE BERUFE (KURZINFOS)	
DramaturgIn	72
KostümbildnerIn	72
TonmeisterIn	72
Beispiele für weitere Berufe	72

73

WERBUNG UND PUBLIC RELATIONS

Account-ManagerIn..... 76
 KommunikationsmanagerIn..... 77
 PR-BeraterIn 78
 PressesprecherIn..... 79
 WEITERE BERUFE (KURZINFOS)
 Art Director (m/w/x) 80
 MediaplanerIn..... 80
 WerbetexterIn..... 80
 Beispiele für weitere Berufe 80

81

INFORMATIONSQUELLEN UND ADRESSEN

Broschüren 82
 Internetadressen und Portale..... 83
 Berufsorganisationen und Interessenvertretungen (Auswahl) 85
 BerufsInfoZentren (BIZ) des Arbeitsmarktservice 86

BILDUNGSEINRICHTUNGEN 88

GLOSSAR..... 91

ALPHABETISCHES VERZEICHNIS DER BERUFE..... 96

Einleitung

Aktuelle Nachrichten hören, mit der Familie chatten und gemeinsam mit FreundInnen die neueste Serie streamen: Berufe wie JournalistIn, Web-DesignerIn oder SchauspielerIn ermöglichen es, dass wir uns im Alltag informieren, miteinander kommunizieren oder uns unterhalten lassen können – häufig über digitale Kanäle. Manche Erlebnisse sind wiederum am schönsten, wenn man live dabei ist: ein Musical-Besuch, ein Konzert der Lieblingsband oder eine Ausstellungseröffnung zum Beispiel. Damit wir uns gerne daran erinnern, geben viele Fachkräfte ihr Bestes – von MaskenbildnerInnen über VeranstaltungstechnikerInnen bis hin zu Kunst- und KulturvermittlerInnen.

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



42 JournalistIn



67 MaskenbildnerIn



59 KunsthistorikerIn



15 MedientechnikerIn



77 KommunikationsmanagerIn



25 Kameramann/-frau



© SCOTT GRIESEL - FOTOLIA

Wege zum Wunschberuf

Viele Berufe in den Bereichen Medien, Kultur und Unterhaltung üben eine hohe Anziehungskraft auf junge Menschen aus. Wen es auf die großen Bühnen, zu Film und Fernsehen oder in den Journalismus zieht, sollte auf eine fundierte Ausbildung z. B. an Fachhochschulen, Universitäten oder Konservatorien setzen. Nicht nur im Rampenlicht, sondern auch im Hintergrund gibt es viele spannende Berufe und Aufgaben. Zum Beispiel in Zeitungsredaktionen, wo Informationen genau recherchiert werden müssen oder in Verlagen, wenn ein neues Buch produziert wird. Im Kulturmanagement und Veranstaltungswesen sorgen viele Fachkräfte dafür, dass Events einen bleibenden Eindruck hinterlassen, Ausstellungen ihr Publikum begeistern und die Finanzierung von Kulturprojekten gesichert ist. In den Bereichen Digitale Medien und Grafik warten gestalterische Aufgaben, damit Produkte von UserInnen ansprechend und benutzerfreundlich wahrgenommen werden. Und schließlich sorgen die Werbe- und *PR-Profis dafür, dass ein Produkt gekauft, eine *App downgeloadet und eine Veranstaltung besucht wird. Für viele Berufe mit technischen, gestalterischen oder kaufmännischen Aufgaben ist auch eine Lehre oder eine berufsbildende Schule eine gute Ausgangsbasis. Allen, die an der Erforschung von Kommunikation, Kunst, Musik oder Literatur interessiert sind, steht ein breites Spektrum an Universitätsstudiengängen offen.

Inhalt und Gliederung

Die Broschüre besteht aus 8 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 Medien 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. **Dramaturgie*.

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.



35 GrafikerIn/GrafikdesignerIn



60 LiteraturwissenschaftlerIn

Digitale Medien



BERUFSBESCHREIBUNGEN

3D-DesignerIn	12
Content-ManagerIn	13
Game-DesignerIn	14
MedientechnikerIn	15
Multimedia-ProjektmanagerIn	16
Online-RedakteurIn	17
Social-Media-ManagerIn	18
Web-DesignerIn	19

WEITERE BERUFE (KURZINFOS)

SEO-/SEA-ManagerIn	20
UX/UI-DesignerIn	20
Video-ProducerIn	20
Beispiele für weitere Berufe	20

Digitale Medien

Ob virtuelle Klassenzimmer, Online-Meetings, Gaming oder Webshops: Die Digitalisierung betrifft alle Lebensbereiche, Bildung und Arbeit, Freizeit und Wirtschaft. Das Smartphone als digitaler Begleiter ist heute fast überall dabei.

Smartphones mit ihren diversen **Apps* sind für viele Menschen im Alltag unverzichtbar: Sie ermöglichen uns nicht nur die Kommunikation mit anderen auf unterschiedlichsten Kanälen, sie sagen auch das Wetter voraus und zeigen die To-dos für den Arbeitstag an. Sie empfehlen die neuesten Videos und Nachrichten und lassen uns andere Geräte steuern – vom Soundsystem bis zur Klimaanlage. Wenn wir unterwegs sind, verkürzen sie uns die Wartezeit mit einem Game, zeichnen zurückgelegte Schritte auf und navigieren uns zum Ziel. Viele Berufe sind daran beteiligt, dass uns Apps und Websites informieren, unterhalten und mit anderen Menschen verbinden.





Großer Mobile-Markt

Die mobile Internet-Nutzung und damit auch der **Traffic* haben in den vergangenen Jahren stark zugelegt: Mittlerweile verwenden fast 90 Prozent der Internet-UserInnen Smartphones für den Internet-Zugang. Rund um Smartphones ist ein riesiger Markt entstanden. Unternehmen und Institutionen investieren weiterhin: Sie lassen neue mobile Geräte entwickeln, Apps designen, setzen auf **Mobile Marketing* und auf **mobile Bezahlssysteme*.

Personalisierte Informationen und Werbung

Ob mobil am Smartphone oder zu Hause mit **digitalen Assistenten*: Wenn wir uns im Internet bewegen, hinterlassen wir Spuren und geben Informationen über uns preis, z. B. über Google-Suchanfragen, besuchte Websites oder **Social-Media*-Profile. Unternehmen setzen gezielt **Webtracking* ein, um Daten über UserInnen zu sammeln und werten diese aus. Mithilfe von **Künstlicher Intelligenz* und **Algorithmen* ist es möglich, z. B. Werbung oder News an die Interessen von UserInnen anzupassen. Das Thema Datenschutz ist daher besonders aktuell.

Gefragte Aufgaben

Ein professioneller und aktueller Web-Auftritt, Social-Media-Aktivitäten und **Suchmaschinenmarketing* gehören heute für die meisten Unternehmen zum Tagesgeschäft. Die Berufe im Bereich „Digitale Medien“ profitieren davon: Denn Websites müssen designt und aktualisiert, Produktvideos produziert und Social-Media-Beiträge geteilt werden. Es wird auch immer wichtiger, Informationen und Produkte in den Ergebnislisten der Suchmaschinen nach ganz oben zu bringen, damit diese von den UserInnen besser wahrgenommen werden.

Vernetzt denken und Kontakte knüpfen

Wen es in die Welt der digitalen Medien zieht, sollte aufgrund der laufenden technischen Neuerungen eine hohe Weiterbildungsbereitschaft mitbringen. Eine wichtige Voraussetzung für viele Berufe ist auch vernetztes Denken. DesignerInnen sollten in der Lage sein, unterschiedliche grafische Aufgaben zu lösen und darüber hinaus auch etwas von Programmierung verstehen. Umgekehrt müssen Software-EntwicklerInnen auch gestalterische Aspekte mitdenken können. Schon während der Ausbildung empfiehlt es sich, praktische Arbeitserfahrung zu sammeln, um Branchenkontakte zu knüpfen.

3D-DesignerIn

3D-DesignerInnen entwerfen und gestalten dreidimensionale Objekte, Modelle und Figuren. Die Visualisierungen können statisch, bewegt oder **interaktiv* sein. Die vielfältigen Einsatzbereiche reichen von Werbung und Produktdesign über Raumplanung, Architektur und Interior Design bis hin zu Filmen und Games. 3D-DesignerInnen fertigen zu Beginn ihrer Arbeit Skizzen und Zeichnungen an. Die Objekte erarbeiten sie am Bildschirm und mit spezieller 3D-Design-, Modellierungs- und Animationssoftware. Auch die Abstimmung mit KundInnen gehört zu ihren Aufgaben.



© AMS/CHLOE POTTER

Anforderungen

- 3D-Computergrafik und -animation
- CAD-Kenntnisse
- Form- und Raumgefühl
- Genauigkeit
- Grafikkennnisse
- Multimediakennnisse
- Produktdesign
- **Rendering*
- Videoproduktion
- Virtual Reality

Beschäftigungsmöglichkeiten

Beschäftigungsmöglichkeiten für 3D-DesignerInnen bieten z.B. spezialisierte Design-Studios, **Multimedia*- und Werbeagenturen, Game- und Grafikstudios, Filmunternehmen und Fernsehanstalten. Auch Design-Abteilungen z.B. in Unternehmen der Fahrzeug- oder Konsumgüterindustrie beschäftigen 3D-DesignerInnen. Nach einigen Jahren Berufserfahrung besteht die Möglichkeit, die Leitung von Projekten zu übernehmen. 3D-DesignerInnen sind auch selbstständig tätig.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Fachhochschule:** Creative Computing (Bachelor/St. Pölten); Digital Arts (Bachelor, Master/Hagenberg); Industrial Design (Bachelor, Master/Graz); Informationstechnologien – Multimediatechnik (Bachelor/Villach); Medientechnik und -design (Bachelor/Hagenberg)
- **Universität:** Digitale Kunst (Diplom/Wien); Grafik Design (Diplom/Wien); Interface Cultures (Master/Linz); Medieninformatik (Master/Wien); Medieninformatik und Visual Computing (Bachelor/Wien); Visual Computing (Master/Wien)
- **Sonstiges:** Ausbildung zum/zur CAD 3D-KonstrukteurIn (BFI, WIFI); Game Art & 3D Animation Diploma (SAE Institute, Wien); BA/BSc (Hons) Game Art Animation (SAE Institute, Wien); Lehrgang Digitale Illustration (Illuskills, Wien)

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

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Die Erstellung eines komplexen fotorealistischen 3D-Modells oder -Renderings nimmt rund zwei Wochen Arbeitszeit in Anspruch.

Quelle: Virtual Reality Magazin, www.virtual-reality-magazin.de

Content-ManagerIn

Content-ManagerInnen bereiten Inhalte für Websites und **soziale Medien* 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* und Erfolgskontrollen gehören zu den Aufgaben.

Anforderungen

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

Beschäftigungsmöglichkeiten

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen in allen Bereichen der **Content-Industrie*, insbesondere bei Online-Diensten, Verlagen und **Multimedia-Agenturen*, 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:** Handelsakademien mit Medienswerpunkten; Höhere Lehranstalt für Informationstechnologie – Medientechnik; Höhere Lehranstalt für Medien – Multimedia (Linz, Wien)
- **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:** Diplomlehrgang Content-Management (Die Content-Akademie, Wien); Diplomlehrgang 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

WordPress, das öffentlich zugängliche Open Source System, ist bereits das beliebteste Content Management System. Bis 2025 könnte etwa die Hälfte aller Webseiten auf diesem CMS basieren.

Quelle: t3n Magazin, www.t3n.de

Game-DesignerIn

Game-DesignerInnen entwickeln und produzieren Computerspiele. Sie sind für das künstlerische Gesamtkonzept verantwortlich. Game-DesignerInnen kreieren die Spielregeln, legen Charaktere und Handlungen fest und erstellen das **Storyboard*. Die Spielwelt wird durch Animationen, **Visual Effects*, Musik und Geräusche lebendig. Diese Arbeit übernehmen ProgrammiererInnen, AnimationsdesignerInnen, GrafikerInnen und Sound-DesignerInnen. Game-DesignerInnen koordinieren das Projektteam, achten auf Termine und haben das Budget im Blick. Sie sind auch für das Testen und für anschließende Verbesserungen verantwortlich.

Anforderungen

- Analytische Fähigkeiten
- Ästhetisches Gefühl
- **Augmented Reality*
- Englisch
- Game-Development
- Grafikenntnisse
- IT-Projektmanagement
- Multimediakenntnisse
- Qualitätsbewusstsein
- Softwareentwicklungskennntnisse

Beschäftigungsmöglichkeiten

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen bei Spielestudios. Das sind Softwareunternehmen, die sich auf die Produktion von Computerspielen spezialisiert haben. Die Entwicklung von Games ist international von großer Bedeutung, auch in Österreich gibt es einige Spielestudios. Erfolgreiche Game-DesignerInnen können in die Geschäftsführung von Softwareunternehmen aufsteigen oder sich mit einem eigenen Unternehmen selbstständig machen.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Berufsbildende höhere Schule:** Höhere Lehranstalt für Informatik; Höhere Lehranstalt für Medien – Gamedesign (Wien)
- **Fachhochschule:** AI Engineering (Master/Wien); Creative Computing (Bachelor/St. Pölten); Digital Arts (Bachelor, Master/Hagenberg); Interactive Media und Games Business (Bachelor/Wien); Interactive Media (Master/Hagenberg); MultiMediaArt (Bachelor, Master/Puch bei Salzburg)



- **Universität:** Experimental Game Cultures (Master/Wien); Game Studies and Engineering (Master/Klagenfurt); Interface Cultures (Master/Linz); Medieninformatik und Visual Computing (Bachelor/Wien); Medieninformatik (Master/Wien)
- **Sonstiges:** Kolleg für Berufstätige für Medien – Gamedesign (Wien); BA/BSc (Hons) Game Art Animation (SAE Institute, Wien); Universitätslehrgang Game-based Media & Education (Donau-Universität Krems)

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

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

48 Prozent der regelmäßigen Gamer sind Frauen. Die Generation 50+ stellt in Österreich zahlenmäßig die meisten SpielerInnen.

Quelle: Österreichischer Verband für Unterhaltungssoftware ÖVUS,
www.ovus.at

MedientechnikerIn

MedientechnikerInnen sind AllrounderInnen, die z. B. an Musik-, Fernseh- und Games-Produktionen – von der Aufnahme bis zur **Postproduktion* – mitarbeiten. Sie sorgen auch dafür, dass z. B. bei Veranstaltungen, Rundfunkübertragungen oder auch Online-Meetings Ton-, Licht- und Videotechnik einwandfrei funktionieren. Der Auf- und Abbau sowie die Wartung der medientechnischen Anlagen können in ihren Tätigkeitsbereich fallen. MedientechnikerInnen sind je nach Ausbildungsschwerpunkt außerdem in der Gestaltung und Entwicklung von digitalen und gedruckten Medien, z. B. von Webseiten, **Apps* oder Magazinen, tätig.

Anforderungen

- Audio-, Video- und Theater-Produktionskenntnisse
- Englisch
- Grafik-, Web-Design- und Bildbearbeitungssoftware-Kenntnisse
- Grafikenkenntnisse
- Marketingkenntnisse
- Medientechnik
- Multimediakenntnisse
- Qualitätsbewusstsein
- Teamfähigkeit

Beschäftigungsmöglichkeiten

MedientechnikerInnen finden Beschäftigungsmöglichkeiten vor allem im Bereich der Medienproduktion. Sie sind je nach Schwerpunkt z. B. in Rundfunk- und Fernsehanstalten, Tonstudios, **Multimedia*-Agenturen, Grafikstudios, Softwareunternehmen oder Veranstaltungsunternehmen beschäftigt. Nach mehrjähriger Berufserfahrung können MedientechnikerInnen Projektverantwortung übernehmen.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Berufsbildende höhere Schule:** Höhere Lehranstalt für Informationstechnologie – Medientechnik
- **Fachhochschule:** Informationstechnologien – Multimedialechnik (Bachelor/Villach); Medientechnik (Bachelor/St. Pölten); Medientechnik und -design (Bachelor/Hagenberg); MultiMediaTechnology (Bachelor, Master/Puch bei Salzburg)
- **Universität:** Medien- und Kommunikationswissenschaften (Bachelor/Klagenfurt); Theater-, Film- und Medienwissenschaft (Bachelor, Master/Wien)



- **Sonstiges:** Ausbildung für Ton- und Studioteknik (WIFI)

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

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Der Österreichische Rundfunk (ORF) beschäftigt rund 2.880 Personen.

Quelle: Statistik Austria, www.statistik.at

Multimedia-ProjektmanagerIn

Multimedia-ProjektmanagerInnen sind für die gesamte 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.

Anforderungen

- Ästhetisches Gefühl
- Beratungskompetenz
- Englisch
- Entrepreneurship
- Führungsqualitäten
- Grafikenntnisse
- Marketingkenntnisse
- Multimediakenntnisse
- Organisationstalent
- Projektmanagement-Kenntnisse

Beschäftigungsmöglichkeiten

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen z. B. bei Multimedia- und Werbeagenturen, Grafikstudios, Verlagen und Softwareunternehmen. Kompetente Multimedia-ProjektmanagerInnen sind am Arbeitsmarkt gefragt. Multimedia-ProjektmanagerInnen arbeiten, bevor sie Projektverantwortung übernehmen, z. B. in den Bereichen Konzeption, Entwicklung oder Design. Erfahrene Multimedia-ProjektmanagerInnen können auch ihr eigenes Unternehmen gründen.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Berufsbildende höhere Schule:** Handelsakademien mit Medienswerpunkten; Höhere Lehranstalt für Medien – Multimedia (Linz, Wien)
- **Fachhochschule:** Film-, TV- und Medienproduktion (Bachelor/Wien); Medienmanagement (Bachelor/St. Pölten); Projektmanagement und Informationstechnik (Bachelor/Wien); Projektmanagement und Organisation (Master/Wien); Web Business & Technology (Bachelor/Kufstein)



- **Universität:** Grafik und Werbung (Diplom/Wien); Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Salzburg); Medieninformatik und Visual Computing (Bachelor/Wien); Media and Convergence Management (Master/Klagenfurt)
- **Sonstiges:** Kolleg für Medien – Multimedia (Wien); Ausbildung zum/zur zertifizierten ProjektmanagerIn (BFI, WIFI); Zertifikatslehrgang Digitale Kommunikation und Führung (FH Salzburg)

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

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Laut einer Studie haben die meisten ProjektmanagerInnen in Österreich ihre Kompetenzen in Kursen und Seminaren sowie durch Training on the Job erworben.

Quelle: Projekt Management Austria, www.pma.at

Online-RedakteurIn

Online-RedakteurInnen erstellen journalistische Artikel und Beiträge, die auf Websites und in den **sozialen Medien* veröffentlicht werden. Sie recherchieren Informationen, verfassen und überarbeiten Texte und bereiten sie onlinegerecht auf. Sie finden passende Bilder, erstellen Grafiken und sind auch für die Einbindung von Videos und **Social-Media*-Beiträgen verantwortlich. Darüber hinaus kümmern sie sich um die Weiterentwicklung des Online-Angebots eines Unternehmens. In Medienunternehmen sind Online-RedakteurInnen z. B. auch für die Erstellung von Redaktionsplänen und die Beantwortung von Kommentaren der LeserInnen zuständig.



Anforderungen

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

Beschäftigungsmöglichkeiten

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen vor allem in Online-Redaktionen von Tageszeitungen und Magazinen, bei Nachrichtenagenturen, Radio- und Fernsehanstalten, Werbe-, **PR*- und **Multimedia*-Agenturen sowie auch bei größeren Wirtschaftsunternehmen und öffentlichen Institutionen. Da der Beruf eine hohe Anziehungskraft besitzt, ist die Konkurrenz am Arbeitsmarkt sehr ausgeprägt. Online-RedakteurInnen können z.B. die Leitung der Online-Redaktion oder eines **Resorts* übernehmen.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Fachhochschule:** 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); 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 Sportjournalismus (Universität Salzburg); Universitätslehrgang Qualitätsjournalismus (Donau-Universität Krems)

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

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Unter den österreichischen Medienangeboten verzeichnet ORF.at die meisten **Visits*, gefolgt von krone.at und derStandard.at.

Quelle: Österreichische Webanalyse, www.oewa.at

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

Beschäftigungsmöglichkeiten

Social-Media-ManagerInnen arbeiten in **Multimedia-Agenturen* oder direkt in Unternehmen oder Organisationen, die Social-Media-Aktivitäten vor allem für **Marketing* und **PR* einsetzen. 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)



PHOTO BY MERAKIST ON UNSPLASH

- **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 (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

Durchschnittlich verbringen die Österreicherinnen und Österreicher 82 Minuten täglich in sozialen Medien.

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

Web-DesignerIn

Web-DesignerInnen konzipieren, entwerfen und gestalten Websites. Dabei bringen sie sowohl grafische Kompetenzen, wie z. B. Design und **Layout*, als auch technische, wie z. B. Programmiersprachen, in ihre Arbeit ein. Sie überlegen einen Aufbau der Website, die Seitenelemente und erstellen eine Navigationsstruktur. Bei der Gestaltung beachten sie die **Usability*, Design-Trends, **Typografie* und Farben sowie technische Aspekte, damit die Inhalte z. B. auf unterschiedlichen Endgeräten korrekt angezeigt werden.

Anforderungen

- Analytische Fähigkeiten
- Ästhetisches Gefühl
- Genauigkeit
- Grafik-, Web-Design- und Bildbearbeitungssoftware-Kenntnisse
- Grafikenkenntnisse
- Internetentwicklungs- und Administrationskenntnisse
- Multimediakenntnisse
- Programmiersprachen-Kenntnisse

Beschäftigungsmöglichkeiten

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen vor allem bei Grafikstudios, Werbe- und **Multimedia*-Agenturen sowie Softwareunternehmen. Viele Web-DesignerInnen arbeiten selbstständig für Unternehmen unterschiedlicher Branchen. Web-DesignerInnen können nach einigen Jahren Berufserfahrung zu ProjektmanagerInnen oder in einer Agentur in die Position **Art Director* aufsteigen.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Lehre:** Medienfachmann/-frau – Webdevelopment und audiovisuelle Medien (Audio, Video und Animation) (befristeter Ausbildungsversuch)
- **Berufsbildende höhere Schule:** Höhere Lehranstalt für Grafik- und Kommunikationsdesign; Höhere Lehranstalt für Medien – Multimedia (Linz, Wien)
- **Fachhochschule:** Creative Computing (Bachelor/St. Pölten); Digital Design (Master/St. Pölten); InterMedia (Bachelor, Master/Dornbirn); Kommunikation Wissen Medien (Bachelor, Master/Hagenberg); Web Business & Technology (Bachelor/Kufstein)



- **Universität:** Grafik und Werbung (Diplom/Wien); Interface Cultures (Master/Linz); Medieninformatik und Visual Computing (Bachelor/Wien); Medieninformatik (Master/Wien); Visual Computing (Master/Wien); Visuelle Kommunikation (Master/Linz)
- **Sonstiges:** Kolleg für Berufstätige für Grafik- und Kommunikationsdesign (Graz); Kolleg für Medien – Multimedia (Wien); Diplombildung WebdesignerIn (BFI); Diplomlehrgang Web-Design & Producing (Werbe Akademie des WIFI Wien)

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

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Etwas mehr als 90 Prozent der heimischen Unternehmen sind mit einer eigenen Webseite im Internet vertreten.

Quelle: Statistik Austria/Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort, www.bmdw.gv.at

Weitere Berufe (Kurzinfos)

SEO-/SEA-ManagerIn

SEO-/SEA-ManagerInnen sind für das **Suchmaschinenmarketing (SEM)* verantwortlich. Ziel ist es, Webseiten in den unbezahlten Ergebnissen und bezahlten Anzeigen von Suchmaschinen 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. Keywords (Schlagwörter), über die der **Content* rasch gefunden werden soll und erstellen mithilfe von Verlinkungen und Bildern suchmaschinengerechte Webinhalte. Im Rahmen der **Suchmaschinenwerbung (SEA)* sind SEO-/SEA-ManagerInnen für Werbeeinschaltungen in Suchmaschinen, z. B. **Google Ads*, zuständig.

Wichtige Berufsanforderungen sind Online-Marketing-Kenntnisse und analytische Fähigkeiten.

Beschäftigungsmöglichkeiten bieten vor allem **Multimedia-Agenturen* und Unternehmen mit eigenen Online-Marketing-Aktivitäten.

Mögliche Ausbildungen sind Lehrgänge und Fachhochschulstudiengänge im Bereich Online-Marketing sowie Universitätsstudiengänge in den Bereichen Kommunikationswirtschaft und Marketing.

UX/UI-DesignerIn

UX/UI-DesignerInnen gestalten **interaktive* Anwendungen mit dem Ziel, den UserInnen ein positives Nutzungserlebnis zu bieten. Sie decken entweder beide Bereiche – User Experience (UX) Design und User Interface (UI) Design – ab oder arbeiten schwerpunktmäßig in einem. Um z.B. Webseiten, **Apps*, Software oder Online-Shops möglichst intuitiv und leicht verständlich zu gestalten, analysieren UX/UI-DesignerInnen zu Beginn die Bedürfnisse von UserInnen. Die Schnittstelle (das User Interface), über die Menschen mit Anwendungen interagieren, muss ansprechend, benutzerfreundlich, intuitiv bedienbar und übersichtlich gestaltet sein. Wichtig ist andererseits auch, dass sich ein Unternehmen oder eine Marke in dem UX/UI-Design widerspiegelt. UX/UI-DesignerInnen entwerfen Prototypen und führen **Usability-Tests* durch und verbessern anschließend die Produkte.

UX/UI-DesignerInnen sind in Unternehmen beschäftigt, die sich auf User Experience und Design spezialisiert haben. Beschäftigungsmöglichkeiten bieten auch Grafikstudios, **Multimedia-Agenturen*, Softwareunternehmen oder auch Herstellerbetriebe von digitalen Geräten.

Viele UX/UI-DesignerInnen haben ein Fachhochschul- oder Universitätsstudium im Feld Medieninformatik/Mediendesign abgeschlossen.



Video-ProducerIn

Video-ProducerInnen produzieren z.B. Werbespots, Produktvideos, **Imagefilme*, **Erklärvideos* und News-Videos. Meist handelt es sich dabei um Kurzvideos mit einer Länge von ein paar Minuten. Sie sind für die Konzeption der Videos, für die Koordination aller an der Videoproduktion beteiligten MitarbeiterInnen, für Terminpläne und Budgets und die Abstimmung mit KundInnen verantwortlich.

Wichtige Berufsanforderungen sind daher Organisationstalent und Kenntnisse in allen Bereichen der Videoproduktion, von der Erstellung des **Storyboards* über Kamera bis hin zum Schnitt und Sound in der **Postproduktion*. Zudem müssen sie über Urheberrecht Bescheid wissen.

Video-ProducerInnen arbeiten selbstständig für verschiedene AuftraggeberInnen oder sind in Filmproduktionsfirmen, Media- oder Werbeagenturen angestellt.

Mögliche Ausbildungen sind z.B. die Höhere Lehranstalt für Medien – Film (Graz) oder Fachhochschulstudiengänge in den Bereichen Medientechnik und -design.

Beispiele für weitere Berufe:

- Medienfachmann/-frau – Webdevelopment und audiovisuelle Medien (befristeter Ausbildungsversuch)
- MedieninformatikerIn
- Multimedia-AutorIn
- Multimedia-DesignerIn
- Multimedia-KonzepterIn
- Multimedia-ProducerIn
- TechnischeR RedakteurIn
- Usability Engineer (m/w/x)

Genauere Informationen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

Film, Fernsehen und Radio



BERUFSBESCHREIBUNGEN

CutterIn	24
Kameramann/-frau	25
ModeratorIn	26
Radio- und FernsehredakteurIn	27
RegisseurIn	28
StudiotechnikerIn	29

WEITERE BERUFE (KURZINFOS)

Compositing Artist (m/w/x)	30
FilmproduzentIn	30
Postproduction Supervisor (m/w/x)	30
Beispiele für weitere Berufe	30

Film, Fernsehen und Radio

Rund um die Uhr, auf verschiedenen Geräten und vielen Kanälen verfügbar: Die Mediennutzung hat sich verändert. Dennoch hat das herkömmliche Fernsehen und Radiohören noch nicht ausgedient. Auch Kinobesuche zählen nach wie vor zu beliebten Freizeitbeschäftigungen.

Serien-Streaming, Video-Plattformen, Mediatheken und Podcasts: **On-Demand*-Angebote ermöglichen einen von der Sendezeit unabhängigen Medienkonsum. Die Beliebtheit und das Angebot steigen, aber auch die Konkurrenz unter den Anbietern. Auch wenn das Fernsehen und Radiohören „auf Abruf“ populärer wird, überwiegt nach wie vor der klassische Fernseh- und Radio-Konsum: Ein großer Teil der ÖsterreicherInnen nutzt weiterhin das sogenannte lineare Programmangebot.



© GURUXOX - STOCK.ADOBE.COM



© DMITRIMARUTA - FOTOLIA

Filmproduktionen in Österreich

Österreich ist ein relativ kleines Film- und Fernsehland: Jährlich sind etwa 50 in Österreich produzierte oder koproduzierte Spiel- und Dokumentarfilme in den heimischen Kinos zu sehen. Viele Kino- und Fernsehfilme können nur mithilfe von *Filmförderungen* verwirklicht werden. Auch der ORF ist ein wichtiger Auftraggeber.

Film und Vielfalt

Das Thema *Diversity* gewinnt an Bedeutung – vor und hinter der Kamera. Viele Film- und TV-Produktionen bemühen sich darum, gesellschaftliche Vielfalt auf der Leinwand abzubilden – und um Vielfalt innerhalb des Filmteams. Ziel ist es, bestehende Hürden und Diskriminierung, z.B. hinsichtlich Herkunft, Alter, Geschlecht, sexueller Orientierung oder Beeinträchtigung, abzubauen.

Learning by doing: Praxis ist wichtig

Verschiedene Studiengänge und Ausbildungen bieten eine fundierte künstlerische, handwerklich-technische oder journalistische Basis für einen Film-, Fernseh- oder Radioberuf. Vor dem Ausbildungsstart ist meist ein Auswahlverfahren zu bestehen. Bei dieser Hürde sind oft jene im Vorteil, die bereits Erfahrungen gesammelt

haben: z.B. durch ein Praktikum. Eine Ausbildung allein bietet jedoch keine Garantie für eine erfolgreiche Laufbahn. Vielmehr gilt das Motto „learning by doing“.

Berufseinstieg oft über Praktika und Empfehlungen

Bei ersten Projekten sind aufgrund der begrenzten finanziellen Mittel und der relativ kleinen Filmteams oft AllrounderInnen gefragt, die nach Bedarf als Regie-AssistentInnen arbeiten oder Aufgaben wie *Script/Continuity* übernehmen. Die Leistungen der ersten Referenzprojekte führen oftmals zu Weiterempfehlungen. Wichtig für den Berufseinstieg sind Branchenkontakte, da die Jobs selten in Stelleninseraten ausgeschrieben werden. Ob bei einem öffentlich-rechtlichen oder privaten Sender: Der Berufseinstieg beim Radio oder Fernsehen erfolgt meist durch Praktika oder *Volontariate*. Zu Beginn der beruflichen Laufbahn sind freie Mitarbeit und Tätigkeiten auf Werkvertragsbasis häufig, die Konkurrenz um die verfügbaren Stellen ist ausgeprägt.

CutterIn

CutterInnen bearbeiten und montieren Bild- und Tonmaterial für Fernseh- und Kinofilme, TV-Sendungen, Werbefilme sowie Videoportale. Im Bereich **fiktionaler* und dokumentarischer Film ist die **Montage* ein wesentliches Gestaltungsmittel. Drehbuch und **Storyboard* sind wichtige Orientierungshilfen bei der Erstellung des Schnittkonzepts. Nach der Sichtung des Materials erstellen CutterInnen einen Rohschnitt. Nach Drehschluss beginnen sie mit dem Feinschnitt nach Vorgabe der Regie oder der Redaktion. CutterInnen arbeiten mit spezieller Schnitt-Software und setzen verschiedene Filmschnitttechniken ein.



Anforderungen

- Ästhetisches Gefühl
- Audio- und Videosoftware
- Film- und Fernsehproduktion
- Filmschnitt
- Genauigkeit
- Konzentrationsfähigkeit
- Multimediakennnisse
- Postproduktion
- Rhythmusgefühl
- Technisches Verständnis

Beschäftigungsmöglichkeiten

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen bei Fernsehanstalten, Film- und Videoproduktionsfirmen, aber auch bei Werbe- und **Multimedia*-Agenturen. Bei Filmproduktionen werden oft befristete, z.B. projektbezogene, Arbeitsverträge abgeschlossen. Außerdem ist eine selbstständige Tätigkeit möglich. Branchenkontakte erleichtern den Zugang zu offenen Stellen beziehungsweise zu Aufträgen. CutterInnen beginnen ihre berufliche Laufbahn oft als Cutter-AssistentInnen.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Berufsbildende höhere Schule:** Höhere Lehranstalt für Medien – Film (Graz); Höhere Lehranstalt für Medien – Multimedia (Linz, Wien)
- **Fachhochschule:** Digital Arts (Bachelor, Master/Hagenberg); Digital Media Production (Master/St. Pölten); Film-, TV- und Medienproduktion (Bachelor/Wien); InterMedia (Bachelor, Master/Dornbirn); Medientechnik (Bachelor/St. Pölten); Medientechnik und -design (Bachelor/Hagenberg); MultiMediaArt (Bachelor, Master/Puch bei Salzburg)
- **Universität:** Schnitt (Bachelor, Master/Wien)
- **Sonstiges:** Kolleg für Medien – Multimedia (Wien); Film Production Diploma (SAE Institute, Wien); BA/BSc (Hons) Digital Film Production (SAE Institute, Wien); Filmlehrgang (Filmschule Wien); Kurse des Film- und Medienzentrum Margareten – FMZ (Wien)

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

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Die kleinste Einheit im Film heißt **Frame**.
Dieses einzelne Filmbild entspricht **1/24**
Sekunde.

Quelle: Wissensportal der deutschen Filmakademie,
www.vierundzwanzig.de

Kameramann/-frau

Kameraleute führen die Kamera bei Film- und Videoaufnahmen für Spielfilme, Werbefilme, Fernsehbeiträge und Dokumentationen. Vor dem Dreh wählen sie die Kamera(s) und die technische Ausrüstung aus. Sie besprechen mit der Regie oder der Redaktion die visuelle Umsetzung des Stoffs. Kameraleute gestalten den Film durch die Wahl der Perspektiven und der **Einstellungsgrößen*, wie z. B. Total-, Nah- oder Großaufnahme. Auch die Betrachtungszeiten und die Geschwindigkeit der Schwenks sind Gestaltungsmittel. Bei größeren Dreharbeiten kommen mehrere Kameraleute zum Einsatz.



Anforderungen

- Ästhetisches Gefühl
- Beleuchtungstechnik
- Bildtechnik
- Film- und Fernsehproduktion
- Flexibilität
- Kameratechnik
- Körperliche Belastbarkeit
- Multimediakenntnisse
- Videotechnik

Beschäftigungsmöglichkeiten

Kameraleute arbeiten – angestellt oder selbstständig – für Fernsehanstalten, Film- und Videoproduktionsfirmen. Die Zahl der Arbeitsplätze bei Rundfunk- und Fernsehsendern ist in Österreich begrenzt. Bei Filmproduktionen werden oft befristete, z. B. projektbezogene, Arbeitsverträge abgeschlossen. Kameraleute beginnen ihre berufliche Laufbahn oft als Kamera-AssistentInnen.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Berufsbildende mittlere Schule:** Höhere Lehranstalt für Medien – Film (Graz); Höhere Lehranstalt für Medien – Multimedia (Linz, Wien)
- **Fachhochschule:** Medientechnik (Bachelor/St. Pölten); Medientechnik und -design (Bachelor/Hagenberg)
- **Universität:** Bildtechnik und Kamera (Bachelor, Master/Wien); Theater-, Film- und Medienwissenschaft (Bachelor, Master/Wien)
- **Sonstiges:** Kolleg für Medien – Multimedia (Wien); Film Production Diploma (SAE Institute, Wien); BA/ BSc (Hons) Digital Film Production (SAE Institute, Wien); Filmlehrgang (Filmschule Wien); Kurse des Film- und Medienzentrum Margareten – FMZ (Wien); interne Weiterbildung bei Fernsehsendern

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

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Eine Filmkamera kann bis zu 15 Kilogramm wiegen – exklusive weiteres Equipment.

Quelle: Die Zeit, www.zeit.de

ModeratorIn

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



Anforderungen

- Allgemeinbildung
- Fremdsprachenkenntnisse
- Interviewführung
- Journalistische Fachkenntnisse
- Kommunikationsstärke
- Kontaktfreude
- Mikrofonstimme/Telegenes Auftreten (für TV)
- Präsentationsfähigkeiten
- Radio- und Fernsehproduktion
- Schlagfertigkeit

Beschäftigungsmöglichkeiten

Beschäftigungsmöglichkeiten für ModeratorInnen bestehen bei öffentlichen und privaten Rundfunkanstalten sowie bei Radio- und Fernsehsendern. Weiters können ModeratorInnen beispielsweise Sport- und Kulturveranstaltungen oder Podiumsdiskussionen moderieren. Da der Beruf eine hohe Anziehungskraft besitzt, ist die Konkurrenz am Arbeitsmarkt sehr ausgeprägt. Einstiegsmöglichkeiten in den Beruf bieten Tätigkeiten als RedakteurIn oder SprecherIn.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Fachhochschule:** 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); Medien (Master/Innsbruck); Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Wien); Theater-, Film- und Medienwissenschaft (Bachelor, Master/Wien)
- **Sonstiges:** Lehrgang zum/zur Radio- und TV-RedakteurIn/ModeratorIn (WIFI); Journalisten-Kolleg und Lehrgänge des KfJ – Kuratorium für Journalistenausbildung (Salzburg); Lehrgänge und Workshops des fjum – Forum Journalismus und Medien (Wien); Sprecherausbildung (Schule des Sprechens, Wien); Universitätslehrgang Qualitätsjournalismus (Donau-Universität Krems); interne Weiterbildung bei Radio- und Fernsehsendern

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

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Laut Untersuchungen beträgt die Sprechgeschwindigkeit von Radionachrichten etwas mehr als 5 Silben pro Sekunde.

Quelle: Technische Universität Berlin, www.tu.berlin

Radio- und FernsehredakteurIn

Radio- und FernsehredakteurInnen gestalten Beiträge für Nachrichten-, Magazin-, Kultur-, Sport- und Unterhaltungssendungen. Sie planen die Beitragsthemen in den **Redaktionskonferenzen* mit den MitarbeiterInnen der jeweiligen **Ressorts*, z. B. Politik, Wirtschaft, Kultur oder Sport. Radio- und FernsehredakteurInnen recherchieren aktuelle Geschehnisse, beschaffen Informationen und durchforsten Archivmaterial, um die Hintergründe einer Story zu beleuchten. Interviews mit bekannten Persönlichkeiten und ExpertInnen gehören ebenso zu ihrem Alltag wie die Teilnahme an Pressekonferenzen.



Anforderungen

- Allgemeinbildung
- Aufgeschlossenheit
- Flexibilität
- Fremdsprachenkenntnisse
- Journalistische Fachkenntnisse
- Journalistische Recherche
- Kommunikationsstärke
- Lernbereitschaft
- Multimediakenntnisse
- Radio- und Fernsehproduktion

Beschäftigungsmöglichkeiten

Radio- und FernsehredakteurInnen sind in öffentlichen oder privaten Hörfunk- und Fernsehredaktionen beschäftigt. Dem begrenzten Angebot an Arbeitsplätzen steht eine große Zahl an InteressentInnen gegenüber. RedakteurInnen können zum/zur **Chefin vom Dienst*, in die **Ressortleitung* oder **Chefredaktion* aufsteigen. Sie sind bei Radio- und Fernsehanstalten angestellt oder arbeiten freiberuflich, z.B. als freie MitarbeiterInnen.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Fachhochschule:** 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); Medien (Master/Innsbruck); Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Wien); Theater-, Film- und Medienwissenschaft (Bachelor, Master/Wien)
- **Sonstiges:** Lehrgang zum/zur Radio- und TV-RedakteurIn/ModeratorIn (WIFI); 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); Universitätslehrgang Sportjournalismus (Universität Salzburg); interne Weiterbildung bei Radio- und Fernsehsendern

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

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

In der ORF-TVthek sind aktuell rund 220 Sendungen abrufbar (Stand: Februar 2022).

Quelle: ORF, der.orf.at

RegisseurIn

Die Aufgabe von RegisseurInnen ist die künstlerische Leitung von Spielfilm-, Fernseh-, Bühnen- oder auch Hörspielproduktionen. FilmregisseurInnen bearbeiten einen Stoff, z. B. eine literarische Vorlage, in Zusammenarbeit mit einem/einer DrehbuchautorIn oder selbst und erstellen ein Regiekonzept. Sie wählen geeignete Drehorte und das künstlerisch-technische Team aus. RegisseurInnen unterstützen die SchauspielerInnen bei der Gestaltung ihrer Rollen und besprechen mit Kameraleuten die Bildgestaltung. Nach den Dreharbeiten geben sie auch Anweisungen für den Schnitt und die **Postproduktion*.



Anforderungen

- Darstellende Kunst
- Durchsetzungsvermögen
- Englisch
- Film- und Fernsehproduktion
- Führungsqualitäten
- Literatur- und Musikkenntnisse
- Organisationstalent
- Postproduktion
- Projektmanagement-Kenntnisse
- Regieführung

Beschäftigungsmöglichkeiten

FilmregisseurInnen arbeiten in der Regel projektbasiert oder selbstständig. Aufträge, die auf eine Film- oder Serienproduktion begrenzt sind, erhalten sie von Film- und Videoproduktionsfirmen sowie von Fernsehanstalten. RegisseurInnen beginnen ihre berufliche Laufbahn in der Regel als RegieassistentInnen. Diese sind für die Ablauforganisation der Dreharbeiten verantwortlich und arbeiten auch an der Gestaltung eines Filmes mit. Da der Beruf eine hohe Anziehungskraft besitzt, ist die Konkurrenz ausgeprägt.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Fachhochschule:** Digital Media Production (Master/St. Pölten); InterMedia (Bachelor, Master/Dornbirn); Film-, TV- und Medienproduktion (Bachelor/Wien)
- **Universität:** Musiktheaterregie (Diplom/Wien); Regie (Bachelor, Master/Wien; Diplom/Salzburg); Schauspielregie (Diplom/Wien); Theater-, Film- und Medienwissenschaft (Bachelor, Master/Wien)
- **Sonstiges:** Masterlehrgang Film, TV & Media – Creation and Distribution (FH St. Pölten); MBA Film, TV & Digital Media Management (FH des BFI Wien)

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

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Etwa 240 Studierende werden an der Filmakademie Wien zu Filmschaffenden – von Buch über Regie bis Schnitt – ausgebildet.

Quelle: Filmakademie Wien, www.filmakademie.wien

StudiotechnikerIn

StudiotechnikerInnen sind mit der tontechnischen Gestaltung von Radio- und Fernsehbeiträgen sowie -produktionen beschäftigt. Dazu zählen z. B. Nachrichtensendungen, Fernsehfilme, Musikaufnahmen oder Hörspiele. Sie wählen die benötigte Tontechnik aus, pegeln die Mikrofone ein, führen Soundchecks durch und bedienen das Mischpult. Aufgenommene Beiträge bearbeiten StudiotechnikerInnen mit spezieller Software. Sie sind für die **Tonmischung* und den Tonschnitt verantwortlich und fügen Effekte, wie z. B. Hall, ein. Bei Übertragungen sorgen sie für eine optimale Tonqualität.

Anforderungen

- Einsatzbereitschaft
- Elektroakustik und Tonstudiotechnik
- Englisch
- Gutes Gehör
- Multimediakennnisse
- Postproduktion
- Radio-, Film- und Fernsehproduktion
- Teamfähigkeit
- Tontechnik
- Veranstaltungstechnik-Kenntnisse

Beschäftigungsmöglichkeiten

StudiotechnikerInnen sind bei Rundfunkanstalten, privaten Sendern, Aufnahmestudios, Filmproduktionsfirmen sowie bei Agenturen für Veranstaltungsorganisation beschäftigt. Sie beginnen ihre berufliche Laufbahn oft als StudioassistentInnen. Aufstiegsmöglichkeiten bestehen zum/zur StudioleiterIn und bei entsprechender Weiterbildung zum/zur TonmeisterIn.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Berufsbildende mittlere Schule:** Fachschule für Elektrotechnik mit Betriebspraxis
- **Berufsbildende höhere Schule:** Höhere Lehranstalt für Informationstechnologie – Medientechnik; Höhere Lehranstalt für Elektrotechnik; Höhere Lehranstalt für Medien – Film (Graz)
- **Fachhochschule:** Communication, Media, Sound and Interaction Design (Master/FH Joanneum gemeinsam mit der Kunstuniversität Graz); Medientechnik (Bachelor/St. Pölten); Medientechnik und -design (Bachelor/Hagenberg)



- **Universität:** Elektrotechnik – Toningenieur (Bachelor, Master/Graz); Tonmeister (Diplom/Wien)
- **Sonstiges:** Kollegs und Aufbaulehrgänge für Elektrotechnik; Ausbildung für Ton- und Studiotechnik (WIFI); Audio Engineering Diploma (SAE Institute, Wien); BA/BSc (Hons) Audio Production (SAE Institute, Wien); interne Weiterbildung bei Radio- und Fernsehsendern

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

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

ModeratorInnen erhalten zwei Ansteckmikrofone. Zusätzlich gibt es Richtmikrofone an der Wand, auch Panikmikrofone genannt – damit im Studio keine Panik ausbricht, sollten die Ansteckmikrofone ausfallen.

Quelle: ORF Backstage, der.orf.at

Weitere Berufe (Kurzinfos)

Compositing Artist (m/w/x)

Compositing Artists sind Filmfachleute für digitale Bildbearbeitung. Sie fügen Bildelemente aus unterschiedlichen Quellen zu einer neuen Einheit zusammen. Compositing Artists kombinieren z.B. computergenerierte Figuren und Filmaufnahmen. Dadurch entsteht die Illusion, dass alle Elemente Teil derselben Szene sind. Die Tätigkeit von Compositing Artists beginnt nach den Dreharbeiten, in der **Postproduktion*. Die Bearbeitung der Bilder erfolgt digital. Dabei werden beispielsweise Personen vom Hintergrund freigestellt und ein computergenerierter Hintergrund eingefügt. Landschaften, Gebäude und Szeneobjekte werden verändert, Trickeffekte hinzugefügt und Bilder retuschiert.

Compositing Artists müssen sich in der Postproduktion gut auskennen, ExpertInnen für visuelle Effekte sein und sehr gut mit Compositing-Software umgehen können. Sie sind gefragte SpezialistInnen und meist für Produktionsfirmen tätig.

Mögliche Ausbildungen sind z.B. die Fachhochschulstudiengänge MultiMediaArt (Bachelor, Master/Puch bei Salzburg) und Digital Arts (Bachelor, Master/Hagenberg) sowie der Universitätsstudiengang Digital Art – Compositing (Master/Wien).

FilmproduzentIn

FilmproduzentInnen verwirklichen Kino- und Fernsehfilme. Sie kalkulieren den finanziellen Aufwand und stellen die Finanzierung sicher. Diese erfolgt bei österreichischen Filmen oft aus Mitteln der **Filmförderung*. FilmproduzentInnen engagieren einen Regisseur oder eine Regisseurin für ein geplantes Filmprojekt und schließen die Verträge mit den Mitgliedern des Filmteams ab. Zu ihren Aufgaben gehören weiters die Vermarktung der Produktion sowie die Verhandlung mit Fernsehanstalten oder Filmverleihen, die sie laufend über das Produktionsgeschehen informieren. Für die Regie und Produktionsleitung stehen die ProduzentInnen bei Fragen zur Verfügung.

Wichtige Berufsanforderungen sind Kenntnisse des Spielfilmmarktes und der Programmangebote, Projektmanagement-Kenntnisse, Organisationstalent und Verhandlungsstärke. FilmproduzentInnen sind bei Filmproduktionsfirmen beschäftigt oder führen selbstständig ein Filmproduktionsunternehmen.

Eine mögliche Ausbildung ist der Universitätsstudiengang Produktion (Bachelor, Master/Wien), Weiterbildungsmöglichkeiten bieten z.B. der Masterlehrgang Film, TV & Media – Creation and Distribution (FH St. Pölten) sowie der MBA Film, TV & Digital Media Management (FH des BFI Wien).

Postproduction Supervisor (m/w/x)

Postproduction Supervisors sind für die Planung, Koordination und Überwachung der Arbeitsabläufe in der **Postproduktion* bei Film und Fernsehen verantwortlich. Zu der Postproduktion gehören: der Schnitt, die Bildbearbeitung, computergenerierte Effekte und Animationen sowie die Vertonung, z.B. Musik, Geräusche und Synchronisation. Postproduction Supervisors erstellen Zeitpläne, koordinieren die beteiligten MitarbeiterInnen und sorgen für die Einhaltung des Budgets.

Wichtige Berufsanforderungen sind Projektmanagement-Kenntnisse und Kompetenzen im Bereich Film- und Fernsehproduktion, Organisationstalent und Durchsetzungsvermögen. Postproduction Supervisor ist eine Aufstiegsposition. Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen bei Unternehmen der Film- und Videoproduktion, bei Fernsehanstalten, aber auch im Bereich Werbefilm.

Ausbildungsmöglichkeiten sind z.B. die Fachhochschulstudiengänge Film-, TV- und Medienproduktion (Bachelor/Wien), Medientechnik (Bachelor/St. Pölten), Digital Media Production (Master/St. Pölten) sowie der Universitätsstudiengang Theater-, Film- und Medienwissenschaft (Bachelor, Master/Wien).

Beispiele für weitere Berufe:

- AufnahmeleiterIn
- BeleuchterIn
- BildmischerIn
- DrehbuchautorIn
- FilmarchitektIn
- FilmausstatterIn
- MedienarchivarIn
- ProduktionsleiterIn
- RegieassistentIn
- RequisiteurIn
- Script SupervisorIn
- Storyliner (m/w/x)
- Stuntman/-woman
- VisagistIn und Makeup-ArtistIn

Genauere Informationen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

Grafik und Fotografie



BERUFSBESCHREIBUNGEN

FotografIn	34
GrafikerIn/GrafikdesignerIn	35

WEITERE BERUFE (KURZINFOS)

BeschriftungsdesignerIn und WerbetechnikerIn	36
IllustratorIn	36
Visueller MediengestalterIn	36
Beispiele für weitere Berufe	36

Grafik und Fotografie

Ob Webseite, Magazin oder **Außenwerbung*: Ein übersichtliches **Layout*, gut lesbare Schriften und ansprechende Bilder sorgen dafür, dass Inhalte wahrgenommen werden. In diesem Berufsfeld sind Profis für ansprechende Designs und starke Fotos am Werk.

Bei der visuellen Gestaltung und Kommunikation müssen allgemeine formale Richtlinien beachtet werden, die z. B. die Verwendung von Farben, die **Typografie* oder die **Bildkomposition* betreffen. Zudem gibt es für die speziellen Aufgabengebiete der Fotografie und des Grafikdesigns besondere Anforderungen: **Logos* sollen einen hohen Wiedererkennungswert haben, Infografiken Zusammenhänge anschaulich erklären, Illustrationen erläutern und Webseiten auf verschiedenen Geräten optimal angezeigt werden. Bei der **Reportage-Fotografie* wird besonders viel Wert auf authentische Bilder gelegt, während Porträtfotos charakteristische Merkmale von Menschen einfangen.





© MONKEY BUSINESS - STOCK.ADOBE.COM

Fundierte Ausbildung und unverkennbarer Stil

Künstlerische und handwerkliche Grundlagen werden im Rahmen der Ausbildungen vermittelt. Spezialisierungen werden in Weiterbildungen und in der Praxis trainiert. Für viele Berufe, wie z. B. GrafikerIn, FotografIn oder IllustratorIn, ist es besonders wichtig, einen persönlichen und unverkennbaren Stil zu entwickeln.

Up to date: Software-Kenntnisse

Der professionelle Umgang mit Grafik- und Bildbearbeitungssoftware ist im Berufsfeld eine wichtige Voraussetzung. Grafiken und Illustrationen werden mithilfe von Zeichen- und Malprogrammen gestaltet. Bildbearbeitungsprogramme gehören ebenso selbstverständlich zur professionellen Fotografie wie Bilddatenbanken und *Cloud-Dienste, um die Fotos zu organisieren und mit KundInnen zu teilen. Um bei den Anwendungen am neuesten Stand zu bleiben, ist Lernbereitschaft wichtig.

Selbstständigkeit ist weit verbreitet

Viele GrafikerInnen, FotografInnen, IllustratorInnen und MediengestalterInnen arbeiten selbstständig. AuftraggeberInnen sind vor allem Agenturen, Verlage und *Marketing-Abteilungen verschiedener Unternehmen. Anstellungen bieten z. B. Foto- und Grafikstudios, wo meist in kleinen Teams gearbeitet wird.

Große Konkurrenz in der Branche

Das Berufsfeld Grafik und Fotografie hat eine hohe Anziehungskraft. Dementsprechend ausgeprägt ist die Konkurrenz. Oft ist es das Maß an Professionalität, das darüber entscheidet, wer im beruflichen Wettbewerb bestehen und für seine Arbeit einen angemessenen Preis erzielen kann. Zu einem professionellen Arbeitsstil gehört neben einer perfekten technischen Ausführung der Aufträge auch ein gutes Projektmanagement. Die termingerechte und korrekte Fertigstellung der Arbeiten erhöht die Chance auf Folgeaufträge und ermöglicht den Aufbau eines festen KundInnenstocks.



© WAVEBREAMEDIA/MICRO - STOCK.ADOBE.COM

FotografIn

FotografInnen halten ausdrucksstarke, spannende und witzige Motive mit der Kamera fest. Sie gestalten ihre Bilder z. B. durch die Wahl der Perspektive, **Blende* und **Belichtungszeit*. FotografInnen spezialisieren sich meist auf bestimmte Sparten, wie z. B. Produkt-, Event- oder Naturfotografie. PressefotografInnen dokumentieren Ereignisse aus Gesellschaft, Wirtschaft, Politik und Sport. Digitale Fotos werden mit Bildbearbeitungsprogrammen bearbeitet, z. B. werden Farben oder der Kontrast korrigiert und auch Filter eingesetzt. In Fotostudios ist die fachkundige Beratung von KundInnen besonders wichtig.



Anforderungen

- Ästhetisches Gefühl
- Bildbearbeitung
- Fotografiekenntnisse
- Geduld
- Grafik- und Bildbearbeitungssoftware-Kenntnisse
- Konzentrationsfähigkeit
- KundInnenbetreuungskenntnisse
- Selbstständige Arbeitsweise
- Serviceorientierung
- Studiofotografie

Beschäftigungsmöglichkeiten

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen vor allem in Fotostudios. Sehr viele FotografInnen arbeiten selbstständig für unterschiedliche AuftraggeberInnen, wie z. B. Werbe- und **PR*-Agenturen, Zeitungen und Magazine oder Privatpersonen. Eine selbstständige Berufsausübung ist in den freien Gewerben „Berufsfotograf“ sowie „Pressefotografie und Fotodesign“ möglich. Da es viele FotografInnen gibt, ist der Wettbewerb innerhalb der Berufsgruppe groß.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Lehre:** BerufsfotografIn
- **Berufsbildende höhere Schule:** Höhere Lehranstalt für Medien – Fotografie (Graz, Wien)
- **Universität:** Angewandte Fotografie und zeitbasierte Medien (Diplom/Wien); Fotografie (Diplom/Wien); Grafik-Design und Fotografie (Bachelor/Linz); Visuelle Kommunikation (Master/Linz)
- **Sonstiges:** Kolleg für Berufstätige für Medien – Fotografie (Graz); Kolleg für Medien – Fotografie (Wien); Ausbildung zum/zur BerufsfotografIn (WIFI); Meisterklasse Fotografie (WIFI); Diplomlehrgänge an der LIK Akademie für Foto und Design (Graz, Klagenfurt, Linz, Wien)

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

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Es wird geschätzt, dass täglich 200-mal so viele Fotos bei Instagram hochgeladen werden, wie im gesamten 19. Jahrhundert gemacht wurden.

Quelle: GEOlino, www.geo.de

GrafikerIn/GrafikdesignerIn

GrafikerInnen konzipieren, entwerfen und gestalten das Erscheinungsbild von gedruckten und digitalen Medien. Das Tätigkeitsfeld reicht von der Gestaltung von Magazinen und Plakaten über Webseiten und **Apps* bis hin zu **Corporate Design* und Verpackungsdesign. GrafikerInnen präsentieren ihre Ideen und Entwürfe bei AuftraggeberInnen und erarbeiten anschließend Versionen bis zur druckfähigen **Reinzeichnung* beziehungsweise digitalen Umsetzung. Sie setzen bei ihrer Arbeit unterschiedliche Darstellungsmittel wie Farben, Formen, Symbole, Schriften und Bilder ein und berücksichtigen wichtige Gestaltungsregeln.



Anforderungen

- Ästhetisches Gefühl
- Drucktechnikkenntnisse
- Druckvorstufen-Kenntnisse
- Genauigkeit
- Gestaltungstalent
- Grafik-, Web-Design- und Bildbearbeitungssoftware-Kenntnisse
- Grafikenkenntnisse
- Multimediakenntnisse
- Qualitätsbewusstsein
- Webdesign

Beschäftigungsmöglichkeiten

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen vor allem bei Werbe- und **Multimedia*-Agenturen sowie bei Grafik-Studios. Die Nachfrage nach Grafikdienstleistungen ist groß, allerdings auch der Wettbewerb unter den zahlreichen GrafikerInnen. Viele GrafikerInnen arbeiten selbstständig, z. B. für **Marketing*-Abteilungen von Unternehmen unterschiedlicher Branchen, für Verlage, öffentliche Institutionen und Vereine. Aufstiegspositionen in einer Agentur sind **Art Director* und **Creative Director*.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Berufsbildende höhere Schule:** Höhere Lehranstalt für Grafik- und Kommunikationsdesign; Höhere Lehranstalt für Kunst und Gestaltung; Höhere Lehranstalt für Medien
- **Fachhochschule:** Communication, Media, Sound and Interaction Design (Master/FH Joanneum gemeinsam mit der Kunstuniversität Graz); Informationsdesign (Bachelor/Graz); InterMedia (Bachelor, Master/Dornbirn); Medientechnik und -design (Bachelor/Hagenberg); MultiMediaArt (Bachelor, Master/Puch bei Salzburg)
- **Universität:** Grafik- & Informationsdesign (Bachelor/New Design University, St. Pölten); Grafik Design (Diplom/Wien); Grafik und Werbung (Diplom/Wien); Grafik-Design und Fotografie (Bachelor/Linz); Visuelle Kommunikation (Master/Linz)
- **Sonstiges:** Kollegs und Aufbaulehrgänge für Grafik- und Kommunikationsdesign; Meisterschule für Kommunikationsdesign (Linz, Wien); Fachlehrgang für Grafikdesign (Werbe Akademie des WIFI Wien)

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

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

68 Prozent der österreichischen Design-Unternehmen sind Ein-Personen-Unternehmen (EPU). Etwa jedes 3. Unternehmen wird von einer Frau geführt.

Quelle: Kreativwirtschaft Austria, www.kreativwirtschaft.at

Weitere Berufe (Kurzinfos)

BeschriftungsdesignerIn und WerbetechnikerIn

BeschriftungsdesignerInnen und WerbetechnikerInnen stellen Schilder, Displays und andere Werbeträger her. Sie gestalten die Schriften und Darstellungen am Computer oder per Hand und übertragen diese mit unterschiedlichen Techniken, wie z.B. Lackieren, Bekleben oder Bedrucken, auf die Schilder oder Werbeflächen. Sie stellen auch die Trägerkonstruktionen her und führen die Montage selbst durch. Ob Verkehrs- und Firmenschilder, Fassadenbeschriftungen, Leuchtschriften oder Werbefolien: Die Erzeugnisse sind ebenso vielfältig wie die verwendeten Materialien, die von Blechen über Holz bis hin zu Kunststoffen reichen.

Wer diesen Beruf ergreifen möchte, benötigt Kreativität und handwerkliche Geschicklichkeit ebenso wie technisches Verständnis und räumliches Vorstellungsvermögen. BeschriftungsdesignerInnen und WerbetechnikerInnen arbeiten am Computer mit Grafik-Software, müssen aber auch verschiedene Arten der Werkstoffbearbeitung beherrschen.

Die Lehrausbildung erfolgt in kleinen und mittleren Gewerbebetrieben, die Schilder und Werbetechnik in Einzelanfertigung oder in Serie herstellen.

IllustratorIn

IllustratorInnen sind spezialisierte GrafikerInnen und bebildern unterschiedliche Medien. Sie zeichnen und malen Illustrationen für Kinder-, Sach- und Lehrbücher, gestalten Buchcover, Plakate, Comics sowie Brett- und Computerspiele. Auch in der Werbung spielen Illustrationen eine wichtige Rolle. IllustratorInnen entwerfen auch Firmenlogos und sorgen für ansprechende Verpackungen. Neben Grafik-, Mal- und Zeichenprogrammen kommen auch Handzeichnungen, Aquarelle oder Kunstdrucktechniken zum Einsatz.

Wichtige Berufsanforderungen für IllustratorInnen sind künstlerische Fachkenntnisse, Grafikenntnisse und Grafik-Software, Beobachtungsgabe, Allgemeinbildung und ästhetisches Gefühl. IllustratorInnen arbeiten meist selbstständig für unterschiedliche AuftraggeberInnen. Der Arbeitsmarkt für Illustrationen ist allgemein sehr klein.

Mögliche Ausbildungen für IllustratorInnen sind z. B. die Höhere Lehranstalt für Grafik- und Kommunikationsdesign sowie künstlerische Universitätsstudiengänge in den Bereichen Grafik und Mediengestaltung.

VisuelleR MediengestalterIn

Visuelle MediengestalterInnen sind spezialisierte Profis für digitale Medien und arbeiten in den Bereichen Bildgestaltung, Web-Design, Video oder Animation. Zum Teil sind Visuelle MediengestalterInnen auch mit

der Produktion von Printprodukten beschäftigt. Ihre Arbeit beginnt mit der visuellen Konzeption, die sie den AuftraggeberInnen präsentieren. Im Rahmen der gestalterischen Umsetzung berücksichtigen Visuelle MediengestalterInnen sowohl künstlerisch-kreative wie auch technische Aspekte. Sie arbeiten im Team, z. B. mit KollegInnen aus den Bereichen Design, **Marketing*, Programmierung und Text.

Visuelle MediengestalterInnen sind angestellt oder selbstständig für **Multimedia*-Agenturen, Medienunternehmen oder Grafik-Studios tätig. Ein Teil arbeitet auch als KünstlerIn.

Ausbildungsmöglichkeiten bestehen an Höheren technischen Lehranstalten, z. B. für Grafik- und Kommunikationsdesign oder Medien. An Fachhochschulen und Universitäten führen Studien in den Bereichen Mediengestaltung und digitale Kunst zum Beruf.

Beispiele für weitere Berufe:

- AnimationsdesignerIn
- CharakterzeichnerIn
- DesignerIn
- DrucktechnikerIn
- DruckvorstufentechnikerIn
- Foto- und Multimediakaufmann/-frau
- FotoredakteurIn
- InformationsdesignerIn
- KunstgrafikerIn
- Medienfachmann/Medienfachfrau – Grafik, Print, Publishing und audiovisuelle Medien (befristeter Ausbildungsversuch)

Genauere Informationen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass



© VLADANS I DREAMSTIME.COM

Journalismus, Zeitungen und Verlage



BERUFSBESCHREIBUNGEN

AnzeigenkontakterIn	40
AutorIn	41
JournalistIn	42
Print-ProducerIn/HerstellerIn (Verlag)	43
ÜbersetzerIn	44
VerlagslektorIn	45

WEITERE BERUFE (KURZINFOS)

DatenjournalistIn	46
LayouterIn	46
VideojournalistIn	46
Beispiele für weitere Berufe	46

Journalismus, Zeitungen und Verlage

Die Digitalisierung hat das Verlagswesen und den Journalismus revolutioniert: Die Bedeutung von E-Books am Buchmarkt wächst, Nachrichten sind in Echtzeit über Smartphones abrufbar und Journalismus findet unter der Beteiligung von LeserInnen statt.

Der Austausch zwischen Medien und Community nimmt zu: LeserInnen liefern Inhalte, kommentieren und teilen Artikel. Personalisierter **Content*, der mithilfe von **Künstlicher Intelligenz* und **Algorithmen* **Zielgruppen* erreicht, ist von wachsender Bedeutung. **Soziale Medien* eröffnen neue Recherchemöglichkeiten und **crossmediale* Formate gehören zum journalistischen Tagesgeschäft. Eine zentrale Herausforderung für Zeitungen und Magazine ist dabei ein gelungenes Zusammenspiel von verschiedenen Kanälen sowie die Verknüpfung von neuen und traditionellen journalistischen Darstellungsmöglichkeiten. Auch wenn die Digitalisierung vieles verändert – die wichtigsten Aufgaben des Journalismus sind seit jeher gleich: Information, Kontrolle und Kritik.



©GURUXOX - STOCK.ADOBE.COM



© BERNARDBODO - STOCK.ADOBE.COM

Die Aufgabe von Qualitätsmedien

Qualitätszeitungen genießen eine hohe Glaubwürdigkeit bei LeserInnen und zeichnen sich durch professionelle Recherche, faktenbasierte Information, gutes journalistisches Handwerk und Relevanz aus. In Zeiten von **Fake News* und Verschwörungstheorien, die besonders in den sozialen Medien Verbreitung finden, stellen Qualitätsmedien ein unverzichtbares Gegengewicht dar: Sie filtern relevante Nachrichten und bieten verlässliche Informationen zur eigenen Meinungsbildung.

Finanzierung von Qualitätsjournalismus

Gegenstand vieler Diskussionen ist die Frage nach der Finanzierung des Qualitätsjournalismus. Unter anderem führte die verstärkte Internet-Nutzung für viele Zeitungen und Magazine zu einem Einnahmerückgang aus dem Verkauf von gedruckten Ausgaben, Abonnements und Printanzeigen. Der Online-Werbeanteil steigt zwar, die Online-Preise liegen aber oft unter jenen der Printwerbung. Alternative Finanzierungsmodelle, wie z.B. **Paywalls*, Online-Abos oder gesponserte Inhalte, können sich zum Teil schon etablieren. Viele Online-Medien setzen auch auf Fair-use-Zustimmungen ihrer LeserInnen, indem sie diese auffordern, **Adblocker* zu deaktivieren, damit Online-Werbung angezeigt wird. Auch die **Presseförderung* spielt in der Diskussion eine wichtige Rolle.

Über die Mediengrenzen hinweg arbeiten

Verschiedene Medien- und Kommunikationskanäle erfolgreich inhaltlich und technisch miteinander verbinden zu können, wird zunehmend wichtiger. Dabei geht es beispielsweise darum, Content über ausgewählte soziale Medien zu verbreiten, Videos zu gestalten, einen Podcast zu produzieren oder eine **Reportage* multimedial aufzubereiten. Viele NachwuchsjournalistInnen bringen das digitale Handwerkszeug aus der Ausbildung mit.

Journalistische Jobs sind sehr begehrt

Es gibt ein großes Angebot sowohl an gut ausgebildeten JournalistInnen als auch an PraktikantInnen. **Volontariate* bei Zeitungen oder Magazinen sind ein wichtiger Weg, um berufliche Praxis zu erwerben und sich potenziellen ArbeitgeberInnen vorzustellen. Voraussetzung für den ersten Karriereschritt ist grundlegendes journalistisches Handwerkszeug, ebenso wie das „Marketing in eigener Sache“. Typische Beschäftigungsverhältnisse zu Beginn der Laufbahn sind immer öfter freie Mitarbeit und Tätigkeiten auf Werkvertragsbasis. Die Zahl der fixen Anstellungsverhältnisse nimmt dagegen ab. Engagement, Durchhaltevermögen und Flexibilität sind daher hilfreiche persönliche Eigenschaften für den erfolgreichen Berufseinstieg.

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 **Printmedien* 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 und Erfolgskontrollen der Werbemaßnahmen durch.



Anforderungen

- Beratungskompetenz
- Büroarbeitskenntnisse
- Bürosoftware-Anwendungskenntnisse
- Kommunikationsstärke
- Kontaktfreude
- Marketingkenntnisse
- NeukundInnenakquisition
- Telefonierkompetenz
- Verkaufskennntnisse
- Zahlenverständnis

Beschäftigungsmöglichkeiten

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

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

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Eine ganzseitige Anzeige im Kurier kostet unter der Woche ca. 25.000 Euro (Stand: 2022).

Quelle: KURIER Tarif, www.kurieranzeigen.at

AutorIn

AutorInnen entwickeln Buchideen und schreiben literarische Texte, wie z. B. Romane, Erzählungen, Gedichte, Theaterstücke, Kinder- und Jugendbücher, Hörspiele oder Drehbücher. SachbuchautorInnen konzipieren und verfassen unter anderem Ratgeber, Kochbücher oder Reiseliteratur. Entweder bieten AutorInnen ihre **Manuskripte* Verlagen zur Veröffentlichung an oder sie werden von einem Verlag für ein Buchprojekt beauftragt. Viele AutorInnen veröffentlichen zudem im Internet und sind in **sozialen Medien* aktiv. AutorInnen bewerben sich auch um Literaturförderungen und nehmen an Wettbewerben und Lesungen teil.



Anforderungen

- Allgemeinbildung
- Branchenkenntnisse Verlagswesen
- Durchhaltevermögen
- Journalistisches Schreiben
- Kommunikationsstärke
- Künstlerische Fachkenntnisse – Literatur
- Recherche
- Schriftstellerische Begabung
- Selbstvermarktung
- Texterstellung und -bearbeitung

Beschäftigungsmöglichkeiten

AutorInnen üben ihre Tätigkeit in der Regel freiberuflich aus. Sie schreiben für Buch-, Zeitungs- und Zeitschriftenverlage, für Theaterbühnen, für Radio- und Fernsehanstalten sowie für Filmproduktionsfirmen. Ein kleinerer Teil der österreichischen AutorInnen arbeitet hauptberuflich, die Mehrzahl ist nebenberuflich tätig. Viele AutorInnen können nur mit der Unterstützung von Literaturförderungen oder -stipendien an ihren Werken arbeiten.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Universität:** Deutsche Philologie (Bachelor, Master/Wien); Germanistik (Bachelor, Master/Graz, Innsbruck, Klagenfurt, Salzburg); Sprachkunst (Bachelor, Master/Wien); Studiengänge in den Bereichen Sprachen, Geistes- und Kulturwissenschaften; in Deutschland: Literarisches Schreiben (Bachelor, Master/Deutsches Literaturinstitut Leipzig); Kreatives Schreiben und Kulturjournalismus (Bachelor/Hildesheim)
- **Sonstiges:** Klassen der Schule für Dichtung (Wien); Schreibwerkstätten, Workshops, Tagungen z. B. von Literaturhäusern

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

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

NachwuchsauteurInnen erhalten je nach Verlag und Verhandlungserfolg ca. 6 bis 12 Prozent des Nettoverkaufspreises je Buch als Honorar.

Quelle: Frankfurter Allgemeine Zeitung, www.faz.net

JournalistIn

JournalistInnen recherchieren Themen, Fakten, Zusammenhänge und Hintergründe, führen Interviews und setzen die Informationen z. B. als Nachrichten, Berichte, **Reportagen* oder Meinungskommentare um. Meist sind sie auf bestimmte **Ressorts* spezialisiert, z. B. Innen- oder Außenpolitik, Wirtschaft, Kultur, Wissenschaft oder Sport. Viele JournalistInnen sind auch in den **sozialen Medien* aktiv. Zum Tätigkeitsfeld kann auch gehören, Fremdbeiträge zu überarbeiten, Fotos und Grafiken zu beschaffen, Beiträge auf Websites online zu stellen oder für ein ansprechendes **Layout* der Texte zu sorgen.



Anforderungen

- Allgemeinbildung
- Einsatzbereitschaft
- Journalistische Fachkenntnisse
- Journalistische Recherche
- Kommunikationsstärke
- Ressortspezifisches Fachwissen
- Schreibtalent
- Social-Media-Anwendungskenntnisse
- Stressresistenz
- Texterstellung und -bearbeitung

Beschäftigungsmöglichkeiten

JournalistInnen arbeiten angestellt oder freiberuflich für Tageszeitungen, Wochenzeitungen, Zeitschriften, Magazine sowie Radio- und Fernsehsender. Der Berufseinstieg erfolgt meist über Praktika, ein **Volontariat* oder über freie Mitarbeit. Zwar werden kompetente JournalistInnen immer interessante berufliche Möglichkeiten haben, die Zahl der freien Stellen ist jedoch gering und die Konkurrenz am Arbeitsmarkt sehr ausgeprägt. Aufstiegspositionen sind **ChefIn vom Dienst*, **RessortleiterIn*, **ChefredakteurIn* oder **HerausgeberIn*.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Fachhochschule:** 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); 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 Sportjournalismus (Universität Salzburg); Universitätslehrgang Qualitätsjournalismus (Donau-Universität Krems)

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

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Mit über 500.000 Followern auf Twitter ist Armin Wolf einer der in den sozialen Medien aktivsten JournalistInnen Österreichs.

Quelle: Twitterlist APA-OTS,
www.twitterlist.ots.at/journalistinnen-und-journalisten

Print-ProducerIn/HerstellerIn (Verlag)

Print-ProducerInnen koordinieren und überwachen die Abläufe bei der Produktion von Büchern und anderen Verlagsprodukten, wie z. B. Brettspielen oder Werbemitteln. Ein Buch begleiten sie vom **Manuskript* bis zur Druckfreigabe und zum fertigen E-Book. Sie kalkulieren die Kosten, holen Angebote z. B. von Druckereien und IllustratorInnen ein, vergeben Aufträge und legen die Termine fest. Print-ProducerInnen bereiten auch Manuskripte für den **Satz* vor, erstellen **Layout*-Vorlagen, kümmern sich um die Cover-Gestaltung und kontrollieren Druckdaten. Sie arbeiten eng mit RedakteurInnen und LektorInnen zusammen.

Anforderungen

- Branchenkenntnisse Verlagswesen
- Buchgestaltung
- Grafik- und Bildbearbeitungssoftware-Kenntnisse
- Grafikenkenntnisse
- Kalkulation
- Multimediakenntnisse
- Organisationstalent
- Printproduktion
- Projektmanagement-Kenntnisse
- Qualitätsbewusstsein

Beschäftigungsmöglichkeiten

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen vor allem in Buch-, Zeitschriften- und Zeitungsverlagen, in Spielverlagen und in Medienhäusern. Berufserfahrene Print-ProducerInnen können in größeren Verlagen in die Herstellungsleitung aufsteigen.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Berufsbildende mittlere Schule:** Fachschule für Mediengestaltung und digitale Druckproduktion mit Betriebspraxis (Wien)
- **Berufsbildende höhere Schule:** Höhere Lehranstalt für Grafik- und Kommunikationsdesign; Höhere Lehranstalt für Medieningenieure und Printmanagement (Wien)
- **Fachhochschule:** Digital Design (Master/St. Pölten); Informationsdesign (Bachelor/Graz); InterMedia (Bachelor, Master/Dornbirn)
- **Universität:** Grafik- & Informationsdesign (Bachelor/New Design University, St. Pölten); Grafik Design (Diplom/Wien); Grafik-Design und Fotografie (Bachelor/Linz)



- **Sonstiges:** Kollegs und Aufbaulehrgänge für Grafik- und Kommunikationsdesign; Kolleg/Aufbaulehrgang für Medieningenieure und Printmanagement (Wien); Akademischer Lehrgang Buchgestaltung (New Design University, St. Pölten); Fachlehrgang für Grafikdesign (Werbe Akademie des WIFI Wien)

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

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Ein Buch kostet in Österreich durchschnittlich rund 15 Euro.

Quelle: Hauptverband des Österreichischen Buchhandels,
www.buecher.at

ÜbersetzerIn

ÜbersetzerInnen übertragen Texte schriftlich von einer Ausgangssprache in eine Zielsprache. Einerseits werden Texte aus den Bereichen Wirtschaft, Technik oder Recht übersetzt, z. B. Verträge oder *technische Dokumentationen*. Andererseits übertragen LiteraturübersetzerInnen z. B. Romane oder Gedichte. Sie arbeiten mit Übersetzungsprogrammen, Wörter- und Grammatikbüchern sowie Fachliteratur. Zu Beginn arbeiten sich ÜbersetzerInnen in Text und Thema ein. Bevor die Endfassung an den Verlag oder den/die AuftraggeberIn abgegeben wird, erstellen sie Rohfassungen und führen Korrekturläufe durch.



Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Universität:** Transkulturelle Kommunikation (Bachelor/Graz, Wien); Translationswissenschaft (Bachelor, Master/Innsbruck); Translation (Master/Wien); Übersetzen (Master/Graz); Studiengänge im Bereich Sprachen
- **Sonstiges:** Weiterbildungen bei Berufsverbänden (IG ÜbersetzerInnen Übersetzer/Wien, Universitas Austria – Berufsverband für Dolmetschen und Übersetzen/Wien); regelmäßige Auslandsaufenthalte; Lektüre fremdsprachiger Literatur, Fachartikel und Zeitungen

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

www.ams.at/karrierekompass

Anforderungen

- Branchenspezifisches Fachvokabular
- Bürosoftware-Anwendungskennnisse
- Computergestütztes Übersetzen
- Diskretion
- Fremdsprachenkenntnisse
- Interkulturelle Kompetenz
- Konzentrationsfähigkeit
- Reisebereitschaft
- Texterstellung und -bearbeitung
- Übersetzungssoftware

Beschäftigungsmöglichkeiten

ÜbersetzerInnen arbeiten meist freiberuflich, zum Teil auch angestellt. Sie sind für Übersetzungsagenturen, Verlage, Medien, internationale Konzerne und größere Unternehmen, z.B. Industrie-, Handels- oder Pharmaunternehmen, öffentliche Institutionen sowie nationale und internationale Organisationen tätig.

INTERESSANT

Das Honorar für Übersetzungen wird nach Textmenge berechnet, z. B. nach Normzeile. Eine Normzeile besteht aus 55 Anschlägen, also Zeichen und Leerzeichen.

Quelle: UNIVERSITAS Austria – Berufsverband für Dolmetschen und Übersetzen, www.translationsplattform.at

VerlagslektorIn

VerlagslektorInnen konzipieren und betreuen Buchprojekte. Sie beurteilen und prüfen **Manuskripte*, bearbeiten diese inhaltlich und stilistisch und korrigieren Texte hinsichtlich Rechtschreibung, Grammatik und Zeichensetzung. VerlagslektorInnen besprechen Überarbeitungen mit den AutorInnen. Außerdem machen sie Vorschläge zur Buchgestaltung, begleiten den Herstellungsprozess und geben das Werk für den Druck frei. Sie präsentieren die Bücher auf Messen, organisieren Lesungen, betreiben Werbung und Pressearbeit und gestalten das Verlagsprogramm mit.



Anforderungen

- Allgemeinbildung
- Bürosoftware-Anwendungskennnisse
- Genauigkeit
- Konzentrationsfähigkeit
- Lektorat in Deutsch
- Marketingkenntnisse
- Medienrecht
- PR-Kenntnisse
- Projektmanagement-Kenntnisse
- Recherche

Beschäftigungsmöglichkeiten

Beschäftigungsmöglichkeiten für VerlagslektorInnen bestehen bei Buchverlagen, die z. B. literarische Werke, Sachbücher, Reiseliteratur oder auch Schulbücher veröffentlichen. Zum Teil arbeiten LektorInnen auch bei Zeitschriftenverlagen. VerlagslektorInnen können zu BereichsleiterInnen, z. B. der Sachbuchsparte, oder in die Geschäftsführung eines Verlages aufsteigen. Ein Teil der VerlagslektorInnen ist selbstständig tätig.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Universität:** Deutsche Philologie (Bachelor, Master/Wien); Germanistik (Bachelor, Master/Graz, Innsbruck, Klagenfurt, Salzburg); Medien- und Kommunikationswissenschaften (Bachelor/Klagenfurt); Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Wien); Vergleichende Literaturwissenschaft (Bachelor, Master/Innsbruck, Wien); Lehramtsstudium (für die Tätigkeit in Schulbuchverlagen); Studiengänge in den Bereichen Geistes- und Kulturwissenschaften oder Naturwissenschaften (für die Tätigkeit in Sachbuchverlagen)
- **Sonstiges:** Seminare und Workshops des mediakolleg (Hauptverband des Österreichischen Buchhandels gemeinsam mit mediacampus frankfurt)

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

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Etwa 8.500 Buch-Neuerscheinungen – ohne Schulbücher – werden in Österreich pro Jahr produziert (Durchschnitt für die Jahre 2010–2019).

Quelle: Statistik Austria, www.statistik.at

Weitere Berufe (Kurzinfos)

DatenjournalistIn

DatenjournalistInnen erzählen mit Daten Geschichten, bereiten Informationen visuell auf und veranschaulichen komplexe Zusammenhänge oder Vergleiche. Das Tätigkeitsfeld von DatenjournalistInnen umfasst die Recherche, Analyse, Strukturierung und journalistische Aufbereitung von Daten. Der **Datenvisualisierung* kommt dabei eine wichtige Rolle zu. Infografiken oder **interaktive* Datenvisualisierungen werden meist mit klassischen journalistischen Darstellungsformen kombiniert.

DatenjournalistInnen müssen kompetent mit Datenbanken, Datensätzen, statistischen Methoden, Statistik- und Visualisierungssoftware umgehen können. Wichtige Berufsanforderungen sind außerdem journalistische Fachkenntnisse, Allgemeinwissen und Genauigkeit. In größeren Redaktionen arbeiten sie oft im Team mit GrafikerInnen und ProgrammiererInnen.

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen vor allem im Online-Journalismus sowie bei Nachrichtenagenturen. DatenjournalistInnen können auch selbstständig tätig sein.

Mögliche Ausbildungen sind Fachhochschulstudiengänge im Bereich Journalismus und Universitätsstudiengänge in den Bereichen Medien- und Kommunikationswissenschaft sowie Sozial- und Wirtschaftswissenschaften. Kurse in den Bereichen Datenanalyse und Informationsvisualisierung (z.B. WIFI) ermöglichen für JournalistInnen auch den Einstieg in das spezialisierte Berufsfeld. Weiterbildungsmöglichkeiten bieten Lehrgänge und Workshops des fjum – Forum Journalismus und Medien (Wien).

LayouterIn

LayouterInnen sind für die Seitengestaltung von **Printmedien* und digitalen Medien wie E-Books oder Webseiten zuständig. Sie ordnen Überschriften, **Fließtext*, Bilder und Grafiken an. Im **Layout* legen sie z. B. Format, **Satzspiegel*, Schriftarten und -größen sowie das Verhältnis von Text und Bild fest. Bei regelmäßig erscheinenden Publikationen dient das Layout als standardisierte Vorlage, die mit Texten und Bildern befüllt wird. LayouterInnen bereiten Dokumente auch für den Druck vor, sie erzeugen sogenannte **Reinzeichnungen*.

Wichtige Berufsanforderungen sind Grafikenntnisse, der kompetente Umgang mit Layoutsoftware, ästhetisches Gefühl, Gestaltungstalent und Genauigkeit.

LayouterInnen arbeiten meist im Angestelltenverhältnis, aber auch selbstständig für Verlage, Grafikbüros, Werbe- und **Multimedia*-Agenturen sowie für Unternehmen unterschiedlicher Branchen und öffentliche Institutionen.

Für diesen Beruf sind Ausbildungen an berufsbildenden höheren Schulen in den Bereichen Grafik- und Mediendesign eine gute Basis. Weiterbildungsmöglichkeiten bieten z. B. Fachhochschul- und Universitätsstudiengänge mit Grafik- oder Mediengestaltungsschwerpunkt.

VideojournalistIn

VideojournalistInnen produzieren Beiträge, die im Fernsehen, in Online-Medien und auf Video-Portalen veröffentlicht werden. Ihre Aufgaben vereinen die Tätigkeiten von JournalistInnen, Kameraleuten, SprecherInnen und CutterInnen in einer Person. VideojournalistInnen recherchieren Informationen, verfassen Texte, drehen an Schauplätzen, nehmen Interviews mit der Kamera und dem Mikrofon auf und schneiden das Bild- und Tonmaterial.

Für ihre Tätigkeit als AllrounderInnen müssen sie einerseits journalistische Fachkenntnisse mitbringen, andererseits gut mit allen Schritten der Videoproduktion vertraut sein – von Kameraführung über Tontechnik bis hin zu Schnitt. Weitere wichtige Anforderungen sind ästhetisches Gefühl sowie technisches Verständnis, Stressresistenz sowie körperliche Belastbarkeit.

Der Berufseinstieg erfolgt oft über freie Mitarbeit. Auch etablierte VideojournalistInnen sind oft freiberuflich tätig. ArbeitgeberInnen bzw. AuftraggeberInnen sind öffentliche und private Fernsehsender, Online-Medien, Zeitungen, Film- und Videoproduktionsfirmen sowie **Multimedia*-Agenturen.

Mögliche Ausbildungen sind Fachhochschulstudiengänge in den Bereichen Journalismus und Medienproduktion oder kommunikationswissenschaftliche Universitätsstudiengänge mit entsprechender Schwerpunktsetzung. Außerdem gibt es eigene Ausbildungen zum/zur VideojournalistIn (z. B. WIFI).

Beispiele für weitere Berufe:

- AuslandskorrespondentIn
- Buch- und MedienwirtschafterIn – Verlag
- BuchbindetechnikerIn und Postpresstechnologe/-technologin
- KulturjournalistIn
- PublizistIn
- SportjournalistIn
- WissenschaftsjournalistIn

Genauere Informationen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

Kulturmanagement und Veranstaltungswesen



BERUFSBESCHREIBUNGEN

EventmanagerIn	50
KulturmanagerIn	51
Kunst- und KulturvermittlerIn	52
VeranstaltungstechnikerIn	53

WEITERE BERUFE (KURZINFOS)

FundraiserIn	54
KuratorIn	54
KünstleragentIn	54
Beispiele für weitere Berufe	54

Kulturmanagement und Veranstaltungswesen

Ob Klassik- oder Popkonzert, kunsthistorische Sammlung oder hippe Galerie: Der österreichische Kunst- und Kultursektor ist vielfältig. Eines haben die Angebote gemeinsam: Hinter jedem Erfolg steckt eine aufwändige Organisation, die lange vor dem ersten Applaus beginnt.

Diese Vorarbeit leisten Profis aus dem Berufsfeld Kulturmanagement und Veranstaltungswesen. Sie wissen genau, wo Fördertöpfe zur Verfügung stehen, wie ein Unternehmen für **Kultursponsoring* begeistert werden kann und welcher Veranstaltungsort besonders gut geeignet ist. Sie überlegen, wie sie mehr Menschen für Kunst und Kultur begeistern und wie sie Ausstellungen innovativ gestalten können. Sie wählen geeignete Methoden der Kunstvermittlung, damit sie ihr Publikum erreichen – vom **interaktiven* Museumsguide bis zum **Workshop*. Und nicht zuletzt sorgen viele Fachleute dafür, dass bei Events Sound und Beleuchtung stimmen, die Technik einwandfrei funktioniert und Veranstaltungen sicher über die Bühne gehen.





© AUREMAR - STOCK.ADOBE.COM

Erlebnisorientiertes Publikum

Die Qualitätsansprüche, die das erlebnisorientierte Publikum stellt, sind hoch. Nicht nur auf Events oder Konzerten, auch in Museen sind die Menschen auf der Suche nach besonderen Erlebnissen: BesucherInnen einer Ausstellung wollen heute nicht nur informiert werden, sie wünschen sich ein interaktives Erlebnis und möchten mit allen Sinnen entdecken.

Im Trend: Digitalisierung und Nachhaltigkeit

Zudem wird die voranschreitende Digitalisierung Veranstaltungsbesuche weiter verändern. Ein paar Beispiele: Einladungen erfolgen auf digitalem Weg und personalisiert, *RFID ersetzt Tickets und ermöglicht kontaktloses Bezahlen, *Chatbots beantworten Fragen der BesucherInnen, *KI sorgt für personalisierte Empfehlungen während eines Events und *Augmented Reality erweitert die Wahrnehmung. Auch auf die Umwelt wird zunehmend geachtet: Das reicht von der möglichen Anreise mit Öffis über ein regionales Speisenangebot und stromsparende Technik bis hin zu recycelten Give-aways.

Mit viel Leidenschaft begeistern

Für eine Tätigkeit im Aufgabenfeld Kulturmanagement und Veranstaltungswesen ist die persönliche Leidenschaft für Kunst und Kultur eine Grundvoraussetzung. Gleichzeitig sind Fachkenntnisse im kaufmännischen oder technischen Bereich sowie Kreativität und Innovationskraft gefragt. Ein hohes Maß an Selbstdisziplin und Flexibilität ist notwendig, um mit den häufig unregelmäßigen Arbeitszeiten umgehen zu können. Viele Veranstaltungen finden abends oder am Wochenende statt.

Networking und Branchenkontakte sind wichtig

Der Einstieg in das Kulturmanagement und Veranstaltungswesen gestaltet sich oft herausfordernd. Persönliche Netzwerke, die für die meisten Berufe in diesem Bereich notwendig sind, müssen zumeist erst langsam aufgebaut werden. Neben guten Kontakten zu KünstlerInnen und Verantwortlichen in Kulturbetrieben erleichtert eine aufgeschlossene und kommunikative Persönlichkeit den Berufseinstieg.

EventmanagerIn

EventmanagerInnen planen und organisieren Veranstaltungen, z. B. Konzerte, Festivals, Sportevents, Ausstellungseröffnungen, Messen, Kongresse, Verkaufspräsentationen oder Firmenveranstaltungen. Sie suchen nach einem geeigneten Veranstaltungsort und buchen KünstlerInnen und Dienstleistungsfirmen, z. B. für Veranstaltungstechnik oder **Catering*. EventmanagerInnen sind auch für die Sicherheit von Veranstaltungen zuständig und kümmern sich um Brandschutz und Genehmigungen. Sie informieren Medien über ein Event, leiten Werbemaßnahmen ein und überzeugen gegebenenfalls SponsorInnen.



Anforderungen

- Branchenkenntnisse
- Einsatzbereitschaft
- Englisch
- Eventmanagement
- Kommunikationsstärke
- Marketingkenntnisse
- Organisationstalent
- PR-Kenntnisse
- Problemlösungsfähigkeit
- Projektmanagement-Kenntnisse

Beschäftigungsmöglichkeiten

EventmanagerInnen können z. B. bei Event- und Werbeagenturen, in **Marketing*-Abteilungen großer Unternehmen, in Kultureinrichtungen, bei Sport- und Messeveranstaltern sowie in Tourismusbetrieben Beschäftigung finden. Der Berufseinstieg erfolgt oft auf Assistenzebene. Erfahrene EventmanagerInnen können sich selbstständig machen und auf Projektbasis arbeiten oder eine Agentur für Veranstaltungsorganisation führen.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Berufsbildende höhere Schule:** Handelsakademie; Höhere Lehranstalt für Tourismus oder für wirtschaftliche Berufe mit Schwerpunkt Eventmanagement
- **Fachhochschule:** Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement (Bachelor, Master/Kufstein); Sports, Culture & Event Management (Master/Kufstein); Sport- und Eventmanagement (Bachelor/Privatuniversität Schloss Seeburg, Seekirchen am Wallersee, Wien)
- **Sonstiges:** Kollegs und Aufbaulehrgänge an Handelsakademien oder für Tourismus mit Schwerpunkt Eventmanagement; Diplomehrgang Eventmanagement (WIFI); Masterlehrgang Eventmanagement (FH St. Pölten)

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

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Wien bekommt eine neue Eventhalle für Sportveranstaltungen, Konzerte und Shows, in der bis zu 20.000 BesucherInnen Platz finden. Die Arena wird das größte Veranstaltungszentrum Österreichs sein.

Quelle: Wien Holding, www.wienholding.at

KulturmanagerIn

KulturmanagerInnen übernehmen die Planung, die Organisation und das **Marketing* von kulturellen Projekten sowie Führungsaufgaben in kulturellen Einrichtungen. Ihre Aufgabe ist es, die notwendigen organisatorischen und finanziellen Rahmenbedingungen für kulturelle Angebote, wie z. B. Ausstellungen, Festspiele, Musik- oder Filmfestivals, zu schaffen. Sie entwickeln Finanzierungsmodelle, kümmern sich um **Kulturförderungen* und Sponsoring, erarbeiten Terminpläne und vereinbaren Honorare für KünstlerInnen. Mit Marketing- und **PR*-Maßnahmen wecken sie das Interesse in der Öffentlichkeit.

Anforderungen

- Branchenkenntnisse
- Einsatzbereitschaft
- Englisch
- Eventmanagement
- Kommunikationsstärke
- Kulturvermittlungskennntnisse
- Marketingkenntnisse
- Organisationstalent
- PR-Kenntnisse
- Projektmanagement-Kenntnisse

Beschäftigungsmöglichkeiten

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen in Kultureinrichtungen, z. B. in Museen, Ausstellungszentren, Theatern, Konzert- und Literaturhäusern. KulturmanagerInnen sind auch in der öffentlichen Kulturverwaltung, bei Veranstaltungsagenturen beschäftigt oder als selbstständige UnternehmerInnen tätig. Der Berufseinstieg erfolgt oft auf Assistenzebene oder als ProjektmitarbeiterIn.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Berufsbildende höhere Schule:** Handelsakademie; Höhere Lehranstalt für Tourismus oder Höhere Lehranstalt für wirtschaftliche Berufe mit Schwerpunkt Kultur- oder Eventmanagement
- **Fachhochschule:** Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement (Bachelor, Master/Kufstein); Sports, Culture & Event Management (Master/Kufstein)
- **Universität:** Kunstgeschichte/Kunstwissenschaft (Bachelor, Master/Graz, Innsbruck, Salzburg, Wien); kulturwissenschaftliche Studiengänge



- **Sonstiges:** Kollegs und Aufbaulehrgänge an Handelsakademien oder für Tourismus mit Schwerpunkt Kultur- oder Eventmanagement; Ausbildung zum/zur KulturmanagerIn (WIFI); Universitätslehrgang Kulturmanagement (Universität für Musik und darstellende Kunst Wien); Universitätslehrgang art & economy (Universität für angewandte Kunst Wien); Seminare und Lehrgänge am Institut für Kulturkonzepte (Wien)

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

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Das Kulturbudget beträgt in Österreich für 2022 rund 557 Millionen Euro, deutlich mehr als in den Jahren zuvor. Unter anderem sollen eine Kinderoper errichtet und Kunstschaffende fairer bezahlt werden.

Quelle: Parlamentskorrespondenz, www.parlament.gv.at

Kunst- und KulturvermittlerIn

Kunst- und KulturvermittlerInnen machen Kunst- und Kulturangebote für unterschiedliche **Zielgruppen*, z. B. für Kinder, zugänglich. Ein Ziel ihrer Arbeit ist es, Interesse und Verständnis für Kunst und Kultur zu fördern. Kunst- und KulturvermittlerInnen führen BesucherInnen durch Ausstellungen und erklären die gezeigten Objekte. Sie entwickeln Vermittlungsprogramme, organisieren Veranstaltungen, wie z. B. **Workshops*, und wählen geeignete Medien zur Vermittlung, z. B. **Apps*, **Multimedia-Guides*. Außerdem arbeiten sie an **Raumtexten* und Ausstellungskatalogen mit und betreiben **Öffentlichkeitsarbeit*.



Anforderungen

- Allgemeinbildung
- Eventmanagement
- Fremdsprachenkenntnisse
- Kontaktfreude
- Kulturvermittlungskennnisse
- Marketingkenntnisse
- Organisationstalent
- PR-Kenntnisse
- Projektmanagement-Kenntnisse
- Vortrags- und Präsentationskenntnisse

Beschäftigungsmöglichkeiten

Kunst- und KulturvermittlerInnen sind vor allem in Kultureinrichtungen, wie z. B. Museen und Ausstellungszentren, beschäftigt. Weitere Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen bei Kulturvereinen oder im Rahmen von Kunst- und Kulturprojekten. Der Berufseinstieg erfolgt oft auf Assistenzebene oder als ProjektmitarbeiterIn. Kunst- und KulturvermittlerInnen können in größeren Kulturinstitutionen in leitende Positionen aufsteigen.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Fachhochschule:** Ausstellungsdesign (Master/Graz)
- **Universität:** Kunstgeschichte/Kunstwissenschaft (Bachelor, Master/Graz, Innsbruck, Salzburg, Wien); kulturwissenschaftliche Studiengänge
- **Sonstiges:** Universitätslehrgang Digitale Kulturvermittlung in Museen und Sammlungsinstitutionen (Donau-Universität Krems); Universitätslehrgang ecm – educating/curating/managing (Universität für angewandte Kunst Wien); Universitätslehrgang Neue Wege der Kunstvermittlung mit Schwerpunkt Musik (Donau-Universität Krems); Seminare und Lehrgänge am Institut für Kulturkonzepte (Wien)

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

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

In Österreich gibt es etwas mehr als 500 Museen. Das meistbesuchte Museum Österreichs ist das Schloss Schönbrunn mit über 4 Millionen BesucherInnen jährlich.

Quelle: Statistik Austria, www.statistik.at

VeranstaltungstechnikerIn

Wenn es darum geht, bei Veranstaltungen für guten Sound und effektvolle Beleuchtung zu sorgen, sind VeranstaltungstechnikerInnen gefragt. Sie sind z. B. bei Konzerten, Theateraufführungen, Sportveranstaltungen oder auch Messen im Einsatz. Ihre Aufgaben beginnen mit der technischen Planung, der Auswahl der Bühnenelemente und Anlagen, die sich für den jeweiligen Veranstaltungsort eignen. VeranstaltungstechnikerInnen sind für den Bühnen- und Kulissenbau verantwortlich. Sie montieren und installieren die Licht- und Tonanlagen und bedienen z. B. das Mischpult während der Veranstaltung.



Anforderungen

- Bühnentechnik
- Einsatzbereitschaft
- Elektroinstallation und Elektrohandwerk
- Englisch
- Gutes Gehör
- Lichttechnik
- Reisebereitschaft
- Schwindelfreiheit
- Tontechnik
- Veranstaltungstechnik-Kenntnisse

Beschäftigungsmöglichkeiten

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen bei Event-Agenturen und Unternehmen im Bereich Veranstaltungstechnik, darüber hinaus bei Theatern, Konzerthäusern, Kultur- und Kongresszentren, Messe- und Konzertveranstaltern, Festspielunternehmen und zum Teil auch bei Film und Fernsehen. Erfahrene VeranstaltungstechnikerInnen können zu TeamleiterInnen aufsteigen oder ein eigenes Veranstaltungstechnik-Unternehmen gründen.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Lehre:** VeranstaltungstechnikerIn
- **Berufsbildende mittlere Schule:** Fachschule für Elektrotechnik
- **Berufsbildende höhere Schule:** Höhere Lehranstalt für Elektrotechnik
- **Universität:** Event Engineering (Bachelor/New Design University, St. Pölten)
- **Sonstiges:** Kollegs und Aufbaulehrgänge für Elektrotechnik; Werkmeisterschule Veranstaltungs- und Eventtechnik (Akademie der OETHG und BFI Wien)

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

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Das Wiener Donauinselfest ist das größte Open-Air-Festival Europas. Über 1.500 MitarbeiterInnen sind insgesamt beteiligt, alleine 200 Menschen sind für den Auf- und Abbau der Infrastruktur im Einsatz.

Quelle: Donauinselfest, www.donauinselfest.at

Weitere Berufe (Kurzinfos)

FundraiserIn

FundraiserInnen beschaffen Geldmittel und Sachleistungen für **Non-Profit-Organisationen* und nicht-kommerzielle Projekte, z.B. in den Bereichen Bildung, Kultur, Soziales, Umwelt. Sie betreuen bestehende SpenderInnen und versuchen, neue UnterstützerInnen zu gewinnen. Durch **PR-* und Werbemaßnahmen, auf Veranstaltungen und mithilfe von Infoständen sprechen sie Privatpersonen und Unternehmen an. 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 Telefonverkauf, EDV-Anwendungskennntnisse, Marketing- und PR-Kenntnisse. Für die Betreuung von UnterstützerInnen sind Kontaktfreude und Kommunikationsstärke wichtige Voraussetzungen.

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen in Vereinen, Verbänden, Stiftungen oder Hilfsorganisationen, die sich z.B. sozial, kulturell, politisch oder für die Umwelt engagieren. Auch Interessenvertretungen, Parteien und kirchliche Organisationen sind mögliche Arbeitsstellen.

Eine kaufmännische oder betriebswirtschaftliche Ausbildung ist eine gute Basis für den Beruf. Spezialisierte Weiterbildungsmöglichkeiten bieten z.B. der Fundraising Verband Austria (Wien) und die NPO-Akademie (Wien).

KuratorIn

KuratorInnen organisieren Ausstellungen und betreuen Sammlungen von Museen. Sie erarbeiten Ausstellungskonzepte, z.B. auf Basis eines Themas oder einer geschichtlichen Zeitspanne, und stellen die Finanzierung sicher. KuratorInnen arbeiten mit KünstlerInnen zusammen, treffen eine Auswahl der Werke und überlegen deren Platzierung in den Ausstellungsräumen. Sie verhandeln auch Leihgaben von anderen Museen oder privaten SammlerInnen. Wenn KuratorInnen für die Sammlung eines Museums verantwortlich sind, kümmern sie sich z.B. auch um Neuan-schaffungen und Restaurierungen.

Wichtige Berufsanforderungen sind Kulturvermittlungskennntnisse und Fachkennntnisse im jeweiligen Ausstellungsbereich, Networking Skills, Organisations-talent und Kommunikationsstärke.

KuratorInnen sind vor allem in kunsthistorischen Museen und in Museen für Gegenwartskunst beschäftigt. Aber z.B. auch technische, naturwissenschaftliche oder volkskundliche Museen, historische Erinnerungs-stätten, Dokumentationszentren und Archive beschäftigten KuratorInnen.

Mögliche Aus- und Weiterbildungen sind der Fachhochschulstudiengang Ausstellungsdesign (Master/

Graz), der Universitätsstudiengang Kunstgeschichte/ Kunstwissenschaft (Bachelor, Master/Graz, Innsbruck, Salzburg, Wien) sowie die Universitätslehrgänge Collection Studies and Management (Donau-Universität Krems) und ecm – educating/curating/managing (Universität für angewandte Kunst Wien).

KünstleragentIn

KünstleragentInnen haben Kunstschaffende, wie z.B. SängerInnen, MusikerInnen, SchauspielerInnen oder AutorInnen, unter Vertrag. Sie haben die Aufgabe, VeranstalterInnen auf die KünstlerInnen aufmerksam zu machen, Auftrittsmöglichkeiten oder Engagements zu arrangieren und bei Honorarverhandlungen zu beraten.

Durch gezielte Werbe- und **PR-*Maßnahmen in unterschiedlichen Medien und durch die Erstellung und Verbreitung von Informations- und Demomaterialien über das Schaffen der KünstlerInnen erhöhen sie deren Bekanntheit.

Wichtige Berufsanforderungen sind sowohl künstlerische als auch kaufmännische Kennntnisse, Beratungskompetenz und Verhandlungsgeschick sowie gute Branchenkontakte.

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen in Künstleragenturen und als selbstständige AgentInnen.

Die Arbeitsmarktchancen im Theater- und Filmbereich, in der klassischen Musik und im Volksmusiksektor sind etwas höher als in anderen Sparten wie der Literatur, wo die Tätigkeit der AgentInnen in Österreich noch weniger etabliert ist.

Mögliche Ausbildungen sind kaufmännische Schulen, Universitätsstudiengänge in den Bereichen Kunst, Musik oder Literatur, kombiniert mit Weiterbildungen, wie z.B. dem Universitätslehrgang Music Management (Donau-Universität Krems).

Beispiele für weitere Berufe:

- KunstberaterIn
- Kunstpädagoge/-pädagogin
- Museologe/Museologin

Genauere Informationen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

Medienwissenschaft und Kunsttheorie



BERUFSBESCHREIBUNGEN

KommunikationswissenschaftlerIn	58
KunsthistorikerIn	59
LiteraturwissenschaftlerIn	60
MusikwissenschaftlerIn	61

WEITERE BERUFE (KURZINFOS)

MediendidaktikerIn	62
Sprach- und KulturwissenschaftlerIn	62
TheaterwissenschaftlerIn	62
Beispiele für weitere Berufe	62

Medienwissenschaft und Kunsttheorie

Was ist Kommunikation? Wann ist das undatierte Gemälde entstanden? Welche musikalischen Stile beeinflussten die Komponistin? ForscherInnen im Bereich Medienwissenschaft und Kunsttheorie gehen Fragen wie diesen auf den Grund.

KommunikationswissenschaftlerInnen erforschen die menschliche Kommunikation und die Welt der Medien. Bei KunsthistorikerInnen stehen Werke der **bildenden Kunst* im Mittelpunkt. WissenschaftlerInnen in diesem Bereich vergleichen auch literarische Werke sowie Musik aus der ganzen Welt und tauchen in die Musikgeschichte und in alte Kulturen ein. So unterschiedlich die Forschungsinhalte und Fragestellungen auch sind, ein paar Dinge haben alle wissenschaftlichen Disziplinen gemeinsam: Wissenschaftliches Arbeiten bedeutet Recherchieren, Lesen, Publizieren und Vortragen.



© WAYHOME STUDIO - STOCK.ADOBE.COM



© RAWPIXEL.COM - STOCK.ADOBE.COM

Wissenschaft als Beruf

Ein wichtiger Teil der wissenschaftlichen Arbeit findet am Schreibtisch statt: Fachliteratur zu lesen, wissenschaftliche Artikel zu verfassen und Vorträge vorzubereiten, gehören zum beruflichen Alltag. Außerdem sind die Lehre an Hochschulen sowie die Unterstützung von Studierenden und NachwuchswissenschaftlerInnen wichtige Aufgaben. Auch die Zusammenarbeit mit KollegInnen, der **interdisziplinäre* Austausch und die Teilnahme an wissenschaftlichen Konferenzen macht Wissenschaft als Beruf aus.

Knappe Forschungsbudgets, wenige Stellen

Wissenschaftliche Forschung in den Bereichen Medien, Kunst und Kultur wird vor allem an Universitäten betrieben. Die Zahl der Stellen ist allerdings begrenzt. Knappe Forschungsbudgets führen auch dazu, dass kaum neue Stellen an Universitäten geschaffen werden. Auch einige außeruniversitäre Institutionen führen Forschungsprojekte durch. Einige AbsolventInnen versuchen, sich in diesem herausfordernden Umfeld als freie WissenschaftlerInnen zu etablieren, indem sie z.B. befristet als **LektorInnen* an Universitäten arbeiten und wissenschaftliche Projekte über **Drittmittel*, Förderungen oder Stiftungen finanzieren.

Analytisches und innovatives Denken gefragt

Wer eine wissenschaftliche Laufbahn anstrebt, sollte die Fähigkeit zum analytischen Denken, sprachliches Ausdrucksvermögen und **didaktische* Fähigkeiten mitbringen. Für die Durchführung von Forschungsarbeiten sind Organisationstalent, Teamfähigkeit und Kenntnisse im Projektmanagement von Vorteil. Mit dem Einstieg in den wissenschaftlichen Beruf sind vielfältige Anforderungen verbunden, die von den jungen ForscherInnen innovatives Denken und Engagement verlangen: Neue Ideen müssen entwickelt, Forschungsgebiete erschlossen und Forschungsgelder akquiriert werden.

Breites Tätigkeitsfeld außerhalb der Wissenschaft

Nicht alle StudienabsolventInnen streben eine wissenschaftliche Karriere an. Die beruflichen Möglichkeiten außerhalb der Wissenschaft sind breit gefächert: Dazu zählen z.B. Tätigkeiten im Journalismus und in Verlagen, in den Bereichen Werbung, **Public Relations* sowie Markt- und Meinungsforschung, im Kulturmanagement und in der Kunstvermittlung, in der Musikwirtschaft, in Theatern, beim Film oder bei Bildungs- und Weiterbildungseinrichtungen. Spezialisierungen während des Studiums, Praktika, erste Berufserfahrungen und Branchenkontakte sind wichtige Schritte für den erfolgreichen Berufseinstieg außerhalb der Forschung.

KommunikationswissenschaftlerIn

KommunikationswissenschaftlerInnen beschäftigen sich wissenschaftlich mit Aspekten der menschlichen Kommunikation. Sie untersuchen die Inhalte von **Massenmedien*, deren Wirkung sowie die Mediennutzung. Sie setzen sich z. B. mit Mediengeschichte, Medienwandel, Journalismus, Werbung oder Marktforschung auseinander. KommunikationswissenschaftlerInnen recherchieren Fachliteratur, wenden verschiedene Forschungsmethoden, wie z. B. die **Inhaltsanalyse* oder die Befragung, an und veröffentlichen in Fachzeitschriften. Sie nehmen an Konferenzen teil und unterrichten Studierende an Hochschulen.



Anforderungen

- Analytische Fähigkeiten
- Didaktikkenntnisse
- Journalistische Fachkenntnisse
- Kenntnis wissenschaftlicher Arbeitsmethoden
- Marktforschung
- Projektmanagement-Kenntnisse
- Publizistik und Kommunikationswissenschaften
- Statistikkenntnisse
- Verfassen wissenschaftlicher Texte
- Vortrags- und Präsentationskenntnisse

Beschäftigungsmöglichkeiten

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen in der Forschung und Lehre an Universitäten, an Fachhochschulen und bei Forschungsinstituten. Auch Medien und Verlage, die Bereiche Werbung, **Public Relations* sowie die Markt- und Meinungsforschung bieten Beschäftigung. Der Berufseinstieg an einer Universität erfolgt meist als wissenschaftlicheR MitarbeiterIn, als UniversitätsassistentIn oder als **Postdoc*. KommunikationswissenschaftlerInnen können zu ProjektleiterInnen aufsteigen oder eine **Professur* erhalten.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Universität:** Communication Science (Master/Wien); Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Salzburg); Medien- und Kommunikationswissenschaften (Bachelor/Klagenfurt); Medien (Master/Innsbruck); Medien, Kommunikation, Kultur (Master/Klagenfurt); Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Wien); Doktoratsstudium
- **Sonstiges:** Lehrgänge und Workshops des fjum – Forum Journalismus und Medien (Wien); Universitätslehrgang Communication and Emerging Technologies (Donau-Universität Krems); Universitätslehrgang Politische Kommunikation (Donau-Universität Krems); Lesen von Fachliteratur; Teilnahme an Kongressen und Workshops

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

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Bis 2025 wird die Anzahl der täglich verschickten E-Mails weltweit auf über 370 Milliarden ansteigen.

Quelle: Marktforschung Radicati Group, www.radicati.com

KunsthistorikerIn

KunsthistorikerInnen beschäftigen sich wissenschaftlich mit Werken der **bildenden Kunst*. Neben den klassischen Gattungen Malerei, Grafik, Bildhauerei, Architektur und Kunsthandwerk setzen sie sich z. B. auch mit Fotografie, Videokunst oder Design auseinander. KunsthistorikerInnen interpretieren Kunstwerke, ordnen diese in gesellschaftliche Zusammenhänge ein und beschäftigen sich mit den Biografien von KünstlerInnen. Um verschiedene künstlerische, historische oder gesellschaftliche Aspekte eines Kunstwerks zu erfassen, verwenden KunsthistorikerInnen verschiedene Methoden, z. B. die **Ikonografie*.



Anforderungen

- Allgemeinbildung
- Analytische Fähigkeiten
- Didaktikkenntnisse
- Kenntnis wissenschaftlicher Arbeitsmethoden
- Kulturvermittlungskennnisse
- Kunstgeschichte
- Medienkompetenz
- Projektmanagement-Kennnisse
- Verfassen wissenschaftlicher Texte
- Vortrags- und Präsentationskenntnisse

Beschäftigungsmöglichkeiten

Beschäftigungsmöglichkeiten bieten vor allem Universitäten und wissenschaftliche Institute, Museen und Denkmalämter. KunsthistorikerInnen sind auch für Galerien und im Kunsthandel, im Archivwesen, im Kulturmanagement und in der Kunstvermittlung tätig. Der Berufseinstieg erfolgt oft als ProjektmitarbeiterIn, in der Forschung als wissenschaftlicheR MitarbeiterIn, als UniversitätsassistentIn oder als **Postdoc*. KunsthistorikerInnen können in leitende Positionen in Kulturinstitutionen aufsteigen oder eine **Professur* an Universitäten erhalten.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Universität:** Kunstgeschichte/Kunstwissenschaft (Bachelor, Master/Graz, Innsbruck, Salzburg, Wien); Doktoratsstudium
- **Sonstiges:** Ausbildung zum/zur KulturmanagerIn (WIFI); Universitätslehrgang art & economy (Universität für angewandte Kunst Wien); Universitätslehrgang Digitale Kulturvermittlung in Museen und Sammlungsinstitutionen (Donau-Universität Krems); Universitätslehrgang ecm – educating/curating/managing (Universität für angewandte Kunst Wien); Universitätslehrgang Ikonographie (Donau-Universität Krems); Universitätslehrgang Kulturmanagement (Universität für Musik und darstellende Kunst Wien); Universitätslehrgang MediaArtHistories (Donau-Universität Krems); Seminare und Lehrgänge am Institut für Kulturkonzepte (Wien); Lesen von Fachliteratur; Teilnahme an Kongressen und Workshops

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

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Mit 408.000 BesucherInnen hat „Bruegel – Once in a Lifetime“ Ausstellungsgeschichte geschrieben. Die Ausstellung war die erfolgreichste in der Geschichte des Kunsthistorischen Museums.

Quelle: APA-OTS Tourismuspresse, www.tourismuspresse.at

LiteraturwissenschaftlerIn

LiteraturwissenschaftlerInnen untersuchen und interpretieren literarische Werke, z. B. Romane, Erzählungen, Gedichte oder Theaterstücke. Sie analysieren unterschiedliche Aspekte von Texten, z. B. Aufbau, Sprache, Stil. LiteraturwissenschaftlerInnen beschäftigen sich auch mit z. B. historischen oder kulturellen Entstehungszusammenhängen der Werke. Wichtige Teilgebiete der Literaturwissenschaft sind Literaturgeschichte, Literaturtheorie und Literaturkritik. Die Vergleichende Literaturwissenschaft beschäftigt sich mit Literatur über Landes- und Sprachgrenzen hinweg.



Anforderungen

- Allgemeinbildung
- Analytische Fähigkeiten
- Didaktikkenntnisse
- Fremdsprachenkenntnisse
- Kenntnis wissenschaftlicher Arbeitsmethoden
- Projektmanagement-Kenntnisse
- Verfassen wissenschaftlicher Texte
- Vergleichende Literaturwissenschaft
- Vortrags- und Präsentationskenntnisse
- Werkkenntnis im Bereich Literatur

Beschäftigungsmöglichkeiten

LiteraturwissenschaftlerInnen arbeiten in der Forschung und Lehre an Universitäten. Außerdem bestehen Beschäftigungsmöglichkeiten z. B. in Literaturgesellschaften und -häusern, Verlagen, Bibliotheken, Archiven, Museen oder Kulturvereinen. Der Berufseinstieg an einer Universität erfolgt meist als wissenschaftlicheR MitarbeiterIn, als UniversitätsassistentIn oder als **Postdoc*. LiteraturwissenschaftlerInnen können zu ProjektleiterInnen aufsteigen oder eine **Professur* erhalten.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Universität:** Austrian Studies – Cultures, Literatures, Languages (Master/Wien); Anglophone Literatures and Cultures (Master/Wien); Literatur- und Kulturwissenschaft (Master/Salzburg); Slawische Sprachen, Literaturen und Kulturen (Bachelor/Graz); Slawistische Sprach-, Literatur- und Kulturwissenschaft (Master/Graz); Sprachen und Kulturen Südasiens/und Tibets (Bachelor, Master/Wien); Sprachliche und literarische Varietäten in der frankophonen Welt (Master/Innsbruck); Vergleichende Literaturwissenschaft (Bachelor, Master/Innsbruck, Wien); Doktoratsstudium
- **Sonstiges:** Universitätslehrgang Library and Information Studies (Universitäten Graz, Innsbruck, Wien); Lesen von Fachliteratur; Teilnahme an Kongressen und Workshops

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

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Sebastian Brants 1494 erschienenes Werk „Narrenschiff“ war neben der Bibel ein Bestseller – und wurde als solcher erst fast 300 Jahre später von Goethes „Werther“-Roman abgelöst.

Quelle: Universität Basel – Department für Sprach- und Literaturwissenschaften, germanistik.philhist.unibas.ch

MusikwissenschaftlerIn

MusikwissenschaftlerInnen beschäftigen sich wissenschaftlich mit Musik und erforschen ihre geschichtlichen, gesellschaftlichen, physikalischen und psychologischen Aspekte. Sie setzen sich unter anderem mit der historischen Entwicklung der Musik, ihren Entstehungszusammenhängen, mit den Werken von KomponistInnen und mit Musikinstrumenten auseinander. Weiters untersuchen sie Phänomene der **musikalischen Akustik* und der Wahrnehmung von Musik. MusikwissenschaftlerInnen erforschen und vergleichen auch Musik weltweit in ihrem kulturellen Zusammenhang (**Ethnomusikologie*).



Anforderungen

- Analytische Fähigkeiten
- Didaktikkenntnisse
- Gutes Gehör
- Kenntnis wissenschaftlicher Arbeitsmethoden
- Kulturvermittlungskennnisse
- Musikwissenschaften
- Projektmanagement-Kennnisse
- Verfassen wissenschaftlicher Texte
- Vortrags- und Präsentationskenntnisse
- Werkkenntnis im Bereich Musik

Beschäftigungsmöglichkeiten

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen an Universitäten, an außeruniversitären Forschungsinstituten sowie in Musikarchiven. MusikwissenschaftlerInnen arbeiten auch in der Kunstvermittlung, in Verlagen, Opern- und Konzerthäusern, in der Musikwirtschaft und im Musikmanagement. Der Berufseinstieg an einer Universität erfolgt meist als wissenschaftlicheR MitarbeiterIn, als UniversitätsassistentIn oder als **Postdoc*. Etablierte MusikwissenschaftlerInnen können eine **Professur* erhalten.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Universität:** Ethnomusikologie (Master/Wien); Musikologie (Bachelor, Master/Graz), Musikwissenschaft (Bachelor, Master/Innsbruck, Wien); Komposition und Musiktheorie/Musiktheorie (Bachelor, Master/Graz, Salzburg; Diplom/Wien); Musik- und Tanzwissenschaft (Bachelor, Master/Salzburg); Doktoratsstudium
- **Sonstiges:** Universitätslehrgang Music Management (Donau-Universität Krems); Universitätslehrgang Musikvermittlung – Musik im Kontext (Anton Bruckner Privatuniversität, Linz); Universitätslehrgang Neue Wege der Kunstvermittlung mit Schwerpunkt Musik (Donau-Universität Krems); Lesen von Fachliteratur; Teilnahme an Kongressen und Workshops

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

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Nicht einmal ein Mensch von 10.000 (in Europa und Nordamerika) hat das **absolute Gehör*. Studien legen nahe, dass es bei Kleinkindern noch häufiger vorkommt, die Fähigkeit aber später ohne Förderung verlorenght.

Quelle: BR Wissen, www.br.de

Weitere Berufe (Kurzinfos)

MediendidaktikerIn

MediendidaktikerInnen beschäftigen sich mit dem Einsatz von Medien in Lehr- und Lernprozessen. Sie entwickeln **didaktische* Konzepte für unterschiedliche **Zielgruppen*, z. B. für SchülerInnen oder SeniorInnen. Sie analysieren die Funktionen und die Wirkung von verschiedenen Medien im Unterricht und beim Lernen. MediendidaktikerInnen erstellen auch medien-gestützte Unterrichtsmaterialien. Dazu zählen Formen des **E-Learnings*, wie z. B. Lernsoftware, Online-Lernplattformen, digitale Lernspiele oder Unterrichtsfilme.

Wichtige Berufsanforderungen sind Pädagogik- und Didaktikkenntnisse, wissenschaftliche Arbeitsmethoden, analytische Fähigkeiten und Interesse für digitale Medien.

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen in der Forschung, bei Aus- und Weiterbildungseinrichtungen, in Verlagen, **Multimedia*-Agenturen, Softwareunternehmen und in der öffentlichen Verwaltung.

Mögliche Ausbildungen sind Lehramtsstudien an Pädagogischen Hochschulen oder Universitäten, Universitätsstudiengänge in den Bereichen Pädagogik und Bildungswissenschaft, ergänzt durch Weiterbildungen in den Bereichen Mediendidaktik und E-Learning.

Sprach- und KulturwissenschaftlerIn

Sprach- und KulturwissenschaftlerInnen beschäftigen sich wissenschaftlich und **interdisziplinär* mit dem Themenfeld Sprache, Kultur und Identität und erforschen Kulturleistungen der Menschen. Sie können einen europäischen Schwerpunkt haben, z. B. Skandinavistik, oder einen außereuropäischen. Sprach- und KulturwissenschaftlerInnen beschäftigen sich einerseits mit modernen außereuropäischen Sprachen und Kulturen, z. B. Ostasienwissenschaften, andererseits mit alten Hochkulturen, z. B. Orientalistik. Sie arbeiten an (internationalen) Forschungsprojekten, veröffentlichen in Fachzeitschriften und tauschen sich mit anderen WissenschaftlerInnen auf Konferenzen aus. Sie unterrichten auch Studierende an Universitäten.

Für die wissenschaftliche Arbeit sind – neben Sprach- und Fachkenntnissen im jeweiligen Forschungsbereich – wissenschaftliche Arbeitsmethoden sowie Vortrags- und Präsentationskenntnisse wichtig. Weitere Anforderungen sind interkulturelle Kompetenz, analytische Fähigkeiten und Kommunikationsstärke.

Sprach- und KulturwissenschaftlerInnen arbeiten vor allem an Universitäten, zum Teil auch an außeruniversitären wissenschaftlichen Institutionen. Weitere Beschäftigungsmöglichkeiten bieten Bildungseinrichtungen, Bibliotheken, Museen, Archive sowie der Tourismus.

Sprach- und KulturwissenschaftlerInnen haben ein abgeschlossenes philologisch-kulturwissenschaftliches Studium, oft auch ein Doktorat – von Afrikawissenschaften bis Tibetologie und Buddhismuskunde.

TheaterwissenschaftlerIn

TheaterwissenschaftlerInnen befassen sich mit verschiedenen Aspekten des Theaters, z. B. mit Theatergeschichte, der Analyse von Inszenierungen und Werken, mit Theater-, Film- und Medientheorie, Schauspielstilen, Erzählforschung und **Dramaturgie*, Bühnenbild, Kostümen oder Publikums- und Rezeptionsforschung. Auch technische, organisatorische und rechtliche Aspekte des Theaterwesens zählen zu ihrem Tätigkeitsfeld.

Wichtige Berufsanforderungen sind wissenschaftliche Fachkenntnisse und Arbeitsmethoden, Theater- und Filmproduktionskenntnisse, darstellende Kunst, analytische Fähigkeiten und Kommunikationsstärke.

Neben der wissenschaftlichen Tätigkeit an universitären oder außeruniversitären Forschungseinrichtungen finden TheaterwissenschaftlerInnen auch Beschäftigungsmöglichkeiten in Theatern oder anderen Kultureinrichtungen in den Bereichen Film, Musik oder Tanz. Außerdem sind sie in Schauspielschulen, in Museen oder im Journalismus tätig.

Eine mögliche Ausbildung ist der Universitätsstudiengang Theater-, Film- und Medienwissenschaft (Bachelor, Master/Wien). Durch das Lesen von Fachliteratur sowie die Teilnahme an Kongressen und Workshops bilden sich TheaterwissenschaftlerInnen weiter.

Beispiele für weitere Berufe:

- E-Learning-AutorIn
- FilmwissenschaftlerIn
- KunstberaterIn
- Kunstpädagog/-pädagogin
- Museologe/Museologin

Genauere Informationen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

Theater und Musik



BERUFSBESCHREIBUNGEN

BühnentechnikerIn	66
MaskenbildnerIn	67
MusikerIn	68
SängerIn	69
SchauspielerIn	70
TänzerIn	71

WEITERE BERUFE (KURZINFOS)

DramaturgIn	72
KostümbildnerIn	72
TonmeisterIn	72
Beispiele für weitere Berufe	72

Theater und Musik

Theater- und Musikberufe üben eine hohe Anziehungskraft auf junge Menschen aus. Viele träumen davon, SchauspielerIn, TänzerIn, MusikerIn oder SängerIn zu werden. Die künstlerischen Anforderungen sind für diese Berufe allerdings sehr hoch.

Auch wenn es erfolgreiche SchauspielerInnen und MusikerInnen gibt, die keine künstlerische Ausbildung absolviert haben: Es ist ratsam, fundierte Kenntnisse zu erwerben und Kompetenzen zu perfektionieren, um die hohen Anforderungen eines künstlerischen Berufs erfüllen zu können. Ausbildungsmöglichkeiten bieten Universitäten, Privatuniversitäten, Konservatorien und Schauspielschulen. Die Messlatte liegt oft schon bei der Bewerbung sehr hoch. Die Aufnahmeprüfungen für einen der begehrten Ausbildungs- oder Studienplätze sind die erste große Hürde auf dem Weg zum Traumberuf. Für einige künstlerische Fächer werden Vorbereitungskurse für die Zulassungsprüfungen angeboten.





© LUCKYBUSINESS - FOTOLIA

Engagiert durchhalten

Auch der Berufseinstieg erfordert oft ein überdurchschnittliches Maß an Engagement und Durchhaltevermögen. Hier gilt es, sich den zukünftigen ArbeitgeberInnen von der besten Seite zu präsentieren. Wichtige berufliche Anforderungen sind – neben den spezifischen künstlerischen Kompetenzen – zeitliche und örtliche Flexibilität, Selbstvertrauen und die Fähigkeit zur Selbstdarstellung. Im Bereich Theater und Musik ist es zudem wichtig, möglichst früh in der Laufbahn bei Produktionen dabei zu sein und persönliche Kontakte zur Szene aufzubauen.

Bretter, die die Welt bedeuten

Öffentliche Förderungen spielen eine große Rolle, um Bühnenproduktionen überhaupt verwirklichen zu können, Ensembles erhalten oder sogar mehr Personal aufnehmen zu können. Viele Nachwuchstalente aus den Bereichen Schauspiel, Tanz und Gesang streben eine Anstellung in einem fixen Ensemble an. Insbesondere die begehrten Plätze der SolistInnen sind begrenzt. Die Konkurrenz unter den BewerberInnen ist hoch, es gibt aber auch alternative Möglichkeiten, Bühnenluft zu schnuppern: z.B. bei kleinen Theatern und freien Gruppen, bei Theater- und Tanzfestivals.

Klassik oder Pop? Unterschiedliche Chancen

Die beruflichen Möglichkeiten für MusikerInnen unterscheiden sich nach Bereich. Klassische MusikerInnen stehen einem vergleichsweise größeren, etablierten Arbeitsmarkt gegenüber, der aus zahlreichen Orchestern und Ensembles besteht. Dennoch gibt es auch hier hohe Konkurrenz unter den BewerberInnen. Die beruflichen Chancen in der Klassik werden auch vom gewählten Instrument mitbestimmt. Bereiche wie Pop oder Jazz bieten in Österreich geringere Möglichkeiten für eine hauptberufliche Arbeit. Viele Pop- oder Jazz-MusikerInnen arbeiten in Bands, mitunter auch als StudiomusikerInnen für einzelne Produktionen oder geben auch Musikunterricht.

Selbstpräsentation im Web

MusikerInnen sollten sich der Möglichkeiten der digitalen und *sozialen Medien bewusst sein. So sind z.B. Kenntnisse im Schneiden und Abmischen eigener Songs und Videos von Vorteil. Das Internet bietet vielfältige Kanäle, wie z.B. Streaming- und Videoportale, um auf eigene Projekte und Konzerte aufmerksam zu machen und mit interessierten Personen in Kontakt zu treten. Auch SchauspielerInnen und TänzerInnen nutzen soziale Medien, um sich selbst zu präsentieren und sich mit der Branche zu vernetzen.

BühnentechnikerIn

BühnentechnikerInnen bedienen die technischen Bühnenelemente, die für eine Aufführung oder Probe benötigt werden, z. B. Drehbühnen oder den **Schnürboden*. Sie sind für den Auf- und Abbau der Bühnenbilder und der Dekorationen sowie für deren Transport verantwortlich. BühnentechnikerInnen erzeugen auch Effekte, wie z. B. Bühnennebel oder Rauch. Die Wartung der Bühnentechnik zählt ebenfalls zu ihren Aufgaben. Bei ihrer Arbeit beachten sie Sicherheitsbestimmungen, z. B. den Brandschutz betreffend. BühnentechnikerInnen können auch licht- und tontechnische Aufgaben übernehmen.



Anforderungen

- Beleuchtungs- und Beschallungsanlagen
- Brandschutz
- Bühnenproduktionskenntnisse
- Bühnentechnik
- Einsatzbereitschaft
- Elektroinstallation und Elektrohandwerk
- Holz- und Metallbearbeitungskenntnisse
- Körperliche Belastbarkeit
- Transportabwicklungskenntnisse
- Veranstaltungstechnik-Kenntnisse

Beschäftigungsmöglichkeiten

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen vor allem bei Theatern, Schauspiel- und Opernhäusern, Musicalbühnen sowie bei Filmproduktionen und Fernsehanstalten. Eine Beschäftigungsalternative bieten Veranstaltungstechnik-Unternehmen. BühnentechnikerInnen können zu BühnenmeisterInnen oder technischen LeiterInnen aufsteigen.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Berufsbildende höhere Schule:** Höhere Lehranstalt für Elektrotechnik
- **Fachhochschule:** Communication, Media, Sound and Interaction Design (Master/FH Joanneum gemeinsam mit der Kunstuniversität Graz)
- **Universität:** Elektrotechnik – Toningenieur (Bachelor, Master/Graz); Tonmeister (Diplom/Wien); Event Engineering (Bachelor/New Design University, St. Pölten)
- **Sonstiges:** Kollegs und Aufbaulehrgänge für Elektrotechnik; Zertifikatslehrgänge für Bühnen- und Veranstaltungstechnik (Akademie der OETHG, Wien); Werkmeisterschule Veranstaltungs- und Eventtechnik (Akademie der OETHG und BFI Wien)

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

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Das zentrale Bühnenbild-Element für „Madame Butterfly“, die Produktion auf der Seebühne der Bregenzer Festspiele 2022, wiegt 300 Tonnen und hat eine Fläche von 1.340 Quadratmeter.

Quelle: Bregenzer Festspiele Pressefoyer, www.pressefoyer.at

MaskenbildnerIn

MaskenbildnerInnen entwerfen ein Konzept für Make-up und Frisuren. Sie bereiten Perücken, künstliche Haarteile, Glatzen und plastische Elemente wie Narben vor und fertigen diese auch an. Vor und während der Aufführungen oder Dreharbeiten schminken sie die SchauspielerInnen, vervollständigen Frisuren und verwandeln das Aussehen der DarstellerInnen mithilfe plastischer Elemente. Das Make-up für das Theater muss überbetont werden, um von der letzten Reihe aus gut erkennbar zu sein. Für Filmaufnahmen muss die Maske aufgrund der Nahaufnahmen detailgenau und möglichst realistisch sein.



Beschäftigungsmöglichkeiten

Beschäftigungsmöglichkeiten für MaskenbildnerInnen bestehen bei Theatern, Opernhäusern, Musicalbühnen, bei Filmproduktionsfirmen und Fernsehanstalten. Die Zahl der Stellen in Österreich ist begrenzt. Der Berufseinstieg erfolgt in der Regel als AssistentIn im Bereich Maske, die Aufstiegsmöglichkeiten reichen bis zum/zur ChefmaskenbildnerIn.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Lehre:** MaskenbildnerIn
- **Berufsbildende höhere Schule:** Höhere Lehranstalt für Hairstyling, Visagistik und Maskenbildnerei (Hallein)
- **Sonstiges:** Ausbildung zum Make-up Artist (WIFI); Ausbildungen, Kurse und Meisterklassen bei Maske-Wien

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

www.ams.at/karrierekompass

Anforderungen

- Ästhetisches Gefühl
- Dekorative Kosmetik
- Fingerfertigkeit
- Frisurengestaltung
- Kostümkunde
- Maskenbildnerei
- Perückenherstellung
- Schminken
- Serviceorientierung
- Theater-, Film- und Fernsehproduktion

INTERESSANT

Seit der Einführung des Lehrberufes gab es maximal 20 Lehrlinge im Beruf MaskenbildnerIn. Fast die Hälfte der Lehrstellen befindet sich in Wien.

Quelle: Lehrlingsstatistik/Wirtschaftskammer Österreich, www.wko.at

MusikerIn

MusikerInnen erarbeiten, interpretieren und spielen Musikstücke der klassischen Musik oder z. B. auch aus den Bereichen Pop, Rock, Jazz oder volkstümliche Musik. InstrumentalmusikerInnen spezialisieren sich auf ein Instrument oder mehrere Musikinstrumente. Sie arbeiten in Orchestern, Ensembles, Bands oder als SolistInnen. Ihre berufliche Tätigkeit besteht aus Üben, Interpretieren, Probenarbeit, Aufführungen sowie Studioaufnahmen. Auch die Pflege der Musikinstrumente gehört zu ihren Aufgaben. Darüber hinaus erteilen MusikerInnen oft auch Instrumentalunterricht.



Anforderungen

- Einsatzbereitschaft
- Englisch
- Gutes Gehör
- Improvisationstalent
- Instrumentalkunst
- Instrumentenwartung
- Künstlerische Fachkenntnisse – Musik
- Reisebereitschaft
- Selbstdisziplin
- Werkkenntnis im Bereich Musik

Beschäftigungsmöglichkeiten

Die meisten MusikerInnen im Bereich Klassik sind in großen Berufsorchestern, z. B. in Sinfonie- oder Opernorchestern, oder in kleineren Kammerensembles tätig. MusikerInnen in Bereichen, wie z. B. Pop, Rock, Jazz oder Schlager, arbeiten meist in Bands, zum Teil auch als StudiomusikerInnen. Viele MusikerInnen sind freiberuflich tätig. MusiklehrerInnen finden bei entsprechender Qualifikation auch an Musikschulen, Musikhochschulen oder Konservatorien Beschäftigungsmöglichkeiten.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Universität:** Instrumentalstudium (Bachelor, Master oder Diplom/Graz, Salzburg, Wien); Instrumentalstudium an Privatuniversitäten (Bachelor, Master/ Anton Bruckner Privatuniversität, Linz; Jam Music Lab – Privatuniversität für Jazz und Populärmusik Wien; Musik und Kunst Privatuniversität der Stadt Wien)
- **Sonstiges:** Instrumentalstudium an Konservatorien (Eisenstadt, Feldkirch, Graz, Innsbruck, Wien); postgraduale Universitätslehrgänge an den Universitäten für Musik und darstellende Kunst Graz und Wien sowie an der Universität Mozarteum Salzburg

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

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Im Bereich der Recorded Music sorgen Streaming-Abos bereits für fast zwei Drittel aller Einnahmen am österreichischen Musikmarkt (2020).

Quelle: Verband der Österreichischen Musikwirtschaft – IFPI Austria, www.ifpi.at

SängerIn

SängerInnen erarbeiten Gesangsstücke und tragen diese als SolistInnen oder als ChorsängerInnen vor. Sie setzen sich mit Interpretationsmöglichkeiten auseinander und studieren Text und Melodie ein. SängerInnen haben eine bestimmte Stimmlage, z. B. Sopran bei Frauen- oder Tenor bei Männerstimmen. Sie stellen in Opern, Operetten und Musicals Charaktere stimmlich und schauspielerisch dar, treten bei Konzerten und Musikveranstaltungen auf und arbeiten im Tonstudio an Aufnahmen. SängerInnen können auch bei Werbe- und Filmproduktionen mitwirken.



Anforderungen

- Fremdsprachenkenntnisse
- Gesang
- Gute Merkfähigkeit
- Gutes Gehör
- Künstlerische Fachkenntnisse – Musik
- Reisebereitschaft
- Schauspieltalent
- Selbstdisziplin
- Stimmbildung
- Werkkenntnis im Bereich Musik

Beschäftigungsmöglichkeiten

Ausgebildete SängerInnen arbeiten als SolistInnen oder ChorsängerInnen an Opern-, Operetten- und Musicalbühnen. Darüber hinaus wirken sie an Musikproduktionen mit und geben Konzerte. SängerInnen in der Unterhaltungsmusik treten bei Musikveranstaltungen auf, produzieren Einzeltitel und Alben oder singen z.B. für Werbeproduktionen. Viele SängerInnen sind als freiberufliche KünstlerInnen tätig. Die Chancen als SolistIn tätig zu werden, sind beschränkt.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Universität:** Gesang (Bachelor/Graz, Salzburg, Wien); Gesang (Master/Graz, Salzburg); Jazz (Instrument/ Gesang) (Bachelor, Master/Graz); Konzertgesang (Master/Graz); Musikdramatische Darstellung (Master/Wien); Musiktheater (Oper) (Master/Graz); Vocal Performance (Master/Wien); Gesangsstudium an Privatuniversitäten (Bachelor, Master/Anton Bruckner Privatuniversität, Linz; Jam Music Lab – Privatuniversität für Jazz und Populärmusik Wien; Musik und Kunst Privatuniversität der Stadt Wien)
- **Sonstiges:** Gesangsstudium an Konservatorien (Eisenstadt, Feldkirch, Graz, Innsbruck, Wien); postgraduale Universitätslehrgänge an den Universitäten für Musik und darstellende Kunst Graz und Wien sowie an der Universität Mozarteum Salzburg

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

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Die Vereinigten Bühnen Wien beschäftigen etwas mehr als 90 SolistInnen. Insgesamt arbeiten rund 580 Menschen – inklusive technisches Personal und Verwaltung – an den Musical- und Opernproduktionen mit.

Quelle: Statistik Austria, www.statistik.at

SchauspielerIn

SchauspielerInnen stellen eine Rolle im Rahmen einer Theaterinszenierung, eines Spielfilms oder einer Fernsehserie dar. Durch Sprache, **Mimik*, **Gestik* und Bewegung gestalten sie eine Figur. Um glaubhaft in eine Rolle schlüpfen zu können, beschäftigen sich SchauspielerInnen intensiv mit der darzustellenden Figur, deren Charakter und Eigenheiten. Sie setzen sich auch genau mit dem Inhalt des Stücks oder des Films und den Hintergründen auseinander. Der Arbeitstag von SchauspielerInnen ist vor allem durch das Analysieren und Lernen des Textes, das Rollenstudium und die Probenarbeit gekennzeichnet.



Anforderungen

- Aufgeschlossenheit
- Darstellende Kunst, Schauspiel
- Fremdsprachenkenntnisse
- Gute Merkfähigkeit
- Gutes Auftreten
- Reisebereitschaft
- Schauspieltalent
- Selbstdisziplin
- Stimmbildung
- Theater-, Film- und Fernsehproduktion

Beschäftigungsmöglichkeiten

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen bei Theatern, Schauspielhäusern sowie bei Film- und Fernsehproduktionen. SchauspielerInnen können auch als SynchronsprecherInnen tätig sein oder Hörspiele einsprechen. Viele hauptberuflich tätige SchauspielerInnen sind nicht fest angestellt, sondern arbeiten für einzelne Produktionen, die sich meist über mehrere Wochen oder

Monate erstrecken. Nur wenige SchauspielerInnen stehen als Ensemblemitglieder unter Vertrag von renommierten Theaterhäusern. SchauspielerInnen können zu EnsembleleiterInnen aufsteigen.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Universität:** Darstellende Kunst/Schauspiel (Diplom/Graz, Salzburg, Wien); Schauspielstudium an Privatuniversitäten (Bachelor/Anton Bruckner Privatuniversität, Linz; Musik und Kunst Privatuniversität der Stadt Wien)
- **Sonstiges:** Diplomausbildung Schauspiel an privaten Schauspielschulen; privater Schauspielunterricht

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

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Das Theater in der Josefstadt ist das älteste noch bespielte Theater Wiens. Die Anfänge waren bescheiden: Im Jahr 1788 wurde eine Bühne errichtet, um dem Wirtshaus „Bey den goldenen Straußen“ zu mehr Umsatz zu verhelfen.

Quelle: Wiener Tourismusverband, www.wien.info

TänzerIn

TänzerInnen gestalten durch Bewegungen und Körperausdruck Tanzstücke oder Tanzrollen. Sie treten in Tanztheatern, Ballett-, Opern- und Musicalinszenierungen auf und wirken in Theaterstücken, Shows und **Performances* mit. Dabei drücken sie mit Tanz, **Mimik* und **Gestik* Gefühlszustände, Stimmungen, Situationen und Handlungen aus. Sie treten entweder als SolistInnen oder als Mitglieder eines **Corps de Ballet* oder eines Ensembles auf. Ihr Arbeitsalltag besteht aus Tanztraining, Proben und Aufführungen. Das Tätigkeitsfeld reicht vom klassischen Ballett über Modern Dance bis zur Improvisation.



Anforderungen

- Aufgeschlossenheit
- Bewegungstalent
- Bühnenproduktion
- Choreografie
- Darstellende Kunst, Tanz
- Fremdsprachenkenntnisse
- Interkulturelle Kompetenz
- Körperliche Ausdauer
- Musikalität
- Selbstdisziplin

Beschäftigungsmöglichkeiten

TänzerInnen haben Engagements bei Tanzkompagnien oder -ensembles, arbeiten an Theater-, Operetten-, Opern- und Musicalbühnen und zum Teil auch für Film- und Fernsehproduktionen. Viele TänzerInnen sind für einzelne Produktionen tätig. Es besteht eine starke, auch internationale Konkurrenz unter TänzerInnen. Einige arbeiten nach ihrer aktiven Laufbahn als ChoreografIn oder TanzlehrerIn.

Ausbildung und Weiterbildung

Zum Beispiel:

- **Universität:** Zeitgenössischer Tanz – Bühnentanz/ Performance/Tanzpädagogik (Bachelor/Anton Bruckner Privatuniversität, Linz); Zeitgenössischer Bühnentanz (Master/Anton Bruckner Privatuniversität, Linz); Zeitgenössischer und Klassischer Tanz (Bachelor/Musik und Kunst Privatuniversität der Stadt Wien); Elementare Musik- und Tanzpädagogik (Master/Salzburg)
- **Sonstiges:** Ballettschule der Wiener Staatsoper; Ballettschule der Vereinigten Bühnen Graz; Kolleg für kommerzielle Tanzstile & -pädagogik (Wien); Workshops, z. B. in Tanzstudios

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

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Mehr als 100.000 Menschen besuchen jährlich das Festival **ImPulsTanz** in Wien, das größte seiner Art in Europa.

Quelle: *ImPulsTanz*, www.impulstanz.com

Weitere Berufe (Kurzinfos)

DramaturgIn

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

Wichtige Berufsanforderungen sind umfassende Werkkenntnisse im Bereich Literatur, Theaterproduktionskenntnisse und Organisationstalent.

DramaturgInnen arbeiten in Österreich vor allem an großen Theaterhäusern. Eine mögliche Ausbildung ist der Universitätsstudiengang Buch und Dramaturgie (Bachelor, Master/Wien).

KostümbildnerIn

KostümbildnerInnen entwerfen und gestalten die Kostüme von DarstellerInnen in Bühnen- und Filmproduktionen. Sie skizzieren Entwürfe, achten darauf, dass die Kostüme zu den Rollen und ihren DarstellerInnen passen und berücksichtigen bei der Gestaltung auch die Art der Inszenierung und das Bühnenbild. Sie besprechen sich mit der Regie, kalkulieren die Kosten der Kleiderherstellung, kaufen Stoffe und Materialien und überwachen die Fertigung der Kostüme in der Schneiderei. Nach den Anproben nehmen KostümbildnerInnen gegebenenfalls noch Änderungen vor. KostümbildnerInnen verwalten auch den **Kostümfundus*.

Wichtige Berufsanforderungen sind Modedesignkenntnisse, Kostümkunde und -schneiderei, Kenntnisse im Bereich Theater-, Film- und Fernsehproduktion sowie ästhetisches Gefühl und Serviceorientierung.

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen vor allem in Werkstätten von Theater- und Opernhäusern, bei Musical-, Film- und Fernsehproduktionen sowie im Kostümverleih. Der Arbeitsmarkt für KostümbildnerInnen ist in Österreich klein.

Mögliche Ausbildungen sind Höhere Lehranstalten für Mode sowie die Universitätsstudiengänge textil-kunst-design, (Bachelor, Master/Linz) und Mode (Diplom/Wien).

TonmeisterIn

TonmeisterInnen sind künstlerische und auch technische AufnahmeleiterInnen von Musik- und Radioproduktionen und führen Klangregie bei Konzerten sowie Live-Übertragungen. Sie können auch für das Sound Design und die Tonnachbearbeitung bei Film- und Fernsehproduktionen verantwortlich sein. Bei TonmeisterInnen steht – im Unterschied zu ToningenieurInnen – das Künstlerische im Vordergrund.

Wichtige Berufsanforderungen sind fundierte Kenntnisse und Kompetenzen in den Bereichen Musiktheorie und Instrumentenkunde, ebenso wie in den Bereichen **Akustik*, Ton- und Studioteknik.

Beschäftigungsmöglichkeiten für TonmeisterInnen bestehen bei Rundfunkanstalten, bei Musik- und Filmproduktionen, bei Aufnahmestudios sowie im Veranstaltungswesen.

Viele TonmeisterInnen sind selbstständig tätig. Das TonmeisterInnen-Studium an der Universität für Musik und darstellende Kunst Wien bildet in allen Sparten des Produktionsbereichs mit den Schwerpunkten Aufnahmeleitung, Klangregie, Film- und Videoton oder Radio aus.

Beispiele für weitere Berufe:

- ArtistIn
- BallettmeisterIn
- BeleuchterIn
- BühnenbildnerIn
- Choreografin
- DirigentIn
- InspizientIn
- IntendantIn
- KomponistIn
- KorrepetitorIn
- KulissenmalerIn
- MedienkomponistIn
- MusicaldarstellerIn
- Souffleur/Souffleuse
- ToningenieurIn
- TontechnikerIn

Genauere Informationen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

Werbung und Public Relations



BERUFSBESCHREIBUNGEN

Account-ManagerIn	76
KommunikationsmanagerIn	77
PR-BeraterIn	78
PressesprecherIn	79

WEITERE BERUFE (KURZINFOS)

Art Director (m/w/x)	80
MediaplanerIn	80
WerbetexterIn	80
Beispiele für weitere Berufe	80

Werbung und Public Relations

Ist **Content* noch King? Wie funktioniert **Storytelling*? Welche **Social-Media-Strategie* führt zum Ziel? Werbe- und **PR-Profis* haben Antworten auf diese Fragen, erkennen Trends und behalten den strategischen und organisatorischen Überblick.

Werbung und **Public Relations (PR)* sind zwei einander ergänzende Ansätze beim Versuch, auf ein Unternehmen und seine Produkte oder Dienstleistungen aufmerksam zu machen. In der Werbung geht es vor allem darum, Produkte und Dienstleistungen möglichst attraktiv erscheinen zu lassen, um diese erfolgreich zu verkaufen. Public Relations hingegen informiert verschiedene Öffentlichkeiten, z. B. JournalistInnen, KundInnen, PolitikerInnen, über die Arbeit eines Unternehmens oder einer Institution. Ein wichtiges Ziel von PR ist es, ein positives Image in der Öffentlichkeit zu erzeugen. Weil sich die Aufgaben von Werbung und PR ergänzen, setzen viele Agenturen und Kommunikationsabteilungen von Unternehmen auf integrierte Kommunikation, das heißt, die strategische Vernetzung und den abgestimmten Einsatz aller Kommunikationsinstrumente und -maßnahmen.



© HIGHWAYSTARZ - STOCK.ADOBE.COM



© PRESSMASTER - STOCK.ADOBE.COM



© RIGHT 3 - STOCK.ADOBE.COM



© MONKEY BUSINESS - STOCK.ADOBE.COM

Warum Content immer noch King ist

„Content is King“ – ein Zitat von Bill Gates – bedeutet, dass der Erfolg von Websites vor allem von den Inhalten abhängt. Ziel ist es, einerseits gute Suchmaschinenergebnisse zu erreichen, andererseits auch, KundInnen mit nützlichen Informationen oder unterhaltenden Inhalten zu überzeugen. Besonders gut funktioniert das mit Storytelling, mit Geschichten. Werbebotschaften werden z. B. in Form einer spannenden Produktgeschichte, die die Entstehung eines Produktes mit all ihren Herausforderungen spannend erzählt, verpackt.

Wie sich Werbung und PR ergänzen

Ein Beispiel: Um ein Produkt zu bewerben, werden **Banner* und **Advertorials* in Online-Medien geschaltet. **Google Ads* sollen zudem das Suchmaschinenranking verbessern. Auf Instagram werden **Shopable Posts* abgesetzt, ein/eine **InfluencerIn* bewertet das Produkt in Form eines Reviews auf YouTube. An die Newsletter-AbonentInnen geht ein Gewinnspiel und die **PR-Profis* versenden eine **Pressemitteilung* über den erfolgreichen Online-Messeauftritt mit dem neuen Produkt.

Kreativität ist nicht alles

Um die vielfältigen Aufgaben zu erfüllen, sind qualifizierte Fachkräfte gefragt. Kreativität ist wichtig, jedoch nur eine von vielen Voraussetzungen auf dem Weg zum Erfolg. Dieser basiert auch auf werbefachlichem und PR-Know-how, damit Botschaften ihre **Zielgruppe* erreichen. Strategische Planung ist ebenso wichtig wie das Gespür für neue Trends. Auch schriftliche und mündliche Ausdrucksfähigkeit ist in fast allen Berufen gefragt, einerseits für das Verfassen von Texten, andererseits im persönlichen Kontakt mit KundInnen oder JournalistInnen.

Berufseinstieg: am besten mit Referenzen

Sich von der Konkurrenz am Arbeitsmarkt abzuheben, ist vor allem für BerufseinsteigerInnen eine Herausforderung. Talentierte Kreative sollten auf erste Referenzprojekte aus Praktika oder der Ausbildung verweisen können. Gute Chancen am Arbeitsmarkt haben Personen mit umfassenden Kompetenzen, z. B. sowohl mit Kreativ- als auch Beratungs- oder Projektmanagement-Erfahrung.

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 und präsentieren Konzepte für Kampagnen. Account-ManagerInnen sind die Schnittstelle zwischen KundInnen und Kreativteam, z. B. GrafikerInnen und TexterInnen. Wünsche, Auftragsdetails oder Beschwerden geben sie an ihre TeamkollegInnen weiter. Auch die Termin- und Erfolgskontrolle zählt zu ihren Aufgaben.

Anforderungen

- Beratungskompetenz
- Betriebswirtschaftliche Anwendungssoftware-Kenntnisse
- 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, 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/Steier); Produktmarketing & Projektmanagement (Bachelor/Wieselburg)



- **Universität:** Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Salzburg); Medien- und Kommunikationswissenschaften (Bachelor/Klagenfurt); Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (Bachelor, Master/Wien); Studiengänge in den Bereichen Betriebswirtschaft und Management
- **Sonstiges:** Lehrgang Key-Account-Management (WIFI); Diplomlehrgang Kommunikationsmanagement (Werbe Akademie des WIFI Wien); Masterlehrgang Digital Marketing (FH St. Pölten)

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

www.ams.at/karrierekompass

INTERESSANT

Unter den österreichischen Konzernen gibt eine Einrichtungshauskette mit über 230 Millionen Euro brutto am meisten für Werbung aus (Stand: 2021).

Quelle: Focus Werbebilanz, www.focusmr.com

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
- Grafik-Kenntnisse
- Journalistische Fachkenntnisse
- Kommunikationsstärke
- Marketingkenntnisse
- Multimediakenntnisse
- Organisationstalent
- PR-Kenntnisse

Beschäftigungsmöglichkeiten

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen in der Privatwirtschaft vor allem in Marketing-, Werbe- und PR-Abteilungen großer Unternehmen aller Branchen. KommunikationsmanagerInnen arbeiten auch in öffentlichen Institutionen, in Verbänden, großen Vereinen, Parteien, **Non-Profit-Organisationen* oder wissenschaftlichen 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); 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 Kommunikationsmanagement (Werbe Akademie des WIFI Wien); Masterlehrgang PR & Kommunikationsmanagement (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

Rund 60 Prozent aller österreichischen Unternehmen nutzen Social Media. Österreich liegt damit über dem EU-Durchschnitt (Stand: 2019).

Statistik Austria, www.statistik.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
- Englisch
- Gutes Auftreten
- Journalistische Fachkenntnisse
- Kommunikationsstärke
- Marketingkenntnisse
- Multimediakenntnisse
- Networking Skills
- PR-Kenntnisse
- Social-Media-Anwendungskenntnisse

Beschäftigungsmöglichkeiten

Beschäftigungsmöglichkeiten eröffnen sich in PR-Agenturen und Unternehmen 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 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); Masterlehrgang Public Communication (FH Joanneum, Graz); 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

Etwas mehr als 1.600 PR-BeraterInnen sind in Unternehmen, die dem Fachverband Werbung und Marktkommunikation der WKO angehören, angestellt.

Quelle: Fachverband Werbung und Marktkommunikation der WKO,
www.wko.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 für die Erstellung von Geschäftsberichten oder für die Betreuung von Firmen-**Blogs* verantwortlich sein.

Anforderungen

- Englisch
- Gutes Auftreten
- Journalistische Fachkenntnisse
- Kommunikationsstärke
- Marketingkenntnisse
- Networking Skills
- PR-Kenntnisse
- Schlagfertigkeit
- Social-Media-Anwendungkenntnisse
- Stressresistenz

Beschäftigungsmöglichkeiten

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen in den PR-Abteilungen von Unternehmen aller Wirtschaftsbereiche sowie bei staatlichen Institutionen, Verbänden, größeren Vereinen, Interessenvertretungen sowie **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); 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:** 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

Unter den 10 meistgenannten Persönlichkeiten in den österreichischen Medien (2020) findet sich nur eine Person, die keine politische Tätigkeit ausübt: Tennisstar Dominic Thiem.

Quelle: APA-Comm, www.apa.at

Weitere Berufe (Kurzinfos)

Art Director (m/w/x)

Art Directors sind als grafische LeiterInnen für die Planung, Entwicklung und Umsetzung von Werbekampagnen verantwortlich. Sie prägen den Stil von Werbebotschaften und koordinieren die Arbeit des Kreativteams. Zu Beginn eines Projekts findet ein **Briefing* mit den AuftraggeberInnen statt. Darauf aufbauend planen Art Directors die Werbemaßnahmen. Diese können z.B. eine **Social-Media-Kampagne*, **Außenwerbung*, einen **Imagefilm* und einen Messeauftritt einschließen. Art Directors entwickeln Gestaltungsideen, halten Besprechungen mit dem Kreativteam ab, begleiten alle Produktionsschritte und präsentieren Ergebnisse bei den KundInnen. Sie sind für die Einhaltung der Termine und des Budgets verantwortlich.

Strategisches Denken kombiniert mit Kreativität – das sind die wichtigsten Voraussetzungen, um in diesem Beruf erfolgreich zu sein. Art Directors benötigen außerdem gute Grafik- und Multimediakennnisse, müssen Projekte managen sowie Teams leiten können.

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen vor allem in Werbeagenturen und Grafikstudios, aber auch in Werbe-, und **Marketing-Abteilungen* großer Unternehmen. Art Director ist eine Aufstiegsposition, in die z.B. GrafikerInnen oder KommunikationsdesignerInnen nach längerer, erfolgreicher Tätigkeit aufsteigen können. Für Art Directors besteht wiederum die Möglichkeit, zu **Creative Directors* aufzusteigen.

Ausbildungsmöglichkeiten sind berufsbildende höhere Schulen, Fachhochschul- und Universitätsstudiengänge in den Bereichen Grafik-, Multimedia- und Kommunikationsdesign.

MediaplanerIn

MediaplanerInnen entscheiden, auf welchen Kanälen und zu welchen Zeitpunkten bestimmte Werbebotschaften platziert werden. Dazu analysieren sie den Print- und Online-Medienmarkt, wie z.B. Zeitungen, Radio, Fernsehen oder **soziale Medien*. Sie beschäftigen sich auch mit der Wirkung von Werbebotschaften auf bestimmte **Zielgruppen* und arbeiten mit Ergebnissen der Marktforschung. Auf Basis dieser Erkenntnisse entwickeln sie passende Werbestrategien und achten auf eine sinnvolle Ergänzung verschiedener Medienkanäle. MediaplanerInnen sind für die Budgetplanung, 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)*. MediaplanerInnen kontrollieren auch den Erfolg der Werbemaßnahmen.

Marketingkenntnisse, analytisches und strategisches

Denken, Zahlenverständnis sowie ein guter Überblick über die Medienlandschaft sind für eine Tätigkeit in der Mediaplanung zentrale Anforderungen.

MediaplanerInnen sind in **Multimedia-* und Werbeagenturen sowie in Werbeabteilungen großer Unternehmen beschäftigt. Auch Markt- und Meinungsforschungsinstitute bieten Beschäftigungsmöglichkeiten.

Ausbildungsmöglichkeiten bieten Handelsakademien mit Marketing-Schwerpunkten, kommunikationswirtschaftliche Fachhochschulgänge sowie medien- und kommunikationswissenschaftliche Universitätsstudiengänge oder auch die Werbe Akademie des WIFI Wien.

WerbetexterIn

WerbetexterInnen formulieren Werbebotschaften. Ihre Aufgaben reichen vom Verfassen kurzer, einprägsamer **Slogans* über **Social-Media-Posts* bis hin zu umfangreichen Texten, wie z.B. Anzeigen, **Advertorials*, Werbespots, Newsletter oder **Mailings*. Nach einem **Briefing* mit dem/der AuftraggeberIn erarbeiten TexterInnen 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 verstärkt in Form von Geschichten transportiert (**Storytelling*).

Wichtige Berufsanforderungen sind Marketing- und PR-Kenntnisse, Texterstellung, Kommunikationsstärke, Schreibtalent und perfekte Rechtschreibung.

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen bei Werbe- und **PR-Agenturen* sowie in größeren Unternehmen mit eigenen **Marketing-* und PR-Abteilungen.

Mögliche Ausbildungen sind Fachhochschulstudiengänge im Bereich Marketing, Universitätsstudiengänge im Bereich Kommunikationswissenschaften oder z.B. auch Deutsche Philologie (Bachelor, Master/Wien), Germanistik (Bachelor, Master/Graz, Innsbruck, Klagenfurt, Salzburg).

Beispiele für weitere Berufe:

- Art Buyer (m/w/x)
- Creative Director (m/w/x)
- Medienfachmann/-frau – Online-Marketing (befristeter Ausbildungsversuch)
- WerbeberaterIn
- Werbefachmann/-frau
- WerbegestalterIn

Genauere Informationen finden Sie im AMS-Karrierekompass:

www.ams.at/karrierekompass

Informationsquellen und Adressen



Broschüren	82
Internetadressen und Portale	83
Berufsorganisationen und Interessenvertretungen (Auswahl)	85
BerufsInfoZentren (BIZ) des Arbeitsmarktservice	86
Bildungseinrichtungen	88

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

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)

Chorverband Österreich
www.chorverband.at

Creativ Club Austria (CCA)
www.creativclub.at

**Dachverband der Österreichischen
Filmschaffenden**
www.filmschaffende.at

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

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

Digital Society
https://digsociety.ngo

Drehbuchforum Wien
www.drehbuchforum.at

Drehbuchverband Austria
www.drehbuchverband.at

Event Marketing Board Austria (EMBA)
www.emba.co.at

**Fachverband der Film- und Musikwirt-
schaft**
www.filmandmusicaustria.at

**Fachverband Unternehmensberatung,
Buchhaltung und Informationstechno-
logie**
www.ubit.at

**Fachverband Werbung und Markt-
kommunikation**
www.wko.at/werbung

FC Gloria – Frauen Vernetzung Film
www.fc-gloria.at

Fundraising Verband Austria
www.fundraising.at

Gesellschaft für Musiktheater
www.iti-arte.at/musiktheater

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

IG Autorinnen Autoren
www.literaturhaus.at

IG Bildende Kunst
www.igbildendekunst.at

IG Freie Theaterarbeit
www.freietheater.at

IG Übersetzerinnen Übersetzer
www.literaturhaus.at

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

**Interessengemeinschaft Österrei-
cher Dokumentarfilm**
www.dok.at

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

**IoT Austria – The Austrian Internet of
Things Network**
www.iot-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

Musiker-Komponisten-Autoren-Gilde
www.musikergilde.at

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

**Österreichische Ton- und Musikgestal-
ter Vereinigung (ÖTMV)**
www.oetmv.org

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

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

**Österreichischer Komponistenbund
(ÖKB)**
www.komponistenbund.at

Österreichischer Musikrat (ÖMR)
www.oemr.at

Österreichischer Regieverband (ADA)
www.ada-directors.com

**Österreichischer Verband Filmschnitt
(AEA)**
www.editors.at

Österreichischer Werberat
www.werberat.at

**Österreichischer Zeitschriften- und
Fachmedienvorband**
www.oezv.or.at

PEN-Club Austria
www.penclub.at

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

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

**Universitas Austria – Berufsverband für
Dolmetschen und Übersetzen**
www.universitas.org

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

**Verband der Regionalmedien Öster-
reichs (VRM)**
www.vrm.at

Verband Filmregie Österreich
www.austrian-directors.com

Verband Freier Rundfunk Österreich
www.freier-rundfunk.at

**Verband Österreichischer Filmausstat-
ter*innen (VÖF)**
www.filmdesigners.at

**Verband Österreichischer Filmprodu-
zentinnen und -produzenten (AAFP)**
www.austrian-film.com

**Verband Österreichischer Filmschau-
spielerInnen (VÖFS)**
www.voefs.at

**Verband Österreichischer Kameralleute
(AAC)**
www.aacamera.org

**Verband Österreichischer Privatsender
(VÖP)**
www.voep.at

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

**Verband österreichischer Zeitungen
(VÖZ)**
www.voez.at

VOICE Sprecherverband
www.sprecherverband.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.voecklabruck@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.schlosshoferstrasse@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

KONSERVATORIEN (AUSWAHL)

Joseph-Haydn-Konservatorium des Landes Burgenland

Standort: Eisenstadt
www.haydnkons.at

Johann-Joseph-Fux-Konservatorium des Landes Steiermark

Standort: Graz
www.verwaltung.steiermark.at

Tiroler Landeskonservatorium

Standort: Innsbruck
www.konstiroel.at

Vorarlberger Landeskonservatorium

Standort: Feldkirch
www.vlk.ac.at

Franz Schubert Konservatorium

Standort: Wien
www.franzschubertkonservatorium.at

Richard Wagner Konservatorium

Standort: Wien
www.richard-wagner-konservatorium.at

Vienna Music Institute

Standort: Wien
www.vmi.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

Technische Universität Graz

www.tugraz.at

Universität für Musik und darstellende Kunst Graz

www.kug.ac.at

Universität Graz

www.uni-graz.at

Universität Mozarteum Salzburg

www.moz.ac.at

Universität Salzburg

www.uni-salzburg.at

Universität Innsbruck

www.uibk.ac.at

Akademie der bildenden Künste Wien

www.akbild.ac.at

Technische Universität Wien

www.tuwien.ac.at

Universität für angewandte Kunst Wien

www.dieangewandte.at

Universität für Musik und darstellende Kunst Wien (MDW)

www.mdw.ac.at

Universität Wien

www.univie.ac.at

Wirtschaftsuniversität Wien

www.wu.ac.at

PRIVATE UNIVERSITÄTEN UND HOCHSCHULEN (AUSWAHL)

Gustav Mahler Privatuniversität für Musik

Standort: Klagenfurt
www.gmpu.ac.at

New Design University

Standort: St. Pölten
www.ndu.ac.at

Anton Bruckner Privatuniversität

Standort: Linz
www.bruckneruni.at

Privatuniversität Schloss Seeburg

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

JAM MUSIC LAB Private University for Jazz and Popular Music Vienna

Standort: Wien
www.jammusiclab.com

Modul University Vienna

Standort: Wien
www.modul.ac.at

Musik und Kunst Privatuniversität der Stadt Wien

Standort: Wien
www.muk.ac.at

Webster Vienna Private University

Standort: Wien
www.webster.ac.at

POSTGRADUALE WEITER- BILDUNG AN UNIVERSI- TÄTEN UND FACHHOCH- SCHULEN (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>

BERUFSFÖRDERUNGSINSTITUTE (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

WIRTSCHAFTSFÖRDERUNGSINSTITUTE (WIFI) DER WIRTSCHAFTSKAMMERN

WIFI Österreich

www.wifi.at

WIFI Burgenland

www.bglid.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 Österreichischen
Theatertechnischen Gesellschaft**

Standort: Wien
www.akademie-oethg.at

Akademie DEUTSCHE POP

Standort: Wien
<https://deutsche-pop.com/at/wien>

ARGE Bildungsmanagement Wien

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

Ballettschule der Wiener Staatsoper

Standort: Wien
www.wiener-staatsoper.at

Ballettschule der Oper Graz

Standort: Graz
www.oper-graz.buehnen-graz.com

Die Content-Akademie

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

Digital Campus Vorarlberg

Standorte: Dornbirn, Feldkirch
www.digitalcampusvorarlberg.at

Drehbuchforum Wien

Standort: Wien
www.drehbuchforum.at

Filmschule Wien

Standort: Wien
www.filmschule.wien

**Film- und Medienzentrum Margareten
– FMZ**

Standort: Wien
www.vhs.at/fmz

fjum – Forum Journalismus und Medien

Standort: Wien
www.fjum-wien.at

Flexyfit Business Academy

Standort: Wien
www.businessausbildung.com

Illuskills

Standort: Wien
www.illuskills.at

Institut für Kulturkonzepte

Standort: Wien
www.kulturkonzepte.at

Kuratorium für Journalistenausbildung

Mehrere Standorte
www.kfj.at

LIK Akademie für Foto und Design

Standorte: Graz, Klagenfurt, Linz, Wien
www.likakademie.com

Literaturhaus Graz

Standort: Graz
www.literaturhaus-graz.at

Literaturhaus Salzburg

Standort: Salzburg
www.literaturhaus-salzburg.at

Literaturhaus Wien

Standort: Wien
www.literaturhaus.at

Maske-Wien

Standort: Wien
www.maske-wien.com

**mediakolleg (Hauptverband des Öster-
reichischen Buchhandels gemeinsam
mit mediacampus frankfurt)**

Standort: Wien
www.buecher.at

NPO-Akademie

Standort: Wien
www.npo-academy.com

Performing Center Austria

Standort: Wien
www.performingcenter.at

SAE Institute Wien

Standort: Wien
www.sae.edu

**Salzburg Experimental Academy of
Dance – SEAD**

Standort: Salzburg
www.sead.at

Schauspielschule Krauss

Standort: Wien
www.schauspielschulekrauss.at

Schule des Sprechens

Standort: Wien
www.sprechen.com

**verein schule für dichtung in wien –
vienna poetry school**

Standort: Wien
www.sfd.at

VHS polycollege

Mehrere Standorte in Wien
www.vhs.at/polycollege

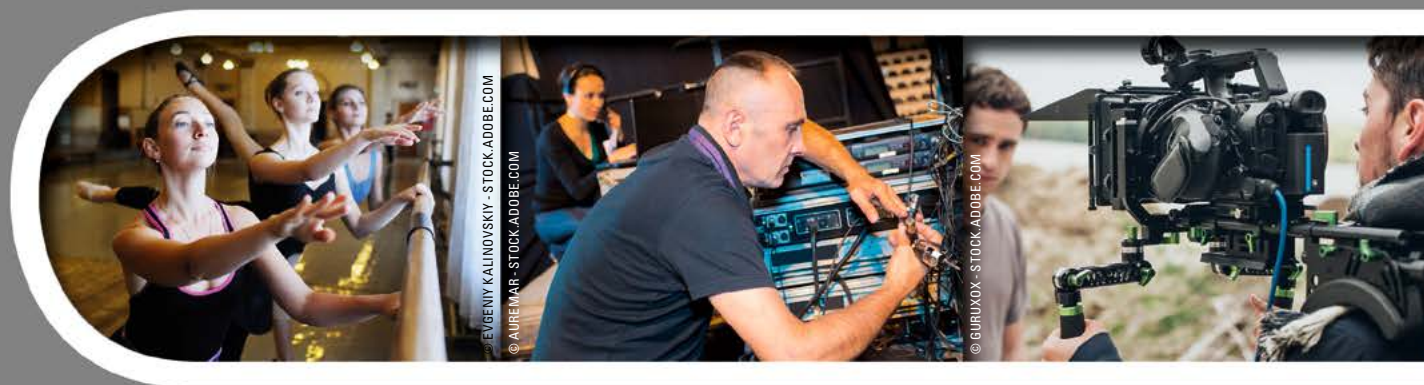
Werbe Akademie des WIFI Wien

Standort: Wien
www.werbeakademie.at

Wirtschaftsakademie Wien

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

Glossar



Absolutes Gehör

Tonhöhengedächtnis; menschliche Fähigkeit, die Höhe eines Tons ohne Hilfsmittel zu bestimmen

Account

Bezeichnung in der Werbebranche für einen Agenturkunden/eine Agenturkundin oder auch für das Budget eines Werbeprojektes

Ad Impressions

Anzahl der Einblendungen einer Werbeeinschaltung auf einer Webseite

Adblocker

Werbeblocker; Werbefilter; Programm, das verhindert, dass Werbung auf Webseiten angezeigt wird

Advertorial

Werbeanzeige, die wie ein redaktioneller Beitrag gestaltet ist

Akquise/Akquisition

Anschaffung, Erwerbung, Gewinnen von neuen KundInnen

Akustik

Lehre vom Schall und seiner Ausbreitung

Algorithmus

Rechenvorgang nach einem bestimmten, sich wiederholenden Muster

App

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

Art Director (m/w/x)

Leitender Grafiker/leitende Grafikerin in einer Agentur

Auflagenhöhe

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

Augmented Reality (AR)

Erweiterte Realität; computergestützte Erweiterung der Realitätswahrnehmung, wobei die echte Welt durch digitale Elemente ergänzt oder überlagert wird; Virtual Reality (VR) bezeichnet hingegen eine rein computergenerierte, scheinbare Wirklichkeit

Außenwerbung

Werbung im öffentlichen Raum, d. h. an von vielen Menschen öffentlich zugänglichen Plätzen, Straßen, außerhalb von geschlossenen Räumen, z. B. an Hauswänden oder auf Verkehrsmitteln

Banner

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

Belichtungszeit

Regelt, wie lange Licht – zur Belichtung eines Fotos – durch das Objektiv auf den Bildsensor einer Digitalkamera fällt; z. B. Bruchteile einer Sekunde (1/125 oder 1/8) oder mehrere Sekunden

Bildende Kunst

Umfasst alle gestaltenden Künste, wie z. B. Malerei, Grafik, Bildhauerei, Architektur und Kunsthandwerk

Bildkomposition

Formaler Aufbau eines Kunstwerkes, z. B. einer Fotografie

Blende

Regelt, wie weit ein Kameraobjektiv geöffnet ist, durch das Licht auf den Bildsensor fällt; grundsätzlich gilt: je weiter die Blende geöffnet ist, desto unschärfer wird ein Foto

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

Catering

Bereitstellung von Speisen und Getränken bei einer Veranstaltung durch eine darauf spezialisierte Firma

Chatbot

Anwendung, die mithilfe von **Künstlicher Intelligenz* das Chatten mit einem technischen System ermöglicht

Chefln vom Dienst (CvD)

Verantwortungsvolle Position in einer Redaktion; Bindeglied der verschiedenen Bereiche, z. B. Redaktion, Herstellung und Anzeigen

Chefredaktion/ChefredakteurIn

Leitende Position in einer Redaktion; der/die ChefredakteurIn ist für den Inhalt eines Mediums verantwortlich

Cloud-Dienste

Stellen internetbasiert Speicherplatz oder Anwendungssoftware zur Verfügung

Content

Inhalt; jede Art von Text-, Bild-, Ton- und Filmmaterial

Content-Industrie

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

Content-Management-System (CMS)

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

Corporate Design

Erscheinungsbild einer Institution oder eines Unternehmens in der Öffentlichkeit; umfasst z. B. Logos, Hausschriften, Farben

Corporate Identity

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

Corporate Language

Unternehmenssprache; einheitlicher Sprachgebrauch und -stil eines Unternehmens, Teil der **Corporate Identity*

Corps de Ballet

Ballettgruppe

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

Creative Director (m/w/x)

KreativdirektorIn; LeiterIn eines Kreativteams, z. B. innerhalb einer Werbeagentur

crossmedial

Medienübergreifend

Datenvisualisierung

Grafische Darstellung von Zahlen oder Statistiken, z. B. in Form von Informationsgrafiken oder Diagrammen

didaktisch

Das Lehren und Lernen, die Lehrstoffvermittlung betreffend

Digitale Assistenten

Internetbasierte, oft sprachgesteuerte Geräte, die den Alltag unterstützen und einfache Befehle umsetzen, wie z. B. das Wetter ansagen, Musik abspielen, Suchanfragen im Internet beantworten, Produkte bestellen

Diversity

Diversität; Vielfalt von Menschen und Lebensformen; der bewusste Umgang mit Vielfalt in unserer Gesellschaft

Dramaturgie

Aufbau, Struktur und Gestaltung eines Theaterstücks oder Films

Drittmittel

Finanzielle Mittel, die z. B. an wissenschaftlichen Instituten für Forschungsprojekte zusätzlich zur Grundfinanzierung eingeworben werden

Einstellungsgröße

Beschreibt, wie „groß“ ein Objekt oder eine Person mit einer Kamera aufgenommen wird; z. B. ist die Totale geeignet, um Personen in einer Landschaft zu zeigen, die Halbtotale, um eine Person von Kopf bis Fuß aufzunehmen oder die Großaufnahme, um ein Gesicht zu zeigen

E-Learning

Elektronisches Lernen; Lernen mithilfe von elektronischen und digitalen Medien

Erklärvideo

Kurze Videos, die z. B. schwierige Themen, komplexe Zusammenhänge oder Produkte erläutern und dabei oft mit der Legetrick-Technik arbeiten, bei der gezeichnete Symbole und Figuren animiert oder durch Hände bewegt werden

Ethnomusikologie

Beschäftigt sich mit Musik in ihrem kulturellen und sozialen Kontext

fiktional

Erfunden, erdacht

Filmförderung

Finanzielle Unterstützung für Filmprojekte, z. B. durch die Europäische Union, den Bund, ein Bundesland oder einen Wirtschaftsverband

Fließtext

Lauftext; durchgängiger Text, der nicht, z. B. durch eine Überschrift, unterbrochen wird

Gestik

Gesamtheit der Ausdrucksbewegungen des Körpers, besonders der Hände und des Kopfes

Google Ads

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

HerausgeberIn

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

Ikografie

Wissenschaftliche Methode der Kunstgeschichte zur Deutung von Werken der **bildenden Kunst*

interdisziplinär

Fächerübergreifende Zusammenarbeit, z. B. von WissenschaftlerInnen verschiedener Forschungsdisziplinen

Imagefilm

Kurzer Film, der ein positives Bild eines Unternehmens, einer Organisation oder einer Institution vermitteln soll und in dessen/deren Auftrag produziert wird

InfluencerIn

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

Inhaltsanalyse

Systematische Untersuchung von Texthalten nach bestimmten Kriterien

Intendant

Künstlerische Leitung und Geschäftsführung eines Theaters, Opernhauses, Festivals, einer Rundfunkanstalt

interaktiv

Wechselseitig; ermöglicht z.B. UserInnen oder dem Publikum selbst zu gestalten und einzugreifen

Intranet

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

Key-Accounts

SchlüsselkundInnen/GroßkundInnen eines Unternehmens

Kostümfundus

Bestand an Kostümen, Kostümteilen und Accessoires z. B. eines Theaters oder Filmstudios

Kulturförderung

Finanzielle Unterstützung von Kultur, meist durch die öffentliche Hand, z. B. durch Bund, Länder, Gemeinden

Kultursponsoring

Finanzielle Förderung von Kultur, meist durch ein Wirtschaftsunternehmen

Künstliche Intelligenz (KI)

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

Layout

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

LektorIn (Hochschulwesen)

Personen, die Lehrveranstaltungen, z. B. Vorlesungen, Seminare, an einer Universität oder Fachhochschule halten, aber keine **Professur* innehaben

Logo

Zeichen, das eine Institution visuell repräsentiert

Mailing

Persönlich adressierte Postsendung oder nichtadressierte Wurfsendung zu Werbezwecken

Manuskript

Im Verlagswesen vollständige Niederschrift eines Textes, z. B. in einem Word-Dokument, die als Vorlage für den *Satz verwendet wird

Marketing

Absatzwirtschaft; Planung, Organisation und Kontrolle aller marktorientierten Aktivitäten eines Unternehmens

Massenmedien

Medien, die sehr viele Menschen erreichen; dazu zählen z. B. Zeitungen, Flugblätter, Radio, Fernsehen, Online-Medien

Mediadaten

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

Mimik

Mienenspiel, sichtbare Bewegungen des Gesichts

Mobile Bezahlsysteme

Bezahlvorgänge, die z. B. mittels Smartphones und entsprechenden *Apps abgewickelt werden können

Mobile Marketing

*Marketing-Maßnahmen, die über mobile Endgeräte durchgeführt werden

Montage

Ein anderer Begriff für den Vorgang des Filmschnittes

Multimedia

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

Musikalische Akustik

Wissenschaftliches Fachgebiet, das die *Akustik und die Musikwissenschaft umfasst, z. B. geht es um die Akustik von Instrumenten und die Musikwahrnehmung

Non-Profit-Organisation/NPOs

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

Öffentlichkeitsarbeit

*Public Relations

On-Demand

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

Paywall

Bezahlschranke; Bezahlmauer; bestimmte Inhalte einer Website sind erst nach Bezahlung beziehungsweise durch ein bezahltes Abonnement zugänglich

Performance

Künstlerische Darbietung eines Künstlers oder einer Künstlerin

Postdoc

PostdoktorandIn; WissenschaftlerIn, der/ die nach Abschluss eines Doktoratsstudiums an einer Universität oder einem Forschungsinstitut arbeitet

Postproduktion

Nachproduktion; alle Arbeiten einer Filmproduktion, die nach den Dreharbeiten erfolgen, z. B. Schnitt, Vertonung

PR

*Public Relations

Presseförderung

Staatliche finanzielle Unterstützung der (gedruckten) österreichischen Tages- und Wochenzeitungen

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

Printmedien

Gedruckte Medien, wie z. B. Bücher, Zeitungen, Magazine, Plakate

Professur

Lehramt an einer Hochschule; ein Professor/eine Professorin hat eine Professur inne

Provision

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

Public Relations (PR)

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

Raumtexte

Texte, die in Ausstellungsräumen angebracht werden und z. B. über den geschichtlichen Hintergrund, das Leben eines Künstlers/einer Künstlerin oder über Objekte informieren

Redaktionskonferenz

Regelmäßige Besprechung in einem Medienunternehmen, um Fragen abzuklären, Themen abzustimmen und die nächste Ausgabe beziehungsweise Sendung zu planen

Reichweite

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

Reinzeichnung

Reproduktionsfähige, also vervielfältigbare, Vorlage für den Druck

Rendering/Rendern

Erstellung einer Computergrafik aus Rohdaten

Reportage

Journalistische Darstellungsform, die Fakten und Informationen mit Kommentaren beziehungsweise persönlichen Eindrücken von JournalistInnen kombiniert

Ressort

Teil einer Redaktion, der ein bestimmtes Themengebiet bearbeitet, z. B. Politik, Kultur, Sport, Wirtschaft

RessortleiterIn/Ressortleitung

Führungskraft in einer Redaktion, die für MitarbeiterInnen eines *Ressorts und die Inhalte verantwortlich ist

RFID

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

Satz (Druck)

Herstellung eines *Layouts und einer drucktauglichen Form

Satzspiegel

Nutzfläche eines Druckwerkes, die mit Text und Bildern gefüllt wird

Schnürboden

Im Theater Zwischendecke oberhalb der Bühne mit Vorrichtungen, z. B. Seile, Züge, zum Anheben und Herablassen des Bühnenbildes

Script/Continuity

Arbeitsbereiche im Rahmen von Film- und Fernsehproduktionen, die meist von einer Person übernommen werden; Aufgabe im Bereich Script ist es, Berichte für den Schnitt und das Produktionsbüro zu verfassen; die Person, die Continuity übernimmt, achtet darauf, dass keine Anschlussfehler beim Dreh passieren, wenn Szenen z. B. mit zeitlichem Abstand gedreht werden

Shopable Posts

Verkauf von Produkten über **Social-Media*-Plattformen, z. B. Instagram; die Produkte werden dabei in Posts getaggt

Slogan

Kurzer und einprägsamer Satz, der eine Werbebotschaft vermittelt

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 Monitoring

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

Social Media Relations

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

Soziale Medien

**Social Media*

Storyboard

Szenenbuch; gezeichnete Version eines Drehbuchs, z. B. für eine **Multimedia*-Produktion oder einen Film

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 Unternehmens 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

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

Technische Dokumentation

Informationen, die unter anderem die Herstellung, Nutzung und Wartung von technischen Produkten festhalten

Tonmischung

Zusammenfügen und Abstimmen aller Tonspuren und Toninformationen zu einer Einheit

Traffic

Datenverkehr; Datenaufkommen; im engeren Sinne Zugriffe auf eine Webseite

Typografie

Gestaltung von Druckwerken und auch digitalen Medien mittels Schriften, Leeräumen, Linien, Flächen

Usability

Bedienbarkeit und BenutzerInnenfreundlichkeit eines Produkts oder einer Website

Visit (Webseite)

Besuch einer Webseite, bei der eine Seite oder mehrere Unterseiten eines Webangebotes aufgerufen wurden

Visual Effects (VFX)

Visuelle Effekte; digitale Effekte in Filmen, die in der **Postproduktion* umgesetzt werden; Spezialeffekte (SFX) werden hingegen bereits am Filmset während des Drehs umgesetzt

Volontariat

Journalistisches Praktikum

Webanalyse

Systematische Sammlung und Auswertung des NutzerInnenverhaltens auf Websites

Webtracking

Verfahren zum Nachvollziehen des Verhaltens der NutzerInnen im Internet

Workshop

Veranstaltung, in der sich eine kleinere Gruppe von TeilnehmerInnen mit einem bestimmten Thema auseinandersetzt, praktische Übungen und ein Erfahrungsaustausch stattfinden

Zielgruppe

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

Alphabetisches Verzeichnis der Berufe

- 3D-DesignerIn** 12
- Account-ManagerIn** 76
- AnzeigenkontakterIn** 40
- Art Director (m/w/x)** 80
- AutorIn** 41

- BeschriftungsdesignerIn und WerbetechnikerIn** 36
- BühnentechnikerIn** 66

- Compositing Artist (m/w/x)** 30
- Content-ManagerIn** 13
- CutterIn** 24

- DatenjournalistIn** 46
- DramaturgIn** 72

- EventmanagerIn** 50

- FilmproduzentIn** 30
- FotografIn** 34
- FundraiserIn** 54

- Game-DesignerIn** 14
- GrafikerIn/GrafikdesignerIn** 35

- IllustratorIn** 36

- JournalistIn** 42

- Kameramann/-frau** 25
- KommunikationsmanagerIn** 77
- KommunikationswissenschaftlerIn** 58
- KostümbildnerIn** 72
- KulturmanagerIn** 51
- KunsthistorikerIn** 59
- KünstleragentIn** 54
- Kunst- und KulturvermittlerIn** 52
- KuratorIn** 54

- LayouterIn** 46
- LiteraturwissenschaftlerIn** 60

- MaskenbildnerIn** 67
- MediaplanerIn** 80
- MediendidaktikerIn** 62
- MedientechnikerIn** 15
- ModeratorIn** 26
- Multimedia-ProjektmanagerIn** 16
- MusikerIn** 68
- MusikwissenschaftlerIn** 61

- Online-RedakteurIn** 17

- Postproduction Supervisor (m/w/x)** 30
- PR-BeraterIn** 78
- PressesprecherIn** 79
- Print-ProducerIn/HerstellerIn (Verlag)** 43

- Radio- und FernsehredakteurIn** 27
- RegisseurIn** 28

- SängerIn** 69
- SchauspielerIn** 70
- SEO-/SEA-ManagerIn** 20
- Social-Media-ManagerIn** 18
- Sprach- und KulturwissenschaftlerIn** 62
- StudiotechnikerIn** 29

- TänzerIn** 71
- TheaterwissenschaftlerIn** 62
- TonmeisterIn** 72

- ÜbersetzerIn** 44
- UX/UI-DesignerIn** 20

- VeranstaltungstechnikerIn** 53
- VerlagslektorIn** 45
- VideojournalistIn** 46
- Video-ProducerIn** 20
- VisuelleR MediengestalterIn** 36

- Web-DesignerIn** 19
- WerbetexterIn** 80

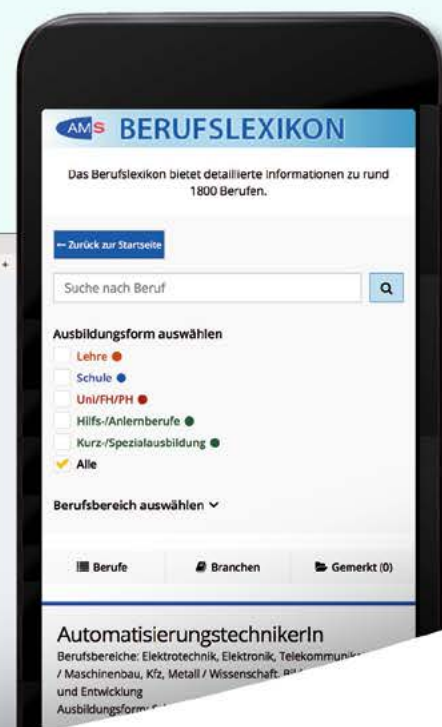
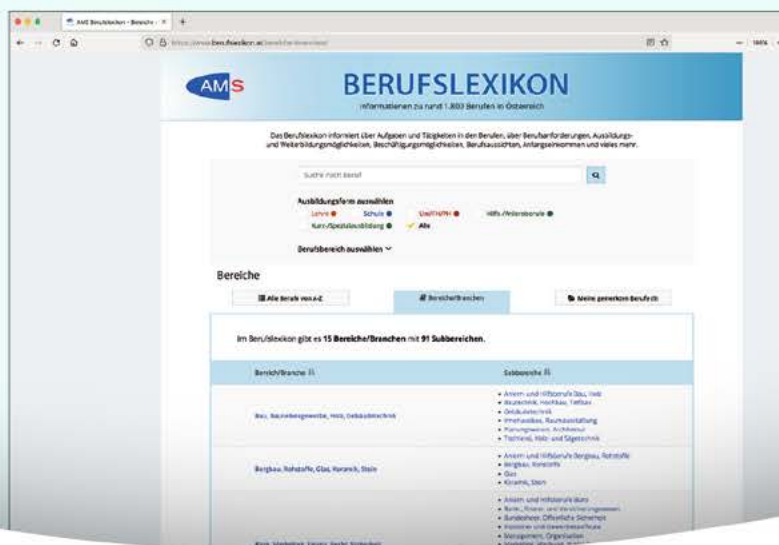
Berufslexikon

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)