



Sarah Becker/Markus Kaiser (Herausgeber)

Berufe in den Medien

Journalismus | Film | Games | Medientechnik
Management | Theater | Musik



MEDIENCAMPUS
BAYERN e.V.

Sarah Becker/Markus Kaiser (Herausgeber)
Berufe in den Medien

ISBN 978-3-9815512-2-8

© Verlag Dr. Gabriele Hooffacker/MedienCampus Bayern e.V., München 2014

Alle Rechte vorbehalten.

Lektorat: Prof. Dr. Gabriele Hooffacker

Umschlaggestaltung: Markus Keller, Schongau

Satz: Markus Keller, Schongau

Druck: MEOX Druck GmbH, München

Umschlagbilder: Julius Kramer, Brigitte Aiblinger, Corbis

Sarah Becker/Markus Kaiser (Herausgeber)

Berufe in den Medien

Journalismus | Film | Games | Medientechnik
Management | Theater | Musik

1. Auflage

Verlag Dr. Gabriele Hooffacker
Edition MedienCampus Bayern

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	13
1. MedienCampus Bayern	15
2. MedienWiki	19
3. Medientage München	22
4. Das Qualitätssiegel	24
5. Berufsbilder in den Medien	25
5.1. Film und Fernsehen	25
5.1.1 Aufnahmeleiter	25
5.1.2 Bildmischer	28
5.1.3 Casting Director	29
5.1.4 Cutter	30
5.1.5 Digital Colorist	32
5.1.6 Drehbuchautor	34
5.1.7 Fernsehjournalist ► Redakteur	89
5.1.8 Fernsehmoderator ► Moderator	81
5.1.9 Film- und Fernsehwirt ► Filmgeschäftsführer	36
5.1.10 Film- und Videoeditor ► Cutter	30
5.1.11 Filmgeschäftsführer	36
5.1.12 Herstellungsleiter ► Line Producer	44
5.1.13 Kameraassistent	38
5.1.14 Kameramann	40
5.1.15 Kameraverleiher	43
5.1.16 Line Producer	44
5.1.17 Locationscout	45
5.1.18 Produzent	47
5.1.19 Produktionssekretär	50
5.1.20 Regieassistent	51

5.1.21	Regisseur	53
5.1.22	Schauspieler	55
5.1.23	Script/Continuity Person	57
5.1.24	Slomo-Operator	58
5.1.25	Stuntman	60
5.1.26	Stylist	61
5.1.27	Szenenbildner	63
5.1.28	TV Forecast Manager	64
5.1.29	Untertitler	65
5.1.30	Visagist	66
	Fünf Tipps für Berufseinsteiger in die Filmbranche	68
5.2.	Journalismus	70
5.2.1	Auslandskorrespondent	70
5.2.2	Chefredakteur	73
5.2.3	Chef vom Dienst	73
5.2.4	Datenjournalist	74
5.2.5	Herausgeber	77
5.2.6	Intendant (Rundfunk)	78
5.2.7	Journalist ► Redakteur	89
5.2.8	Korrespondent	79
5.2.9	Marktforscher	79
5.2.10	Moderator	81
5.2.11	Nachrichtensprecher	83
5.2.12	Onlineredakteur	85
5.2.13	Pressereferent	86
5.2.14	Radiomoderator ► Moderator	81
5.2.15	Redakteur	89
5.2.16	Redaktionsmarketing	93
5.2.17	Sportjournalist ► Redakteur	89
5.2.18	Technischer Redakteur	95

5.2.19	Videojournalist	97
5.2.20	Volontär	99
	Fünf Tipps für angehende Journalisten	101
5.3.	Games und IT	103
5.3.1	App-Entwickler	103
5.3.2	Content Manager	104
5.3.3	Datenbank-Entwickler	106
5.3.4	E-Business-Spezialist	108
5.3.5	Fachinformatiker	109
5.3.6	Gamedesigner	111
5.3.7	Games-Autor	113
5.3.8	Informatikkaufmann	115
5.3.9	IT-Administrator	117
5.3.10	IT-Trainer	117
5.3.11	Medieninformatiker	118
5.3.12	Produktmanager	120
5.3.13	Projektmanager Multimedia	122
5.3.14	SAP-Entwickler	124
5.3.15	Softwareentwickler	126
5.3.16	Software-Lokalisierer	128
5.3.17	Spieletester	129
5.3.18	User Interface Designer	131
5.3.19	Webmaster	133
	Fünf Tipps für angehende Spieleentwickler	137
5.4.	Medientechnik	140
5.4.1	Beleuchter	140
5.4.2	Beleuchtungsmeister	141
5.4.3	Betriebstechniker	144
5.4.4	Digital Imaging Engineer	147
5.4.5	Fachkraft für Veranstaltungstechnik	145

5.4.6	Industriebuchbinder	149
5.4.7	IP-Manager	150
5.4.8	► Kameraassistent	38
5.4.9	► Kameramann	40
5.4.10	Lichtdesigner	150
5.4.11	Mediengestalter Bild und Ton	152
5.4.12	Mediengestalter Digital und Print	153
5.4.13	Medientechnologie Druckverarbeitung	155
5.4.14	Medientechniker	156
5.4.15	Mischtonmeister	157
5.4.16	Rigger	159
5.4.17	Studiomeister	160
5.4.18	Toningenieur	162
5.4.19	Verpackungstechniker	163
	Fünf Tipps für angehende Tonmeister	165
5.5.	Design und Animation	167
5.5.1	Animator	167
5.5.2	Architekt/Innenraumdesigner	168
5.5.3	Art Director	170
5.5.4	CGI-Operator (3D-Artist)	172
5.5.5	Computer-Animator	175
5.5.6	Designmanager	176
5.5.7	Grafiker/Grafikdesigner	177
5.5.8	Lighting Artist ► Lichtdesigner	150
5.5.9	Produktdesigner/Möbeldesigner	178
5.5.10	Screen-Designer	179
5.5.11	Sounddesigner	181
5.5.12	Storyworld-Autor ► Transmedia Producer	287
5.5.13	VFX Artist ► Animator	167
	Fünf Tipps für angehende Visual Effects Artists	183

5.6. Musik	185
5.6.1 A&R-Manager	185
5.6.2 Musik-Arrangeur	187
5.6.3 Dirigent	188
5.6.4 Discjockey	190
5.6.5 Generalmusikdirektor	192
5.6.6 Komponist	194
5.6.7 Korrepetitor	195
5.6.8 Managing Director	197
5.6.9 Musicialdarsteller	199
5.6.10 Musiker	200
5.6.11 Musiklehrer	204
5.6.12 Musikproduzent	206
5.6.13 Musikverleger	207
5.6.14 Promoter	209
5.6.15 Sänger	211
5.6.16 Singer/Songwriter	214
5.6.17 Tänzer	216
Fünf Tipps für Berufseinsteiger in der Musik-Branche	219
5.7. Kaufmännische Medienberufe und Public Relations	221
5.7.1 Affiliate Marketing Manager	221
5.7.2 Anzeigendisponent	223
5.7.3 Call-Center-Agent	224
5.7.4 Corporate Publishing Manager	226
5.7.5 Eventmanager	228
5.7.6 Fachkraft für Lagerlogistik	230
5.7.7 Kaufmann für audiovisuelle Medien	231
5.7.8 Kaufmann für Bürokommunikation	232
5.7.9 Kaufmann für Dialogmarketing	233

5.7.10	Kulturmanager	235
5.7.11	Kaufmann für Marketingkommunikation	236
5.7.12	Marketing-Manager	238
5.7.13	Mediaplaner	239
5.6.14	Medienkaufmann Digital und Print	241
5.7.15	PR-Manager	243
5.7.16	SEO-Manager	245
5.7.17	Veranstaltungskaufmann	247
5.7.18	Werbetexter	249
5.7.19	Zeitungszusteller	251
	Fünf Tipps für Berufseinsteiger in der PR	252
5.8.	Fotografie	254
5.8.1	Bildredakteur	254
5.8.2	Fotograf	255
5.8.3	Foto- und medientechnischer Assistent	257
5.8.4	Fotomedienfachmann	259
5.8.5	Model	261
	Fünf Tipps für Berufseinsteiger in der Fotografie	264
5.9.	Buchbranche	266
5.9.1	Archivar	266
5.9.2	Assistent der Verlagsleitung	267
5.9.3	Autor	268
5.9.4	Bibliothekar	271
5.9.5	Buchhändler	273
5.9.6	Layouter	275
5.9.7	Lektor	276
5.9.8	Verlagsleiter	278
	Fünf Tipps für angehende Schriftsteller	281

5.10. Internet	283
5.10.1 Community Manager	283
5.10.2 E-Learning-Projektmanager	283
5.10.3 ► Onlineredakteur	85
5.10.4 Social Media Manager	284
5.10.5 Social Media Redakteur	285
5.10.6 Transmedia Producer	287
Fünf Tipps für die Gestaltung von Erzählwelten	290
5.11. Theater	292
5.11.1 Bühnenbildner	292
5.11.2 Bühnenhandwerker	294
5.11.3 Bühnenmaler/-plastiker	298
5.11.4 Choreograph	300
5.11.5 Dramaturg	302
5.11.6 Fundusverwalter	304
5.11.7 Garderobier	305
5.11.8 Gewandmeister	307
5.11.9 Inspizient	309
5.11.10 Intendant (Theater)	311
5.11.11 Kostümbildner	312
5.11.12 Kostümfärber/Patinierer	315
5.11.13 Kunstgewerbler	317
5.11.14 Maskenbildner	318
5.11.15 Modist	320
5.11.16 Puppenspieler	321
5.11.17 Referent des Intendanten	322
5.11.18 Requisiteur	324
5.11.19 Rüstmeister	326
5.11.20 Souffleur	327
5.11.21 Technischer Direktor	329

5.11.22 Theaterpädagoge	331
5.11.23 Verwaltungsdirektor	332
5.11.24 Werkstattleiter	334
Fünf Tipps für angehende Theaterregisseure	336
Autorinnen und Autoren	339
Literaturverzeichnis	343

Vorwort

Viele Schulabgänger haben den Traum, in den Medien zu arbeiten. Bei über 200 verschiedenen Berufsbildern fehlt vielen aber der Überblick über die gebotenen Möglichkeiten. Denn in kaum einer Branche gibt es so viele unterschiedliche Berufe wie in den Medien. Durch den digitalen Wandel in unserer Gesellschaft entstehen zudem permanent neue Berufsbilder, alte Bereiche verschwinden oder verlieren drastisch an Bedeutung. Mit diesem Buch „Berufe in den Medien“ möchten wir einen Überblick zur Orientierung in der Medienbranche bieten, der allerdings auch keinen Anspruch auf Vollständigkeit hat. Erst seit wenigen Jahren gibt es beispielsweise den Beruf des Social-Media-Managers, der sich für Unternehmen oder Redaktionen um die Planung von Inhalten für soziale Netzwerke wie Facebook oder Twitter und Weblogs oder Wikis kümmert. Auf der anderen Seite gibt es Berufe, wie den des *Metteurs* in der Vordruckstufe einer Tageszeitung, die Stück für Stück an Bedeutung verlieren oder ganz verschwinden. Im Filmbereich spielen Animationen eine immer bedeutendere Rolle, so dass auch hier neue Jobs entstanden sind. Durch die Verschmelzung der verschiedenen Medien (Medienkonvergenz) entstehen ebenfalls immer wieder neue Berufe.

Die Medienbranche ist breitgefächert: Sie reicht von journalistischen Produkten wie Zeitschriften, Tageszeitungen, Hörfunk, Fernsehen und dem rasant wachsenden Onlinebereich über fiktionale Inhalte wie Film und Games bis hin zu den grundlegenden Bereichen Medientechnik und Medienmanagement. Design spielt in allen Mediengattungen eine genauso bedeutende Rolle wie die IT. Mit diesem Buch möchten wir einen Überblick über alle Bereiche bieten – sowohl für Absolventen der Haupt-, Mittel- und Realschule als auch für Abiturienten und Hochschulabsolventen. Denn in den Medien werden Fachkräfte verschiedenster Art gebraucht: Kreative ebenso wie Informatiker, Kaufleute, Handwerker oder Ingenieure. Erst durch dieses Zusammenspiel entstehen neue innovative Medienangebote.

In diesem Buch stellen wir einzelne Berufe vor, in Kapiteln geordnet nach den Mediengattungen wie Film und Fernsehen oder Journalismus. Am Ende jedes Kapitels gibt ein Medienschaffender aus dem jeweiligen Bereich Tipps, wie der Einstieg in die gewünschte Branche

gelingt. Aufgrund der besseren Lesbarkeit der Beiträge wurde darauf verzichtet, die Berufsbezeichnungen für beide Geschlechter zu verwenden. Die männliche Form schließt jedoch selbstverständlich stets die weibliche Bezeichnung mit ein. Manche Berufe stehen zwischen zwei Teilbranchen. Wir mussten hier jeweils die Entscheidung treffen, welcher wir das Berufsbild zuordnen. Die Gliederung soll lediglich beim Lesen eine Erleichterung bieten; letztlich sind auch hier die Übergänge fließend. Manchmal werden Berufsbezeichnungen auch unterschiedlich verwendet.

Als Basis für dieses Buch dienen die Berufsbeschreibungen aus dem MedienWiki (www.medienwiki.org). Ganz herzlich danken wir deshalb den Autorinnen und Autoren, die diese Übersicht verfasst haben, unter anderem Franziska Baur, Marc Briele, Sebastian Gomon, Georg Hampel, Gabriele Hooffacker, Angela Kesselring, Daniela Pielenhofer, Matthias Schöffner, Anna Schleinzer und Anja Seiler. Zudem gilt unser Dank Lektorin Prof. Dr. Gabriele Hooffacker und dem Team der Hallo Welt Medienwerkstatt in Regensburg um Dr. Richard Heigl, die die technische Infrastruktur für das MedienWiki zur Verfügung stellen.

Wir wünschen viel Spaß bei der Lektüre dieses Buchs und ein glückliches Händchen bei der Berufswahl beziehungsweise Entscheidung für eine Ausbildung oder ein Studium!

München, im September 2014

Sarah Becker und Markus Kaiser

1. MedienCampus Bayern

Von Markus Kaiser

Eine zentrale Anlaufstelle für alle Aus- und Fortbildungsinteressierten im Medienbereich – der Freistaat Bayern hat im Jahr 1998 gemeinsam mit 13 führenden Aus- und Fortbildungseinrichtungen einen ganz besonderen Verein gegründet: den MedienCampus Bayern e.V., einen Dachverband für die Medienaus- und -fortbildung in Bayern. Damit nimmt der Freistaat eine bundesweite Vorreiterrolle ein. Heute zählt der MedienCampus Bayern 97 Mitglieder, darunter zahlreiche Akademien, Hochschulen und Universitäten, Medienunternehmen wie der Bayerische Rundfunk und Verbände und Vereinigungen wie die Bayerische Landeszentrale für neue Medien, den Verband der Bayerischen Zeitungsverleger, den Bayerischen Journalisten-Verband oder die Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern bzw. die Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft (vbw).



Die MedienCampus-Vorstandsmitglieder Siegfried Schneider (links) und Andreas Scherer (rechts) schneiden die Torte zum 15-jährigen Geburtstag des MedienCampus Bayern 2013 an. Foto: Marita Reich

Aufgabe des MedienCampus Bayern ist die Förderung, Vernetzung, Beratung und Koordination der Medienaus-, -weiter- und -fortbildung im Freistaat Bayern. Der Verein ist Dachverband, zentrale Plattform, Informationsdrehscheibe und Koordinierungsstelle für die Medienaus- und -fortbildung. Die vorhandenen Kräfte der Medienaus- und -fortbildung werden in ihm gebündelt, Empfehlungen werden ausgesprochen, Defizite aufgezeigt und Projekte angestoßen. Im Mittelpunkt stehen dabei die Koordinierung und Vernetzung der vorhandenen Bildungsangebote. Der MedienCampus Bayern berät die Mitglieder und wirkt mit den zuständigen Stellen der Bayerischen Staatsregierung sowie mit Einrichtungen, Unternehmen und Verbänden aus dem Medienbereich zusammen.

Ob Fernsehen, Film, Radio, Zeitung oder Internet: Bayern ist als Medienstandort in Deutschland die Nummer Eins. Daraus resultiert die stetig wachsende Nachfrage nach qualifiziertem Nachwuchs – und genau hier setzt der MedienCampus Bayern an: Er hat sich zur Aufgabe gemacht, die bayerische Medienaus- und -weiterbildung zu fördern und zu koordinieren. Eine wichtige Aufgabe ist es, Transparenz in die vielfältigen Bildungsangebote der mittlerweile 97 Mitglieder des MedienCampus Bayern zu bringen. Außerdem steht der MedienCampus für Qualitätssicherung in der Aus- und Fortbildung. Der MedienCampus Bayern organisiert Vernetzer-Veranstaltungen, wie die Jahrestagung der bayerischen Medien-Professoren (Campus-Tag), der bayerischen Games-Professoren (GamesCampus) und der Volontärsbeauftragten bayerischer Tageszeitungen und Zeitschriften (VolontariatsCampus). Darüber hinaus lädt er jährlich auf das kostenfrei zugängliche MedienCampus-Areal auf den MEDIENTAGEN MÜNCHEN ein (siehe Kapitel 3), veranstaltet das ANIMATION MEETING, Ringvorlesungen, die Fachtagung Medien in Wildbad Kreuth, die Fachtagung Crossmedia im Rahmen der Lokalfunktage Nürnberg und informiert auf Jobmessen. Er ist die Berufs- und Studienberatung für den Bereich Medien in Bayern.

Damit Schüler, Studierende und Fortbildungsinteressierte gute von schlechten Aus- und Fortbildungen bzw. Studiengängen unterscheiden können, hat der MedienCampus im Jahr 2012 das Qualitätssiegel eingeführt (siehe Kapitel 4). Dieses bietet Orientierung in einem höchst unübersichtlichen Bildungsmarkt.



Der MedienCampus Bayern veranstaltet jedes Semester eine Ringvorlesung Games oder Design.

Foto: Veronika Alz

Der MedienCampus informiert sowohl mit diesem Buch „Berufe in den Medien“ als auch mit dem jährlich erscheinenden „Medien Magazin“ (dieses kann kostenfrei unter info@mediencampus.de angefordert werden) und online im MedienWiki unter www.medienwiki.org über die verschiedensten Angebote in Bayern. Das „Medien Magazin“ ist auch an allen bayerischen Gymnasien und Realschulen sowie in allen bayerischen Arbeitsagenturen erhältlich. Interessierte Schüler und Lehrer können einfach im jeweiligen Rektorat nachfragen.

Für besonders begabte Studierende und Young Professionals bietet der MedienCampus Bayern verschiedene Stipendien an: Austauschprogramme mit Hollywood (USA) sowie der bayerischen Partnerprovinz Québec (Kanada) und das Programm Eliteförderung Videojournalismus gemeinsam mit der Hochschule Ansbach und dem Aus- und Fortbildungskanal afk tv in München.

Speziell für Lehrer hat der MedienCampus Bayern das Buch „P-Seminar Medien“ herausgebracht (herausgegeben von Markus Kaiser, München 2013). Das Buch bietet Tipps und Praxisbeispiele von Zeitungen, Film und Animation bis hin zu Musik, Public Relations und

Online-Medien. Außerdem gibt es im MedienWiki unter www.medienwiki.org in der rechten Navigationsleiste unter Schnelleinstieg eine PowerPoint-Präsentation für Lehrer und Arbeitsagenturen über Berufsbilder und Medienstudiengänge, die im Unterricht eingesetzt werden kann. Ergänzt wird die PowerPoint durch Informationen in einem weiteren Dokument.

Seit April 2014 betreibt der MedienCampus Bayern außerdem eine Medienstandort-Website. Diese ist unter www.mediennetzwerk-bayern.de abrufbar und bietet einen umfassenden Überblick über Entwicklungen in der bayerischen Medienbranche von Audio, Design und Fernsehen über Film, Games und IKT bis hin zu Print & Publishing sowie Werbung & PR. Auch über Start-ups und Aus- und Fortbildung wird auf der Branchen-Website des Mediennetzwerks Bayern informiert. Wer also einen Medienberuf ergreifen will, kann sich auch hier einen Überblick über aktuelle Projekte und Entwicklungen verschaffen.

Weiterführende Links:

www.medien-campus.de
www.medienwiki.org
www.facebook.com/mediencampus
www.youtube.com/medienwiki
www.mediennetzwerk-bayern.de
www.facebook.com/mediennetzwerk

Kontakt:

MedienCampus Bayern e.V., Liebigstraße 8, 80538 München
Tel. 089/216691-0, Fax 089/216691-70
Mail: info@mediencampus.de

2. MedienWiki

Von Markus Kaiser

Wer sich über die Bedeutung eines Begriffs informieren will bzw. Informationen über eine Person oder einen Ort sucht, nutzt gerne als erste Anlaufstelle Wikipedia. Seit über zehn Jahren beinhaltet dieses Online-Lexikon das gebündelte Wissen der Menschheit. Dadurch kann man sich einen schnellen Überblick verschaffen. Schnell – dies bedeutet auch das Wort „Wiki“, das aus dem Hawaiianischen kommt. Auf derselben Software-Basis wie die internationalen Wikipedia basieren inzwischen eine Reihe weiterer Wikis, die sich speziellen Themen widmen: Lexika über Fernsehserien genauso wie über Städte oder Regionen. Und seit 2011 gibt es ein Wiki, in dem alle Informationen über den Medienbereich gebündelt sind: das MedienWiki.

The screenshot shows the MedienWiki interface. At the top, there is a search bar and a login button. Below the header, the article title 'Ressortjournalismus (Bachelor)' is displayed, along with its author 'Sarah Becker' and the subject 'Ansbach, Journalismus, Journa...dinglinge'. The article text describes the Bachelor program at Hochschule Ansbach, mentioning that students learn about various media types and journalistic work phases. A sidebar on the left contains navigation links like 'Anfangsseite', 'Inhalt', and 'Aktuelle Termine'. On the right, there is a table with contact information for the 'Studiengang Ressortjournalismus'.

Studiengang Ressortjournalismus	
Rechtsform	Körperschaft des öffentlichen Rechts
Gründungsjahr	2008
Adresse	Residenzstraße 8 91522 Ansbach
Telefon	09814877-234
E-Mail	rhermann@he-ansbach.de
Web	www.he-ansbach.de
Leitung	Prof. Renate Hermann
Anspruchspartner	Prof. Renate Hermann

Im MedienWiki unter www.medienwiki.org erhält man einen schnellen Überblick über die verschiedenen Medienberufe.

Unter www.medienwiki.org gibt es Informationen zu den weit über 200 Berufsbildern im Medienbereich. Außerdem kann man sich im MedienWiki einen Überblick über Aus- und Fortbildungseinrichtungen genauso verschaffen wie über Weiterbildungsseminare und Studiengänge. Deshalb wird das MedienWiki von Schulabgängern genauso gerne genutzt wie von Berufstätigen, die nach einer Fortbildung suchen. Es vermittelt einen Überblick. Am Ende jedes Eintrags wird dann auf weiterführende Informationen verwiesen und an diejenigen verlinkt, die die konkreten Aus- und Fortbildungen anbieten. Betrieben wird das MedienWiki vom MedienCampus Bayern und der gelben Bücherreihe „Journalistische Praxis“ aus dem Verlag SpringerVS. Die Einträge werden durch das Wiki-Prinzip, dass viele an den Inhalten mitwirken, ständig auf dem aktuellen Stand gehalten. So wie die Wikipedia Mechanismen mit Administratoren geschaffen hat, kann aber auch im MedienWiki nicht jeder die Beiträge editieren. Dies bleibt einer registrierten Gruppe vorbehalten, um die Qualität der Beiträge zu gewährleisten. Das Gute an einem Wiki ist die Verknüpfung der einzelnen Beiträge untereinander: Wer sich also den Beitrag über einen Beruf durchliest, gelangt durch interne Links auf die Seiten, wo man diesen Beruf erlernen oder das entsprechende Fach studieren kann.

„Irgendwas mit Medien?!“

Für jemanden, der später „Irgendwas mit Medien“ machen möchte, bietet das MedienWiki eine erste Orientierung: von Journalismus und Film über Medientechnik und Medienmanagement bis hin zu Animation, Design und Games. In der Medienbranche sind Technikbegeisterte genauso gefragt wie Kreative. Manche arbeiten den ganzen Tag vor dem Computer, andere wiederum sind den ganzen Tag beim Filmdreh am Set. In kaum einer Branche gibt es so viele vielfältige und unterschiedliche Berufe wie in den Medien. Gerade deshalb fällt vielen aber auch die Entscheidung bei der Berufswahl schwer. Im MedienWiki lassen sich zudem gute Alternativen finden, wenn ein konkreter Beruf aufgrund eines geforderten Schulabschlusses oder Numerus clausus in weite Ferne gerückt ist.

Neben den Texten über die verschiedenen Medienberufe gibt es unter www.medienwiki.org auch Videos, in denen die unterschiedlichen

Jobs vorgestellt werden: vom Caster und Coloristen über den Maskenbildner und Medienwirtschaftler bis zum Verlagsleiter und Videojournalisten. Die Videos, die in Zusammenarbeit mit dem Bayerischen Rundfunk und Bavaria Film entstanden sind, sind außerdem auch auf dem YouTube-Channel des MedienWiki unter www.youtube.de/medienwiki zu finden. Durch die Videos gewinnt man einen Einblick in den Berufsalltag.



medienWiki

INFOS ZU AUS- & WEITERBILDUNG

Kaum jemand nutzt heute nur noch ein Medium, liest nur Zeitung, schaut nur Fernsehen oder surft nur im Internet. Das von einer Redaktion gezielt geplante Zusammenspiel der verschiedenen Medien nennt man Crossmedia. Bewusst wurde dieses Prinzip auch beim MedienWiki und bei diesem Buch „Berufe in den Medien“ eingesetzt: Das Buch bietet eine Übersicht mit kurzen Informationen über die Berufsbilder, im MedienWiki gibt es dazu weiterführende Links, ständig aktuell gehaltene Beiträge und eben Videos. Idealerweise kann man sich also nach der Lektüre dieses Buches unter www.medienwiki.org noch ergänzende Informationen zusammensuchen.

Weiterführender Link:

www.medienwiki.org

3. Medientage München

Von Markus Kaiser



Das MedienCampus-Areal auf den MEDIENTAGEN MÜNCHEN ist stets gut gefüllt. Rund 3000 Besucher kamen im Jahr 2013 in diesen Bereich.

Foto: Brigitte Aiblinger

Im Oktober wird das Münchner Messegelände ICM in Riem zum Treffpunkt der Medienszene: Dann finden jedes Jahr jeweils drei Tage lang die MEDIENTAGE MÜNCHEN statt, Europas größter Medienkongress. Das Fachpublikum diskutiert drei Tage lang über neue Entwicklungen. Speziell für Aus- und Fortbildungsinteressierte gibt es zudem das kostenfrei zugängliche MedienCampus-Areal (Programm abrufbar unter www.medien-campus.de), organisiert vom MedienCampus Bayern.

Rund 3000 Besucher kamen im Jahr 2013 aufs MedienCampus-Areal, darunter zahlreiche Busexkursionen von Schulen, Hochschulen und Universitäten aus ganz Bayern: von Würzburg bis Passau, von Bayreuth bis Neu-Ulm. Das MedienCampus-Areal auf den MEDIENTAGEN MÜNCHEN wurde somit auch zu einem Treffpunkt des

Mediennachwuchses. Speziell auf diese Zielgruppe abgestimmt gibt es jeweils von Mittwoch bis Freitag ein Nonstop-Programm von 9.00 bis 18.00 Uhr auf der Bühne mit Vorträgen, Diskussionsrunden, Streitgesprächen, Interviews und Videozuspielern. Auch Prominente und erfahrene Praktiker sind auf dem Podium auf dem MedienCampus-Areal anzutreffen.

Neben diesem Programm gibt es eine Café-Lounge mit Workshops aus den verschiedensten Medienbereichen, einen Recruiting-Bereich für Praktika, Volontariate, Traineeprogramme oder feste Stellen und Infostände der MedienCampus-Mitglieder. Diese informieren vor allem über Aus- und Fortbildungsmöglichkeiten: vom Journalistik-Studium über eine Ausbildung in einem IHK-Beruf bis hin zum Volontariat beim Bayerischen Rundfunk oder einer Ausbildung an der Deutschen Journalistenschule. Nirgendwo sonst können sich Aus- bzw. Fortbildungsinteressierte einen derart schnellen und kompakten Überblick über die verschiedensten Angebote in Bayern verschaffen und die einzelnen Studiengänge vergleichen. An den Ständen stehen meist die Dozenten selbst, nicht selten die Professoren der einzelnen Studiengänge.



Buntes Programm mit vielen Prominenten auf dem kostenfrei zugänglichen MedienCampus-Areal der MEDIENTAGE MÜNCHEN.

Foto: Brigitte Aiblinger

Weiterführender Link:

www.medien-campus.de/medientage-muenchen

4. Das Qualitätssiegel

Von Veronika Alz



Wer einen Beruf in der Medienbranche erlernen möchte, stößt schnell auf ein unüberschaubares Angebot an Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten. Nicht nur zahlreiche neue Berufsbilder sind in den vergangenen Jahren entstanden, auch viele unterschiedliche Unternehmen und Institutionen bieten mittlerweile Ausbildungsprogramme und Studiengänge im Medienbereich an. Da stellt man sich als Bewerber schnell die Frage, wo man eine wirklich fundierte und umfassende Ausbildung bekommt, zumal einige Einrichtungen oftmals viel Geld für Ihre Bildungsangebote verlangen.

Das Qualitätssiegel des MedienCampus Bayern dient hier als Orientierungshilfe. Es zeigt Schülern und Studenten, aber auch erfahrenen Praktikern, welche Unternehmen und Institutionen eine qualitativ hochwertige Aus- oder Weiterbildung anbieten.

Das Qualitätssiegel kann sowohl von Hochschulen, Universitäten und Akademien als auch von Medienunternehmen beantragt werden – unabhängig von ihrer Größe oder der Anzahl ihrer Bildungsangebote. Ob einer Institution das Qualitätssiegel verliehen wird, unterliegt strengen Prüfungen. Erfahrene externe Gutachter überzeugen sich vor Ort von der Qualität des Bildungsangebots und überprüfen dabei die Kriterien Lehrinhalt, Dozenten, technische Ausstattung und vor allem Qualitätssicherung. Besteht das Unternehmen die Prüfung, wird das Siegel für einen Zeitraum von drei Jahren verliehen. Dann wird erneut geprüft.

Über 30 Siegel wurden mittlerweile verliehen, unter anderem an die Universität Passau, die Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt und die Technische Hochschule Nürnberg Georg Simon Ohm. Aber auch Akademien wie die Akademie der Bayerischen Presse wurden bereits mit dem Qualitätssiegel ausgezeichnet. Eine Übersicht über alle aktuellen Siegelinhaber ist auf der Homepage des MedienCampus Bayern (www.mediencampus.de) zu finden.

Weiterführender Link:

www.mediencampus.de/qualitaetssiegel

5. Berufsbilder in den Medien

5.1. Film und Fernsehen

Ob als Schauspieler und Moderator vor der Kamera oder als Regisseur und Produzent im Hintergrund – die schillernde Welt von Film und Fernsehen übt ihren eigenen, ganz besonderen Reiz aus. Viele Berufe, wie beispielsweise den Kameramann oder Cutter, gibt es in beiden Bereichen, dennoch funktioniert Fernsehen anders als die Produktion eines Films. Auch mit Hollywood darf man die deutsche Filmproduktion nicht vergleichen, denn während in den USA Millionenbudgets an der Tagesordnung sind, müssen deutsche Produzenten mit wesentlich weniger Geld auskommen. Deshalb sind die Filmcrews hierzulande auch kleiner, was für den Einzelnen aber mehr Möglichkeiten bedeutet, zusätzlich andere Tätigkeiten auszuüben. Die Ursprünge der meisten Berufe liegen in Hollywood, was bereits die vielen englischen Namen, wie beispielsweise beim Line Producer, verraten. Durch die Digitalisierung verändern sich auch bei Film und Fernsehen die Anforderungen und Arbeitsabläufe, wodurch sich die Aufgabenbereiche in einigen Berufen verschieben.

5.1.1 Aufnahmeleiter

Der Aufnahmeleiter ist als Mitarbeiter der Produktion für den reibungslosen organisatorischen Ablauf von Studioproduktionen, Außenaufnahmen und Außenübertragungen zuständig.

Berufsbild

Der Aufnahmeleiter ist dafür verantwortlich, dass die Aufnahme des Films oder der Sendung wie geplant funktioniert. Seine Arbeit beginnt mit den Vorbereitungen der Dreharbeiten. Er ist an den Regie- und Produktionsbesprechungen beteiligt, die im Vorfeld stattfinden. Auch bei der Erstellung des Drehplans wirkt er mit. Wenn nicht im Studio gedreht wird, besichtigt der Aufnahmeleiter gemeinsam mit dem Regisseur die vom Locationscout gesuchten Drehorte und prüft sie auf ihre Eignung. Dabei achtet er vor allem auf logistische und organisatorische Durchführbarkeit der Aufnahmen, beispielsweise die

Erreichbarkeit des Ortes. Er organisiert auch den Transport der Technik zum Drehort und die dortige Unterbringung der Crew, Darsteller und Studiogäste. Die Dekoration des Drehortes fällt ebenfalls in seinen Aufgabenbereich. Aufnahmeleiter sind außerdem für die Überwachung der arbeitsrechtlichen Vorschriften zuständig, das bedeutet, sie achten auf die Einhaltung von Arbeitszeitbeschränkungen für Kinder und Pausen aller Mitarbeiter.

Eine ihrer wichtigsten Aufgaben ist das Schreiben der jeweiligen Tagesdisposition. Darin ist der zeitliche Ablauf eines Drehtages oder einer Sendungsproduktion festgelegt, damit jeder Beteiligte weiß, was er wann und wo zu tun hat. Der Aufnahmeleiter ist auch dafür verantwortlich, dass sowohl die Crew als auch die Schauspieler und Gäste rechtzeitig vor Ort sind. Sein übergeordnetes Ziel ist es, einen reibungslosen Ablauf zu gewährleisten und Zeitverzögerungen zu verhindern, auch schon bei den Proben. Wenn sich die äußeren Bedingungen ändern, muss der Aufnahmeleiter schnell darauf reagieren, zum Beispiel wenn ein Dauerregen den geplanten Außendreh zunichte macht. Johanna Maier, Aufnahmeleiterin beim Bayerischen Rundfunk, hat einen Tipp für alle in diesem Beruf: „Agieren, nicht reagieren. Immer einen Schritt vorausdenken.“

Je nach Produktion oder Sender gibt es große Unterschiede, was die Tätigkeiten des Aufnahmeleiters betrifft. Bei vielen Produktionen gibt es den Ersten und Zweiten Aufnahmeleiter. Der Erste erstellt die Disposition, ist zuständig für die Organisation des Ablaufes, kümmert sich um Dekoration und Requisite und sorgt dafür, dass alle Beteiligten rechtzeitig vor Ort sind. Der Zweite Aufnahmeleiter stellt die Kontaktperson für die Crew am Set dar. Er ist verantwortlich für die Organisation des Equipments vor Ort, dient als Ansprechpartner für Fragen und kümmert sich um das Catering. Manchmal wird auch noch zwischen dem Studioleiter und dem, der sich um Außenaufnahmen kümmert, unterschieden. Oft erfüllt ein Aufnahmeleiter aber auch alle genannten Funktionen in einer Person.

Voraussetzungen

Aufnahmeleiter brauchen viel organisatorisches Talent sowie juristische und kaufmännische Kenntnisse in ihrem Beruf. Um immer wieder neuen Aufgaben gerecht werden zu können, sollten sie außerdem

flexibel, zuverlässig, engagiert und geduldig sein. Verhandlungsgeschick und gute Englischkenntnisse (vor allem bei internationalen Produktionen) werden vorausgesetzt. Ein allgemeines Verständnis der künstlerischen und technischen Abläufe bei einer Film- und Fernsehproduktion ist ebenfalls erforderlich. Mit langen Arbeitszeiten dürfen Interessenten für diesen Beruf ebenfalls keine Probleme haben, denn der Aufnahmeleiter kommt meist als Erster und geht als Letzter. Um auch unerwartete Zwischenfälle gut meistern zu können, sollte er Improvisationstalent und Stressresistenz mitbringen. Weil ein Aufnahmeleiter die Crew während der Produktion im organisatorischen Bereich führt, muss er kommunikativ und teamfähig sein, aber auch durchsetzungsfähig.

Ausbildung

Zum Aufnahmeleiter kann eine zweijährige Weiterbildung in Form eines Volontariates absolviert werden. Zuvor muss bereits eine Lehre im kaufmännischen Bereich erfolgreich abgeschlossen worden sein. Angeboten wird diese Ausbildung von der Ausbildungsgemeinschaft für Medienberufe (AGM), dem „Zusammenschluss von öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten und kommerziellen Fernseh-Produktionsbetrieben mit dem Ziel, eine praxisorientierte und betriebsübergreifende Ausbildung von dringend benötigten Nachwuchskräften anzubieten“. Jeweils Mitte Januar kann das Volontariat zum Aufnahmeleiter an einer der beteiligten Fernsehanstalten aufgenommen werden. Wer sich für diese Ausbildung bewerben möchte, sollte auf jeden Fall bereits ein Praktikum in der Produktion absolviert haben und den Führerschein besitzen. Als Schulabschluss wird mindestens die Mittlere Reife gefordert.

Es gibt aber auch andere Wege, die zum Beruf des Aufnahmeleiters führen. Viele haben beispielsweise eine Ausbildung zum Mediengestalter Bild und Ton mit einer entsprechenden Spezialisierung gewählt.

Weiterführender Link:

Ausbildung der AGM zum Aufnahmeleiter:
www.ndr.de/unternehmen/ausbildung/agm/index.html

5.1.2 Bildmischer

Wo der Cutter beim Montieren eines Filmes aus mehreren Einstellungen und Klappen in tagelanger Feinarbeit einen fertigen Film erstellt, hat der Bildmischer (BiMi) live zwischen verschiedenen Kamerabildern und anderen Quellen zu entscheiden und fügt diese zu einer fertigen Sendung zusammen.

Berufsbild

Während der Sendung oder Aufzeichnung untersteht der Bildmischer dem Regisseur und schaltet auf dessen Anweisung zwischen den einzelnen Quellen. In seltenen Fällen wird diese Tätigkeit vom Regisseur gleich mit übernommen, üblicher ist aber, dass der Regisseur Teile seiner Entscheidungsgewalt dem Bildmischer überlässt. Damit kann ein BiMi direkt in das Timing einer Fernsehproduktion eingreifen und wird gestalterisch tätig. Er kennt die Möglichkeiten der unterschiedlichen Bildmischer-Einheiten und wählt unterschiedliche Videotricks aus, um zum Beispiel Reporter und Moderator in ein gemeinsames Bild zu bringen, obwohl der Moderator in Hamburg, der Reporter aber in Afrika ist.

Um als Schnittstelle einerseits zwischen Regisseur und Kameraleuten sowie andererseits zwischen real stattfindender Aktion und neu entstehender Fernsehsendung agieren zu können, muss er alle Abläufe, sowohl die technischen als auch die inhaltlich-redaktionellen, perfekt verinnerlichen. Er behält den Überblick und wirkt nicht selten als Ruhepol in der Regie. Bis man allerdings komplexe Produktionen mit 20 oder mehr Kamerazügen souverän mischt, muss man sehr viel Erfahrung sammeln.

Bildmischer arbeiten festangestellt in Rundfunkanstalten oder Produktionsfirmen. Freiberuflich wird die Tätigkeit des Bildmischers häufig auch von Kameraleuten oder Regisseuren sowie Regieassistenten übernommen.

Voraussetzungen

Bildmischer benötigen ein hohes Maß an Stresstoleranz, denn sie sitzen genau dort, wo es am hektischsten zugehen kann. Ästhetisches Empfinden ist genauso wichtig wie technischer Verstand. Je nach Einsatzgebiet ist auch die Beherrschung von Fremdsprachen nützlich.

Spezialisiere Bildmischer, die nur in bestimmten Bereichen wie beispielsweise bei Sport-Liveübertragungen tätig werden, müssen alle Regeln dieser Sportart beherrschen und die Dramaturgie von Übertragungen dieser Sportart kennen.

Ausbildung

Bildmischer ist kein Lehrberuf. Die Tätigkeit wird in fernsehrelevanten Ausbildungen und Studiengängen eingeübt oder über Praktika erlernt.

5.1.3 Casting Director

Er entscheidet, wer die Hauptrolle bekommt, wer Statist sein darf und wer gar nichts bekommt. Der Casting Director sucht die Schauspieler für einen Film aus und hat dabei schon so manchen zukünftigen Star entdeckt.

Berufsbild

Wenn ein Film eine gute Geschichte erzählt, ist dies die gelungene Arbeit des Drehbuchautors. Wenn sie gut inszeniert ist, die des Regisseurs, und wenn die Besetzung der Hauptrolle überzeugt, ist es das gelungene Werk des Casting Directors. Er sucht und entdeckt Schauspieler und macht Besetzungsvorschläge für Rollen bei Film und Fernsehen, für Werbefilme oder die Bühne. Auch Musiker können gecastet werden.

Zu Beginn liest der Casting Director das Drehbuch, um eine Vorstellung davon zu bekommen, welche Charaktereigenschaften die zu besetzenden Rollen vorgeben. Er macht sich erste Notizen und bespricht sich anschließend mit dem Regisseur und Produzenten. Wenn sie sich abgestimmt haben, beginnt der Casting Director zu recherchieren, sichtet Demotapes und führt Telefonate. Nicht selten durchforstet er dabei ganze Datenbanken mit Schauspielerprofilen oder lädt zu Castings oder Auditions ein. Aufgabe des Casting Directors ist es, eine Auswahl an geeigneten Schauspielern oder Musikern zu treffen und diese dem Regisseur und dem Produzenten vorzustellen. Diese wählen dann aus der Vorauswahl die endgültige Besetzung aus. Letztendlich arbeitet der Casting Director wie ein kreativer Dienstleister für Regisseur und Produzent. Die Krönung seiner Arbeit ist es, neue

Schauspielgrößen und Talente zu entdecken. Daher hält er immer seine Augen offen, egal wo er sich gerade befindet.

Ein Casting Director arbeitet meist in Castingagenturen, Produktionsfirmen oder bei Fernsehsendern. Dabei ist er meist freiberuflich tätig, denn feste Anstellungen sind selten.

Voraussetzungen

Ein Casting Director braucht ein gutes Gespür für Menschen, um Talente erkennen zu können. Er sollte auch über diplomatisches Geschick verfügen, um Kritik oder Absagen angemessen vermitteln zu können. Er muss zudem gut organisieren und Termine koordinieren können. Darüber hinaus sollte er kommunikativ sein und den Schauspielern beim Casting auch Anweisungen geben können, wie etwas anders zu spielen ist. Um treffsicher die richtigen Kandidaten für eine Produktion oder eine Aufführung auszuwählen, muss sich der Casting Director grundsätzlich gut in der Fernseh-, Film- und Werbebranche auskennen.

Ausbildung

In den Beruf des Casting Directors führt kein vorgeschriebener Weg. Besonders wichtig sind daher Praktika bei Filmproduktionen und Produktionsfirmen. Prinzipiell können aber viele unterschiedliche Wege in die Position des Casting Directors führen. Wer zunächst einmal studieren möchte, für den bietet sich ein Studium im Film-, Theater- oder Medienbereich an. Aber auch eine Schauspielausbildung oder andere Berufe rund um die Filmproduktion, wie beispielsweise eine Tätigkeit als Regieassistent, können den Weg bereiten, um später einmal als Casting Director zu arbeiten.

5.1.4 Cutter

Er bringt die Clips in die richtige Reihenfolge, fügt Szenen aneinander und schneidet Unerwünschtes weg – der Cutter macht aus den Aufnahmen des Kamerateams erst den fertigen Film.

Berufsbild

Der Cutter bringt die gedrehten Filmszenen durch den Schnitt in die geplante Reihenfolge. Ein Film wird nur ganz selten in der tatsäch-

lichen chronologischen Abfolge gedreht, und auch dann gilt es, nicht gelungene Aufnahmen auszusortieren und saubere Übergänge zu gestalten. Sind alle Szenen abgedreht, setzt sich der Cutter gemeinsam mit dem Regisseur, Produzenten oder Redakteur – je nachdem, ob er beim Film oder einem Fernsehsender arbeitet – gemeinsam vor den Schnittbildschirm. Nach deren Anweisungen und den im Drehbuch festgeschriebenen Szenenwechseln fügt er dann den Film zusammen. Dabei bringt er auch selbst Vorschläge ein, wie eine Idee am besten umzusetzen ist. Oft wird im Schnitt noch einiges am Film geändert. Da werden Szenen verkürzt, Bildfolgen geändert oder einzelne Sequenzen komplett gestrichen. Während in der heute gebräuchlichen, digitalen Schnittsoftware Arbeitsschritte „einfach“ rückgängig gemacht werden können, war das früher nicht so. Denn da wurde der analoge Film tatsächlich noch mit Schere und Klebeband am Lichttisch bearbeitet. Analoges Schnitt ist heute sehr selten geworden, wird aber in der Ausbildung noch gelehrt.

Cutter werden oft auch als Editor oder Videoeditor bezeichnet. Sie arbeiten bei Filmproduktionsfirmen oder Fernsehsendern und können dabei sowohl festangestellt als auch freiberuflich tätig sein.

Voraussetzungen

Angehende Cutter sollten unbedingt gestalterisches Interesse und technische Fähigkeiten mitbringen. Den Umgang mit PC oder Mac müssen sie auf jeden Fall beherrschen. Interessenten für diesen Beruf sollten auch stressresistent sein, da sie beim Schneiden meist unter enormem Zeitdruck stehen und Terminvorgaben pünktlich einhalten müssen. Einwandfreies Seh- und Hörvermögen sind für diesen Beruf ebenfalls erforderlich. Zwar gibt es als Bedingung für die Ausbildung keinen offiziell vorgeschriebenen Schulabschluss, dennoch bevorzugen die meisten Betriebe Bewerber mit Abitur oder Fachabitur.

Ausbildung

Es gibt eine staatlich anerkannte Ausbildung zum Film- und Videoeditor. Sie dauert drei Jahre und findet im dualen System, also im Betrieb und an einer Berufsschule statt. Interessenten können sich

dafür bei Produktionsfirmen oder Fernsehsendern und Rundfunkanstalten bewerben.

Weiterführender Link:

Bundesverband Filmschnitt Editor e.V.: www.bfs-filmeditor.de

5.1.5 Digital Colorist

Die düsteren Farben eines Endzeitthrillers, das beschauliche Grün der Bergwiesen im Heimatfilm oder das strahlende Weiß aus der Waschmittelwerbung – all das ist das Werk des Digital Coloristen. Er ist für die Farbkorrekturen der Bilder bei Film, Fernsehen und in der Werbung zuständig und bestimmt dadurch deren Look.

Berufsbild

Seine Arbeit beginnt in der Regel mit dem Beginn der Postproduktion, also mit der technischen Nachbearbeitung von gedrehtem Filmmaterial. Bevor an den digitalen Farbeinstellungen gedreht wird, steht jedoch erst ein abstimmdes Gespräch mit dem Regisseur und dem Kameramann an. Gemeinsam entscheiden sie, wie die Bilder wirken sollen und welche Stimmung beim Zuschauer entstehen soll. Ist das Farbkonzept besprochen, macht sich der Digital Colorist an die Umsetzung. Seine Arbeit spielt sich größtenteils vor Bildschirmen und Mischpulten ab und wird oft auch als Color-Grading bezeichnet. Um gewünschte Stimmungen auf der Leinwand entstehen zu lassen, verstärkt oder mindert er Kontraste und verändert Farben. Einzelne Filmszenen lässt er dadurch freundlich oder düster, bedrohlich oder heimelig aussehen. Um seine Ideen und das geplante Farbkonzept umsetzen zu können, muss er auch kleine Aufnahmefehler der Kamera ausgleichen können. So korrigiert er im Nachhinein zum Beispiel Farb- oder Schärfereinstellungen.

Die Tätigkeit eines Digital Coloristen umfasst sowohl kreativ-künstlerische als auch technische Aspekte. Früher hat der Digital Colorist meist nur die einzelnen Bilder eines Films farbtechnisch aufeinander abgestimmt. Heute hat er in der Regel wesentlich mehr Freiräume für künstlerische Schaffensprozesse, wozu ihm auch mehr technische Möglichkeiten zur Verfügung stehen. In welchem Maß er seine eigenen Ideen allerdings tatsächlich einbringen und umsetzen kann,

hängt individuell vom jeweiligen Auftraggeber ab. Unter Umständen muss sich ein Digital Colorist streng an die Vorgaben des Auftraggebers halten und seine Arbeit als reine Dienstleistung verstehen. Digital Coloristen können direkt bei Film- oder Fernsehproduktionsfirmen angestellt sein, die Mehrzahl arbeitet aber als Freiberufler für mehrere Auftraggeber.

Voraussetzungen

Ein genauer Blick für Farben ist wohl die wichtigste Voraussetzung, die ein Digital Colorist mitbringen sollte. Dazu gehört auch Wissen über die Funktion des menschlichen Auges, die Wirkung von Licht und die Entstehung von Farben. Vieles davon wird im Physikunterricht vermittelt, angehende Digital Coloristen sollten also ein gewisses Interesse für dieses Fach mitbringen. Aber auch Kreativität, künstlerisches Verständnis, eine Vorliebe für Filme und Technikaffinität sind gefragt. Digital Coloristen müssen sich gut mit Lichtsetzung, Filterung und Belichtung auskennen und wissen, wie die digitale Bild- und Signalverarbeitung funktioniert. Darüber hinaus müssen sie Spezialisten sein, wenn es um fototechnische Prozesse geht und wissen, wie etwa eine Filmkörnung oder digitales Bildrauschen entstehen.

Ausbildung

Da es keine direkte Ausbildung zum Digital Coloristen gibt, ist ein Praktikum bei einer Filmproduktionsfirma eine gute Chance, sich den Beruf und die damit verbundenen Aufgaben genauer anzusehen. Dies kann auch eine Einstiegsmöglichkeit sein, um anschließend eine Assistenzstelle zu bekommen. Einige Digital Coloristen sind über Ausbildungen im Bereich der Bildtechnik oder 3D-Animation zu diesem Beruf gelangt. Manche Medienhäuser bieten auch technische Volontariate an. Wer studieren möchte, für den bietet sich ein Kommunikations- oder Grafikdesignstudium an. Vereinzelt lassen sich auch weiterbildende Workshops und Kursangebote finden.

Weiterführende Links:

Netzwerk der Film- und Fernsehbranche: www.crew-united.com
BVK – German Society of Cinematographers: www.bvkkamera.org

5.1.6 Drehbuchautor

Bevor die Kameras rollen und die Schauspieler ihren großen Auftritt haben, wird ein Film sekundengenau geplant. Dialoge, Handlungen, Charaktere und Kameraeinstellungen – das alles steht im Drehbuch eines Films. Verantwortlich dafür ist der Drehbuchautor.

Berufsbild

Der Drehbuchautor schreibt den Plan für einen Film oder eine Serie. Er entwickelt die Geschichte, den Ablauf und die Charaktere, oft ist sogar die Idee des Films von ihm. Damit der Film zum Erfolg wird, muss ein Drehbuchautor sein Zielpublikum sehr gut kennen und wissen, ob er mit seinem Thema und der Herangehensweise daran den Nerv der Zeit trifft.

Wenn ihm eine Idee gekommen ist, beginnt er, Stichworte zu sammeln und schreibt ein Exposé, ein erstes Konzept. Dieses gilt es dann Schritt für Schritt zu verfeinern. Der Handlungsablauf wird vorgezeichnet und die wichtigsten Charaktere des Films mit ihren individuellen Persönlichkeiten entwickelt. Dieses genauere Konzept heißt Treatment. Damit macht sich der Drehbuchautor auf die Suche nach einem Regisseur oder Produzenten, der den Stoff umsetzen möchte. Dafür wendet er sich entweder an ein Filmstudio oder direkt an entsprechende Personen, die sich dann im Nachhinein eine Filmfirma suchen. Das ist einer der schwierigsten und wichtigsten Bereiche bei der Arbeit eines Drehbuchautors, denn nur durch den Verkauf seines Drehbuchs verdient er überhaupt etwas – nur wenige Drehbücher werden direkt beauftragt. Und aus den meisten Treatments wird nie ein Drehbuch.

Wenn sich jemanden für die Umsetzung gefunden hat, geht es an die konkrete Ausarbeitung des Drehbuchs. Dabei werden alle Details des Films festgeschrieben, jede einzelne Szene beschrieben und alle Charaktere des Filmes detailliert entwickelt. Bei dieser Ausarbeitung arbeiten Drehbuchautoren oft auch im Team zusammen.

Wenn die Arbeit auf mehrere Leute aufgeteilt wird, dann gibt es mehrere Unterarten von Drehbuchautoren, die je nach Produktion auch unterschiedlich zum Tragen kommen. Dies sind der Dialogautor, der Storyliner und der Script Doctor. Der Dialogautor kümmert sich um die Unterhaltungen der Schauspieler im Film. Oft stößt dieser erst

nach Drehbeginn zum Team, um die Dialoge nachträglich noch aufzupeppen oder zu verfeinern. Storyliner sind besonders bei Serien und Soaps besonders wichtig. Sie kümmern sich auf Grundlage der „Bibel“, in der alle Entwicklungen der Charaktere und der grobe Handlungsablauf festgelegt sind, um die Szenen im Detail und überlegen sich spannende Cliffhanger. Dabei müssen sie stets auf den großen inhaltlichen Zusammenhang, die sogenannte Kontinuität, achten. Der Script Doctor ist für Reparaturen des Drehbuchs zuständig, wenn etwas fehlerhaft geschrieben wurde oder so nicht umsetzbar ist. Er kommt oft erst in letzter Minute zum Einsatz und überarbeitet das Drehbuch. Er erhält meist keine Erwähnung im Abspann eines Films, da er mehr repariert als selbst produziert. Beim Film untersteht der Drehbuchautor dem Regisseur, bei Serien kann er aber auch die Funktion des Produzenten übernehmen. Dies geschieht meist dann, wenn auch die Idee der Serie von ihm stammt.

Voraussetzungen

Für diesen Beruf sind extrem viel Fantasie und Vorstellungsvermögen notwendig, um eine spannende Geschichte zu entwickeln. Dabei braucht es viel dramaturgisches Gespür, um Ideen in eine interessante Reihenfolge zu verpacken und eine schlüssige Handlung aufzubauen. Ebenso sind eine gute Menschenkenntnis für die Entwicklung der unterschiedlichsten Charaktere und eine genaue Beobachtungsgabe wichtige Voraussetzungen. Ein guter Drehbuchautor sollte Markt und Publikum kennen und sich auch in Lebensumstände hineinversetzen können, die sehr weit von seinen eigenen entfernt sind. Wer selbst viel erlebt hat, besitzt dabei natürlich einen guten Vorteil. Unbedingt erforderlich sind auch die Fähigkeiten zu Schreiben und seine Gedanken dabei verständlich zu Papier bringen zu können. Weil aus dem Drehbuch später ein Film werden soll, ist ebenso ein gutes visuelles Vorstellungsvermögen nötig, da der Autor den Film selbst vor Augen sehen muss, bevor er überhaupt entstanden ist.

Ausbildung

Drehbuchautoren haben meist ein geisteswissenschaftliches Studium abgeschlossen, dafür bieten sich besonders Studiengänge der Literaturwissenschaft, Journalistik, Medienwissenschaft oder Germanistik

an. Zur Weiterbildung, oder auch zum Einstieg, kann man sich bei einer Drehbuchwerkstatt oder einer Filmhochschule mit speziellem Studiengang bewerben. Dabei ist es aber wichtig, dass man schon viel geschrieben hat, denn ohne eine gut gefüllte Mappe mit Arbeitsproben werden Bewerbungen in der Regel abgelehnt. Wie aber in vielen Berufen in der Filmbranche gibt es für diejenigen, die die nötigen Voraussetzungen mitbringen, auch hier die Möglichkeit eines Quereinstiegs. Wer Drehbuchautor werden will, kommt aber um Praktika am Filmset nicht herum. Denn um die Hinweise für alle Beteiligten im späteren Script exakt formulieren zu können, muss man selbst die Abläufe und Denkweisen kennenlernen.

Weiterführender Link:

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

5.1.7 Fernsehjournalist

➤ siehe **Redakteur** (Seite 89)

5.1.8 Fernsehmoderator

➤ siehe **Moderator** (Seite 81)

5.1.9 Film- und Fernsehwirt

➤ siehe **Filmgeschäftsführer** (siehe unten)

5.1.10 Film- und Videoeditor

➤ siehe **Cutter** (Seite 30)

5.1.11 Filmgeschäftsführer

Der Filmgeschäftsführer ist Herr über die Zahlen einer Filmproduktion. Er will vermeiden, dass ein Film Millionen kostet, aber an den Kinokassen floppt.

Berufsbild

Ein Filmgeschäftsführer ist der Buchhalter einer Produktion bei Film oder Fernsehen. Er untersteht direkt dem Produzenten und arbeitet auch eng mit ihm zusammen. Zu seinen Aufgaben gehören die Verwaltung des Produktionsbudgets, die Berechnung aller Kosten und

deren korrekte Zuordnung sowie jegliche Steuer- und Versicherungsabrechnungen. Über die Löhne führt er ebenfalls Buch. Weil er diese auch auszahlt, ist er für die Mitarbeiter der direkte Ansprechpartner und kommt dabei mit allen Beteiligten in Kontakt.

Während und nach dem Abschluss einer Produktion muss er die angefallenen Kosten systematisch ordnen, mit dem Produktionsbudget vergleichen und die Produktion abrechnen. Meist ist erst am Ende der Produktion endgültig klar, ob das ursprünglich kalkulierte Budget eingehalten wurde oder nicht. Allerdings ist es Aufgabe des Filmgeschäftsführers, Budgetüberschreitungen schon während des Drehs oder der Postproduktion zu erkennen und einzudämmen. Dabei sucht er Alternativen, wie geplante teure Vorgehensweisen günstiger umzusetzen sind. Filmgeschäftsführer bemühen sich auch, Sponsoren für die Produktion zu gewinnen, beispielsweise durch Product Placement, oder sie beantragen Fördergelder.

Assistenten der Filmgeschäftsführung entlasten die Filmgeschäftsführung bei Verwaltungsaufgaben. Sie rechnen zum Beispiel Reisekosten, Löhne und Gagen ab und kümmern sich darum, dass Steuer- und Sozialabgaben sowie Versicherungsprämien ordnungsgemäß abgeführt werden.

Voraussetzungen

Wer in der Filmgeschäftsführung arbeiten möchte, sollte auf jeden Fall Ordnungssinn, eine Liebe für Zahlen, Geduld und Verantwortungsbewusstsein mitbringen. Außerdem muss er sehr zuverlässig sein und exakt arbeiten, denn nicht selten betragen die Produktionskosten eines Films mehrere Millionen, die korrekt verwaltet werden müssen. Fachlich braucht ein Filmgeschäftsführer gute Kenntnisse in den Bereichen Steuer- und Finanzrecht sowie Finanzbuchhaltung. Englisch ist Grundvoraussetzung. Weil er auch Ansprechpartner für die Mitarbeiter in Personalfragen ist, sollte er zudem kommunikativ veranlagt sein.

Ausbildung

Um diese Tätigkeit ausüben zu können, ist üblicherweise eine kaufmännische Ausbildung im Bereich Medienwirtschaft erforderlich, z. B. als Film- und Fernsehwirt. Den Zugang zu diesem Beruf findet

man über den Studiengang Film- und Fernsehwirt an einer Fachhochschule oder über einen Medienstudiengang mit betriebswirtschaftlicher Ausrichtung und entsprechenden Weiterbildungen.

Auch über eine Ausbildung und anschließende Berufserfahrung kann man zu diesem Beruf gelangen. Dafür bietet sich eine Lehre zum Bank- oder Industriekaufmann an, die durch Praktika in Produktionsfirmen ergänzt werden sollte. Der Titel Filmgeschäftsführer kann dann über eine Prüfung bei der Industrie und Handelskammer (IHK) erreicht werden. Bedingung dafür sind eine erfolgreich absolvierte Ausbildung im kaufmännischen oder medialen Bereich und anschließende Berufspraxis.

Weiterführender Link:

Prüfungsbedingungen der IHK zum Beruf des Filmgeschäftsführers:

www.ihk-koeln.de/Filmgeschaeftsfuehrer__in_IHK.AxCMS

5.1.12 Herstellungsleiter

► siehe **Line Producer** (Seite 44)

5.1.13 Kameraassistent

Der Kameraassistent arbeitet immer in direkter Nähe des Kameramannes, nimmt ihm technische Aufgaben ab und unterstützt ihn bei seiner Arbeit.

Berufsbild

Die Aufgaben des Kameraassistenten beginnen mit der Vorbereitung eines Films. Vor Drehbeginn bespricht er mit dem Kameramann, welche Ausrüstung benötigt wird und stellt diese entsprechend zusammen. Er überprüft, ob die Geräte funktionstüchtig sind, alle nötigen Kabel eingepackt und die Akkus aufgeladen sind. Wenn nicht im Studio, sondern außerhalb des eigenen Geländes gedreht wird, kümmert er sich um den Transport der Ausrüstung. Am Drehort baut er Stative und Kameras auf, checkt alle Geräte durch und führt vorbereitende Lichtmessungen durch. Denn die Qualität eines Bilds hängt weitgehend davon ab, wie der Kameramann vorhandene oder künstliche Lichtquellen nutzt, um die gewünschten Stimmungen zu erzeugen, wie er Licht und Schatten einsetzt und mit welchen Objektiven er arbeitet. Während der Dreharbeiten steht er dem Kameramann

unterstützend zur Seite, kümmert sich um die Objektive sowie die Blenden- und Schärfeneinstellungen und kann unter Umständen auch die Kamera bewegen, wenn der Kameramann nicht selbst „schwenkt“. Wenn in einer Live-Produktion viele unterschiedliche Kameraeinstellungen benötigt werden, schreibt er für den Kameramann eine Liste und klebt diese an die Kamera. Darauf ist notiert, dass beispielsweise erst eine Totale, anschließend eine Halbnahe und dann eine Großaufnahme folgen sollen. Unter Umständen übernimmt der Kameraassistent bei kleineren Produktionen auch Tonaufnahmen. Bei Live-Produktionen, in denen viele Kamerawege nötig sind, kommt eine weitere Aufgabe hinzu: Der Kabelassistent sorgt dafür, dass der Kameramann immer ausreichend Bewegungsmöglichkeiten hat, niemals über irgendwelche Hindernisse oder gar die eigenen Kamerakabel stolpert und in der Lage ist, perfekte Bilder abzuliefern. Anders als der Kameramann hat der Assistent dabei keine Sprechverbindung zur Regie und muss intuitiv auf die Anforderungen reagieren. Entsprechend bilden Kameramann und Assistent in aller Regel ein eingespieltes Team, das bereits bei den Proben aufmerksam zusammenarbeitet.

Sind die Dreharbeiten abgeschlossen, überprüft und kontrolliert er die gedrehten Sequenzen und verwaltet das Rohfilmmaterial bzw. überwacht den Kopierprozess des digitalen Materials. In der Postproduktion ist auch sein Wissen zur Farbkorrektur gefragt, wobei er häufig mit dem Coloristen zusammenarbeitet. Detailliertere Arbeiten am Filmmaterial übernimmt jedoch der Digital Image Technician, während sich der Cutter um den Schnitt kümmert.

Teilweise wird zwischen einem ersten und zweiten Kameraassistenten unterschieden. Grob gesagt ist dabei der erste Kameraassistent für die technischen Anforderungen wie etwa Schärfeneinstellungen zuständig, während der Zweite Ausrüstung und Geräte verwaltet. Arbeitsmöglichkeiten gibt es für Kameraassistenten, ebenso wie für den Kameramann, bei Rundfunkanstalten, Medienhäusern, Produktionsfirmen oder Werbeagenturen. Darüber hinaus kann er auch freiberuflich tätig sein. Dann arbeitet er für unterschiedliche Produktionsfirmen, hat einen zeitlich begrenzten Arbeitsvertrag und erhält eine Wochengage. Zum Kameramann aufzusteigen, ist für den Kameraassistenten ein gängiger Werdegang.

Voraussetzungen

Die Aufgaben eines Kameraassistenten bestehen aus technischen, handwerklichen und organisatorischen Tätigkeiten. Technisches Verständnis ist daher für diesen Beruf essentiell. Ein Kameraassistent muss sich mit Fotografie, Filtertechniken, elektronischen Aufzeichnungen, Speichermedien, Videotechnik und Signalübertragung auskennen. Zudem sollte er ein gewisses handwerkliches Geschick besitzen, um kleine Reparaturen an der Kamera vornehmen zu können. Da er stets mit mehreren Leuten zusammenarbeitet, sollte er auch teamfähig sein. Der Kameraassistent ist derjenige, der das Kameraequipment trägt, daher sollte er fit und kräftig sein.

Er muss außerdem sehr flexibel sein, sowohl den Wohnort als auch die Arbeitsabläufe betreffend. Bei Dreharbeiten, besonders im Spielfilm- und Dokumentarfilmbereich, muss er sich immer wieder auf neue Drehorte für einige Wochen oder Monate einstellen. Das bedeutet meist, dass er währenddessen nicht zu Hause wohnen kann. Auch für die Arbeitszeit gibt es keinen festen Rahmen.

Ausbildung

Es werden einige Aus- und Weiterbildungen zum Kameraassistenten angeboten, allerdings existiert keine einheitliche Regelung. Manche Film- und Fernsehanstalten bieten Volontariate an, die zum Kameraassistenten ausbilden, während auch private Institute kostenpflichtige Lehrgänge anbieten.

Profis empfehlen Interessenten, lieber über praktische Erfahrungen in den Beruf des Kameraassistenten einzusteigen. Dies kann beispielsweise über ein Praktikum in einer Produktionsfirma geschehen, wo man neben den kreativen Abläufen auch organisatorische und wirtschaftliche Abläufe kennenlernt. Zusätzlich bietet sich auch ein Praktikum bei einem Kameraverleiher an, um die Eigenschaften der verschiedenen Kameras und die zugehörigen Objektive kennenzulernen.

5.1.14 Kameramann

Er gestaltet die Bilder, die einen Film erzählen. Der Kameramann beleuchtet die Szene, führt die Kamera und entscheidet, aus welchem Blickwinkel der Zuschauer später das Geschehen sehen wird.

Berufsbild

Ob beim Dreh von Spielfilmen, Dokumentationen oder Nachrichtenbeiträgen – der Kameramann arbeitet immer im Team. Bei großen Produktionen stimmt er sich mit dem Regisseur ab und versucht dessen Vorstellungen umzusetzen. Bei kleinen Produktionen richtet er sich entweder nach den Vorgaben des Redakteurs oder entscheidet selbst über Aufnahme und Kameraeinstellungen. Wie künstlerisch frei er entscheiden und arbeiten kann, hängt von der jeweiligen Produktion ab. Die Krönung der Arbeit eines jeden Kameramanns ist die Mitarbeit bei großen Filmproduktionen, ob für einen Kino- oder für einen Fernsehfilm. Hier kann er seine künstlerischen und gestalterischen Qualitäten voll zur Geltung bringen. Bei einer Studioproduktion, wie beispielsweise einer Talkshow, oder wenn der Kameramann von einem Ereignis für die Nachrichten berichtet, führt er die direkten Anweisungen des Regisseurs oder Redakteurs aus.

Bei Filmproduktionen heißt der Chefkameramann auch Director of Photography (DoP) oder Lichtsetzender Kameraman. Er legt zusammen mit dem Regisseur die Kameraeinstellungen fest, also ob eine Szene als Ganzes gezeigt wird (Totale) oder ob das Gesicht eines Darstellers ganz nah dargestellt wird (Nahe). Außerdem sorgt er für die Ausleuchtung der Szene, indem er den Lichttechnikern präzise Anweisungen gibt. Der Kameramann muss sich mit Kameraeinstellungen, Schwenks, Lichtverhältnissen, Leuchtmitteln und Optiken auskennen. Auch Kamerazubehör, Monitore und Bildmischer muss er bedienen können. Außerdem gilt es, die unterschiedlichen Kamertypen zu kennen. Denn der Arbeitsort eines Kameramannes kann durchaus variieren und damit auch seine Ausrüstung. So dreht er einmal mit einer Studiokamera, das andere Mal macht er Außenaufnahmen mit einer Handkamera. Weitere Einsatzgebiete des Kameramanns sind Live-Sendungen oder die elektronische Berichterstattung (EB). Bei Live-Sendungen bekommt der Kameramann über Kopfhörer vom Regisseur gesagt, welche Einstellung er zeigen soll. Der Kameraassistent unterstützt ihn bei großen Produktionen bei seiner Arbeit. Kameraleute arbeiten bei Filmproduktionsfirmen, Rundfunkanstalten und Privatsendern. Viele arbeiten auch freiberuflich und sind für die unterschiedlichsten Produktionen tätig.

Voraussetzungen

Für diesen Beruf sind ein kreativer Blick und ein gutes visuelles Vorstellungsvermögen sehr wichtig. Denn der Kameramann muss die Bilder bereits vor seinem inneren Auge sehen können, bevor er sie filmt. Für den Umgang mit der Kamera sind zudem technisches Interesse und Geschick nötig. Weil beim Film viele Szenen und Einstellungen mehrmals wiederholt werden müssen, zum Beispiel wenn sich ein Schauspieler verhaspelt, braucht ein Kameramann Geduld und Ausdauer, ebenso ein Gespür für Menschen. Er muss zudem teamfähig sein, da er in diesem Beruf stets in einer Gruppe zusammenarbeiten muss. Weil nicht in jeder Szene mit Stativ gedreht werden kann, muss der Kameramann die Kamera oft auch in der Hand halten. Ein erfahrener Kameramann warnt: „Beispielsweise bei Außenaufnahmen für Umfragen ist das Gewicht einer Kamera oft dauerhaft auf der Schulter platziert. Bei Gelenkschwächen oder -schäden im Schulter- oder Wirbelsäulenbereich ist die Ausübung des Berufes daher nicht zu empfehlen.“ Generell sollte man für diesen Beruf fit sein, da man viel im Stehen arbeitet.

Wer sich für andere Richtungen des Kameraberufes interessiert, zum Beispiel als Tierfilmer arbeiten will, muss noch mehr Geduld und außerdem zoologisches Wissen mitbringen.

Ausbildung

Wer selbst einmal hinter der Kamera stehen und Bildausschnitte einfangen will, kann eine Aus- oder Weiterbildung zum Kameramann machen. Diese schulische Ausbildung dauert meist zwei bis drei Jahre, wobei keine bundeseinheitliche Regelung betreffend der Dauer oder der vermittelnden Inhalte existiert. Auch ein Studium bietet sich als Vorbereitung für diesen Beruf an, beispielsweise ein Bachelorstudiengang Film- und Fernsehkamera an einer Fachhochschule. Auch an Filmhochschulen kann Kameraführung studiert werden. Einige Kameramänner haben sich über die Jahre hochgearbeitet, sie haben als Kabelträger begonnen, anschließend ein Volontariat absolviert und sind dann zum Kameramann aufgestiegen. Es ist außerdem möglich, den beruflichen Werdegang als Kameraassistent zu beginnen.

5.1.15 Kameraverleiher

Ohne das entsprechende Equipment läuft bei einem Dreh nichts. Ein wichtiger Beruf ist daher auch der des Kameraverleihers. In seinen Regalen lagern Stative, Objektive, Scheinwerfer und natürlich Kameras aller Art und Größe.

Berufsbild

Für seine Kunden stellt der Kameraverleiher individuell die nötige Ausrüstung zusammen. Viele schicken dafür im Voraus eine Liste mit konkreten Angaben. Wenn der Kunde selbst noch nicht so genau weiß, welche Ausrüstung die Richtige für ihn ist, oder welche Objektive, Filter oder Speicherkarten er benötigt, berät ihn der Kameraverleiher. Dazu muss dieser sich mit Filmbedingungen auskennen und über die Technik seiner Kameras sehr gut Bescheid wissen. Denn je nachdem, wo die Aufnahme stattfinden soll und welches Licht dabei vorhanden ist, unterscheiden sich die Anforderungen an Kamera und Objektiv. Auch Speicherkarten, Stative, Tonangeln und Kopfhörer hält der Kameraverleiher für einen Dreh bereit. Wenn es nötig ist, erteilt er beim Ausleihen auch eine kurze Einweisung in die Handhabung der Geräte. Während die meisten Bestellungen mit einem gewissen Vorlauf eintreffen, gibt es auch Notfälle. Wenn bei einem Dreh die Kamera kaputt geht, muss der Kameraverleiher schnellstmöglich dorthin fahren und sich um eine Reparatur oder Ersatz bemühen, damit der Dreh weitergehen kann. Nachdem seine Kunden die Kameras dann zurückgebracht haben, muss er sie zunächst einmal durchchecken. Dabei übernimmt der Kameraverleiher Reparaturen, lädt die Akkus auf und wartet die Geräte.

Weil sie beim Kameraverleiher immer das passende Equipment leihen können, können es sich auch Neueinsteiger, kleine Produktionsfirmen oder Hobbyfilmer leisten, Filme zu drehen. Denn so müssen sie sich die benötigte Technik nicht kaufen, sondern können sie tage- oder wochenweise mieten.

Voraussetzungen

Wer Kameraverleiher werden will, sollte auf jeden Fall viel Begeisterung für Technik mitbringen, denn er muss sowohl mit Kameras als auch mit sämtlichem Zubehör vertraut sein. Außerdem müssen Inte-

ressenten handwerkliches Geschick mitbringen, weil sie die Geräte selbst reparieren. Da Kameraverleiher viel Kundenkontakt haben, ist ein freundliches Auftreten ebenfalls von Vorteil.

Ausbildung

Eine geregelte Ausbildung zum Kameraverleiher gibt es nicht. Wer in diesem Bereich arbeiten möchte, sollte ein Praktikum bei einem Kameraverleiher absolvieren. So kann er einen Einblick in die Aufgaben bekommen und sich bereits erstes Fachwissen aneignen. Auch der Einstieg in den Beruf funktioniert meist auf diese Weise. Wer dennoch einen offiziellen Ausbildungsweg einschlagen möchte, für den bietet sich eine Ausbildung zum Kameramann an.

5.1.16 Line Producer

Während der Regisseur einen Film künstlerisch gestaltet, kümmert sich der Line Producer darum, dass die Ideen auch tatsächlich umgesetzt werden können. Er ist die rechte Hand des Regisseurs und kümmert sich um organisatorische, finanzielle und logistische Fragen. Im Deutschen wird er auch oft Herstellungsleiter genannt.

Berufsbild

Im Auftrag des Produzenten betreut und überwacht er jeweils ein einziges Projekt. Der Produzent wahrt also den allgemeinen Überblick, während die Line Producer Teilbereiche übernehmen und sich regelmäßig mit ihm absprechen. Sie bilden dabei eine Schnittstelle zwischen den kreativen Köpfen und der wirtschaftlichen Abteilung eines Films. Ein Line Producer ist von Anfang an bei einer Filmproduktion dabei, wirkt bei der Recherche zum Film mit und kümmert sich um weitere Vorbereitungen. Auch in der Postproduktion, der Bearbeitung eines Films nach dem Dreh, ist er eingebunden. Seine Arbeitsweise ist die eines Managers, bei dem alle logistischen Fäden zusammenlaufen. Dabei muss er die Personal- und Zeitabläufe koordinieren und bei allem stets das finanzielle Budget im Blick behalten. Er bemüht sich, eine Balance zwischen den Visionen des Regisseurs und den finanziellen Möglichkeiten zu finden. Drohen diese miteinander zu kollidieren, ist es seine Aufgabe, nach Lösungen und möglichen Alternativen zu suchen. Er ist

auch dafür verantwortlich, Förderanträge zu stellen und Verträge aufzusetzen.

Line Producer arbeiten bei Film-, Fernseh- und Werbefilmproduktionen. Ein Line Producer, der bei Livesendungen arbeitet, sitzt während der Übertragung in der Regie und gibt den Beteiligten, wie zum Beispiel dem Moderator, per Funk Feedback.

Voraussetzungen

Ein Line Producer sollte unbedingt kaufmännisches Wissen und Managerqualitäten mitbringen. Auch Kommunikationsfähigkeit und Verhandlungsgeschick sind für den Berufsalltag sehr wichtig. Da er Personalverantwortung trägt, muss er entscheidungssicher, belastbar und stressresistent sein. Weil bei Film und Fernsehen oft straffe Zeitpläne vorherrschen, sollte ein Line Producer Pünktlichkeit und gutes Zeitmanagement besitzen. Auch Kritikfähigkeit ist wichtig. Außerdem muss er ein Gespür für künstlerische Schaffensprozesse beim Film haben, um dem Team überhaupt qualifiziertes Feedback geben zu können.

Ausbildung

Zum Beruf des Line Producers führt kein festgelegter Ausbildungsweg. Die meisten sind über langjährige Erfahrung in der Filmbranche zu dieser Position gelangt, zum Beispiel als Assistent in der Produktion. Aber auch ein wirtschaftswissenschaftliches Studium bildet eine gute Grundlage, da der Line Producer viel mit Budgetplanung und Optimierungsprozessen zu tun hat.

5.1.17 Locationscout

Ob kleine Mietwohnung, abgelegener Sportplatz, Großbaustelle oder historischer Marktplatz – ein Locationscout sucht nach den unterschiedlichsten Orten. Später tauchen diese dann in Filmen und Werbspots auf oder dienen als Kulisse für Fotoshootings.

Berufsbild

Egal wo er sich befindet, ein Locationscout sieht sich stets nach interessanten Orten um. Er ist einer der Ersten, die ein Drehbuch durcharbeiten und ihre Arbeit aufnehmen, wenn ein neuer Film ge-

dreht werden soll oder ein Fotoshooting angesetzt ist. Zunächst bespricht er Ideen, Vorschläge und Wünsche mit dem Regisseur, Szenenbildner und Kameramann. Bei einem Fotoshooting richtet er sich nach den Vorschlägen des Fotografen oder der Werbeagentur. Danach beginnt er zu recherchieren. Dafür haben Locationscouts meist eine eigene Datenbank mit Orten angelegt, die sie bereits verwendet haben oder die ihnen anderweitig als geeignet aufgefallen sind. Wenn sich darin nichts Passendes finden lässt, macht sich der Locationscout draußen auf die Suche. Er fährt ganze Stadtviertel ab, sucht herrschaftliche Gärten ab oder stapft durch einsame Wälder. Auch Innenräume sind wichtig, deshalb ist er ständig auf der Suche nach außergewöhnlichen Wohnungen. Besonders schwierig wird es dann, wenn für einen Historienfilm ein Drehort zu suchen ist. Denn viel zu oft stören Funkmasten und Stromleitungen das Landschaftsbild. Auch die Einflugschneise eines Flughafens ist aus Authentizitätsgründen eher zu meiden. Wenn dem Locationscout ein Ort gefällt, klärt er die Verfügbarkeit ab und erkundigt sich nach den Kosten, beispielsweise was als Miete pro Drehtag für die Wohnung gezahlt werden muss. Außerdem muss er immer darauf achten, dass der Ort nicht nur optisch geeignet, sondern für die Crew auch gut zugänglich ist. Denn Filmteams sind groß und reisen nicht selten mit mehreren LKWs an.

Wenn dies geklärt ist, zeigt der Locationscout die Fotos, die er vom potentiellen Drehort gemacht hat, dem Regisseur und Szenenbildner oder Fotografen. Sind diese auch einverstanden, besichtigen sie die Örtlichkeiten gemeinsam. Ist schließlich ein passender Ort gefunden, der sowohl den optischen und technischen als auch organisatorischen und strategischen Ansprüchen genügt, kümmert sich der Locationscout um die weiteren Vereinbarungen mit den Motivgebern. Das sind die Personen, denen die Wohnung oder das Grundstück gehören. Dabei ist er für alle Drehgenehmigungen und Verhandlungen über die Mietkosten zuständig.

Voraussetzungen

Ein Locationscout sollte ein gutes räumliches Vorstellungsvermögen mitbringen, ebenso wie ein Gespür dafür, wie abstrakt beschriebene Räume an real existierenden Orten umgesetzt werden können. Denn

er muss sich bereits während der Lektüre des Drehbuchs Vorstellungen von dem späteren Drehort machen. Darüber hinaus sollte er sich mit den technischen und zeitplanerischen Abläufen bei Foto-, Film- und Fernsehproduktionen auskennen. Zusätzlich ist noch Wissen über Kultur- und Architekturgeschichte sowie Design- und Modetrends wichtig, um die gefundenen Orte richtig einordnen zu können. Ein Locationscout muss auch gut fotografieren können, um dem Regisseur und Szenenbildner aussagekräftige Fotos vorlegen zu können. Um gute Drehorte zu finden, die auch noch nicht zu oft verwendet wurden, muss er Einfallsreichtum und gute Recherchefähigkeiten mitbringen. Für den kaufmännischen Bereich seiner Arbeit sollte ein Locationscout Verhandlungsgeschick und Organisationstalent mitbringen, denn er arbeitet eigenverantwortlich und fast immer selbstständig. Außerdem sollten Locationscouts räumlich flexibel und körperlich fit sein, da sie viel unterwegs sind.

Ausbildung

Locationscouts sind meist Quereinsteiger, eine offizielle Berufsausbildung oder ein Studium gibt es nicht. Viele Locationscouts haben früher als Fotograf gearbeitet. Als Einstieg für diesen Beruf bieten sich Ausbildungen im Foto- oder Filmbereich an. Auch ein Studium in diesen Bereichen ist möglich. Generell sollte man bereits während seiner Ausbildung im Rahmen von Praktika die Arbeit eines Locationscouts kennenlernen. Weil Produzenten gerne auf Leute vertrauen, die sich in der gewünschten Gegend auskennen, sollte man sich auf eine Stadt oder Region spezialisieren.

Weiterführende Links:

Bundesverband Locationscouts: www.bvlocation.de

Filmkulisse Bayern: www.bayern.by/filmkulisse-bayern

5.1.18 Produzent

Der Produzent ist der Manager einer Produktion. Er kümmert sich um die Planung und die Organisation der Abläufe sowie um die Kontrolle des Budgets. Letztendlich ist der Produzent dafür verantwortlich, dass eine Produktion durchgeführt werden kann – die Finanzierung ist dabei ganz entscheidend.

Berufsbild

Je nach Produktionssparte, also ob ein Produzent beim Film oder Fernsehen arbeitet, unterscheiden sich seine Aufgaben sehr. Oft sind diese sogar für jedes Format anders.

Fernsehen: Der Fernsehproduzent realisiert Fernsehsendungen, Serienfolgen oder Teile umfangreicherer Projekte. Er hat die Gesamtleitung einer Produktion inne und trägt dafür die Verantwortung. Er muss Kalkulationen aufstellen können und sich in allen Entwicklungsphasen einer Sendung – von der Planung bis zum Schnitt – genauestens auskennen. Weil er die Produktion managt, trifft er viele wichtige Entscheidungen, beginnend von der Wahl des Drehbuchs über die Zusammenstellung der Crew bis hin zu Entscheidungen über die Vermarktung. Werden für eine Sendung Schauspieler oder ein externer Regisseur engagiert, dann bespricht der Produzent dies gemeinsam mit dem verantwortlichen Redakteur. Bei manchen Talkshows, Nachrichten- und Dokumentarsendungen wählt ein Produzent auch die Themen und Berichte aus, die Gegenstand der Sendung sein sollen. Klassischerweise übernimmt dies aber der Redaktionsleiter.

Ein Produzent hat meist eine mehrjährige praktische Erfahrung als Assistant Producer, als Assistent eines älteren Produzenten, oder war zuvor Redakteur oder Regisseur. Ein TV-Produzent kann sowohl freiberuflich tätig sein als auch bei einer Fernsehanstalt angestellt. Meistens spezialisieren sich Fernsehproduzenten auf ein inhaltliches Gebiet wie Nachrichten, aktuelle Magazinsendungen, Sport oder Fernsehfilme.

Film: Bei Filmproduktionen ist der Produzent einerseits für die kaufmännischen Bereiche wie Finanzierung und Kalkulation zuständig, andererseits kümmert er sich auch um inhaltliche Entscheidungen. Er ist von Beginn an an der Entstehung eines Films beteiligt und wirkt auch bei der Stoffentwicklung mit. Folglich ist er einer der Ersten, der das Drehbuch liest, bespricht daran mit dem Regisseur das weitere Vorgehen und erstellt den sogenannten Drehplan. Meist entscheidet der Produzent darüber, welches Drehbuch verfilmt wird. Produzenten kommen oft auch mit eigenen Ideen für einen Film, dann suchen sie sich die passenden Autoren, die aus dieser Idee ein

Drehbuch machen. Auch bei der Postproduktion sind sie eingebunden. Die nachfolgende Verwertung des Films und dessen Promotion fallen ebenfalls in den Aufgabenbereich eines Produzenten. Er schließt außerdem Verträge über den Verkauf der Produktion mit den Sendern oder Verleihern ab. Je nach Rechtsform der Produktionsfirma handelt es sich beim Filmproduzenten um den Inhaber, den Geschäftsführer oder den Vorstandsvorsitzenden.

Voraussetzungen

Für diesen Beruf sind kaufmännische, künstlerische und organisatorische Fähigkeiten gefragt. Ein Produzent sollte sehr gut mit Zahlen umgehen können und Organisationstalent mitbringen. Weil er die finanziellen Entscheidungen über eine Sendung oder einen Film fällt, sollte er neben wirtschaftlichem Denken auch ein Gespür für die Inhalte mitbringen, die beim Publikum gut ankommen. Dafür braucht er eine gute Kenntnis der Branche und muss ständig den Markt beobachten. Da er seine Entscheidungen vor den Beteiligten vertreten muss, sollte ein Produzent kommunikativ und auch durchsetzungsfähig sein. Fremdsprachenkenntnisse sind in diesem Beruf ebenfalls sehr wichtig, Englisch ist Grundvoraussetzung.

Ausbildung

Wer Produzent werden möchte, sollte ein Studium in Betracht ziehen. Dies kann in einem geisteswissenschaftlichen Fach, wie beispielsweise Germanistik oder Kommunikationswissenschaft, oder im Bereich der Wirtschaftswissenschaften geschehen. An Filmhochschulen gibt es auch die Möglichkeit, TV- oder Filmproduktion direkt zu studieren. Oft wird von Bewerbern dabei aber ein bereits abgeschlossenes Studium oder entsprechende Praxiserfahrung gefordert. Praktika während des Studiums sind auf jeden Fall unabdingbar, um die Arbeitsabläufe einer Produktion kennenzulernen. Einsteiger beginnen ihre Produzentenlaufbahn auch nicht als fertiger Produzent, sondern starten als Assistant Producer.

Besonders bei Fernsehproduktionen ist auch ein Quereinstieg relativ häufig. Viele ehemalige Moderatoren haben nach ihrer Zeit vor der Kamera ihre eigenen Produktionsfirmen gegründet. Auch Redakteure oder Regisseure wählen oft diesen Weg. Das nötige Know-how haben

sie sich meist ausschließlich durch jahrelange Praxiserfahrung angeeignet.

Weiterführender Link:

Bundesverband Produktion e.V.: www.bv-produktion.de

5.1.19 Produktionssekretär

Ein Produktionssekretär erledigt alle Verwaltungsaufgaben, die mit der Herstellung eines Films oder einer Fernsehproduktion einhergehen, und kümmert sich weiterhin auch um die dazugehörigen Sekretariatsaufgaben. Dabei ist sein Arbeitsplatz in der Regel nicht im Studio oder am Drehort. Vielmehr ist der Arbeitsplatz eines Produktionssekretärs im Produktionsbüro einer Film- oder Fernsehproduktionsgesellschaft, eines Filmstudios oder einer Fernsehanstalt. Als zentrale Anlaufstelle des Produktionsbüros muss der Produktionssekretär dabei alle eingehenden Informationen prüfen und an die zuständigen Stellen weiterleiten.

Berufsbild

Der Aufgabenbereich eines Produktionssekretärs ist vielfältig. Dazu gehört das Führen von Schriftwechseln, das Kopieren und Verteilen von Drehplänen, die Organisation und Koordinierung von Terminen, das Schreiben von Verträgen und das Führen der Ablage. Der Produktionssekretär ist für alle bei einer Produktion anfallenden Schreibarbeiten zuständig. Er arbeitet auch Korrekturen in das Drehbuch ein, bearbeitet Drehbuchauszüge und versendet und verwaltet anstehende Tagesberichte. Zusätzlich kümmert sich ein Produktionssekretär um Schauspieler. Kommen diese von außerhalb, müssen Hotelzimmer reserviert, Bahn- und Flugtickets organisiert, Fahrzeuge angemietet sowie Reisekostenabrechnungen erstellt werden. Auch gehören der Empfang und die Betreuung von Gästen zum Aufgabenbereich. Teilweise werden Produktionssekretäre auch herangezogen, um Hintergrundinformationen potenzieller Sendethemen zu recherchieren.

Voraussetzungen

Ein Produktionssekretär sollte verschiedene Voraussetzungen mitbringen. Sehr wichtig ist die Fähigkeit, bei organisatorischen Ablä-

fen den Überblick zu behalten. Aber auch eine gute Allgemeinbildung, eine fehlerfreie Ausdrucksweise in Wort und Schrift und eine zusätzliche Fremdsprache sollten vorhanden sein. Weiterhin wird für diesen Beruf eine hohe soziale Kompetenz erwartet.

Ausbildung

Eine spezielle Ausbildung für Produktionssekretäre für Film, Funk und Fernsehen gibt es nicht. Dennoch sind eine abgeschlossene kaufmännische Ausbildung im Bereich Büro/Sekretariat und Praktika bei Film- und Fernsehproduktionen wichtige Voraussetzungen für diesen Beruf.

Beispielsweise bieten Fernsehsender und Produktionsfirmen Arbeitsmöglichkeiten, in denen sich Interessierte durch ein Praktikum die benötigten praktischen Kenntnisse aneignen können. Produktionssekretäre arbeiten für die Filmwirtschaft oder bei Rundfunk- und Fernsehanstalten. Sie sind bei Film- und Fernsehproduktionsgesellschaften angestellt.

Weiterführender Link:

Überblick der Arbeitsagentur:

<http://berufenet.arbeitsagentur.de/berufe/docroot/r2/blobs/pdf/archiv/27271.pdf>

5.1.20 Regieassistent

Der Regieassistent ist sozusagen die rechte Hand des Regisseurs, gleichzeitig ist Regieassistent ein eigenständiges und vielfältiges Berufsbild. Es beinhaltet künstlerische, technische und organisatorische Aufgaben innerhalb der Fernseh- und Filmproduktion oder auch am Theater.

Berufsbild

Regieassistenten übernehmen organisatorische Aufgaben und vermitteln während der Dreharbeiten die Weisungen des Regisseurs an Stabsmitglieder und Schauspieler. Oft sind sie für die Statistenführung zuständig, während der Regisseur mit den Hauptdarstellern arbeitet.

Während der Vorbereitung eines Films haben Regieassistenten folgende Aufgaben:

- Studium des Drehbuchs
- Besprechung mit dem Regisseur über dramaturgische, künstlerische und technische Aspekte der Realisation
- Vorstoppen der Szenenlängen
- Erstellen von Drehbuchauszügen (Bilder, Tageseinteilung, Hauptrollen, Nebenrollen, Komparserie, Dekorationen, Requisiten, Kostüme, Maske, Musik, Special Effects, Erstellung des Drehplans, selbstständige Auswahl von Kleindarstellern und Komparserie, Motivbesichtigungen)

Während der Dreharbeiten übernimmt der Regieassistent folgende Aufgaben:

- Organisation des Drehablaufs am Set
- Mitarbeit an der szenischen Auflösung
- selbstständige Einrichtung szenischer Hintergründe
- verantwortliche Erstellung der Tagesdisposition in Zusammenarbeit mit der Produktion
- Mitwirkung an der Kontrolle der Arbeitsergebnisse durch Teilnahme an der Mustervorführung

Ein Regieassistent arbeitet also zwischen Regisseur und Continuity, der er die Kontrolle übergibt für Bewegungsanschlüsse, Requisiten-, Masken- und Kostümanchlüsse.

Am Theater führt der Regieassistent mit größtmöglicher Sorgfalt das Regiebuch, in dem alle für eine Inszenierung bedeutsamen Daten notiert werden: Positionen, Gänge, Textänderungen und -streichungen, Auftritte und Abgänge etc. Diese Notizen sind die Grundlage für die späteren Repertoirevorstellungen und Wiederaufnahmen. Des Weiteren hat der Regieassistent die Aufgabe, in Absprache mit dem Regisseur den Probenplan zu erstellen. Häufig übernimmt der Regieassistent auch die Tätigkeit des Abendspielleiters.

Voraussetzungen

Wer Regieassistent werden will, muss eine gute Allgemeinbildung und umfangreiche Kenntnisse der Primär- und Sekundärliteratur besitzen, stilicher und sprachlich versiert sein sowie über umfassende theoretische und praktische Kenntnisse in den Bereichen Technologie, Dramaturgie und Ästhetik des Fernsehens und Films verfügen.

Selbstbewusstsein, Führungsstärke und Verantwortungsbewusstsein sind ebenso nötig wie eine reiche Fantasie, gepaart mit Form-, Farb- und Raumempfinden. Er muss organisieren und motivieren und darf auch bei hoher psychischer Belastung nicht resignieren.

Ausbildung

Eine einheitlich geregelte Ausbildung zur Regieassistentenz gibt es nicht. Am besten bewirbt man sich für ein Volontariat im Fernseh- und Filmbereich als Continuity.

Naturgemäß betrachten viele Regieassistenten ihre Tätigkeit als Durchgangsstadium zum Regisseur. Um dies zu erreichen, sollte man versuchen, so viel wie möglich von seinen Chefs zu lernen. Parallel dazu ist es sinnvoll, an Studiobühnen mit Schauspiel- oder Gesangsschülern erste eigene Regieversuche zu realisieren.

Weitere Möglichkeiten ergeben sich durch die Ausbildung an Hochschulen. Die Aufnahmebedingungen der jeweiligen Ausbildungsinstitute sind unterschiedlich. In der Regel entscheidet eine Aufnahmeprüfung über die Vergabe der wenigen Plätze. In einer solchen Prüfung wird versucht zu erkunden, welche konzeptionellen Fähigkeiten ein Bewerber mitbringt, aus welcher Motivation heraus er diesen Beruf ergreifen möchte und welche Kenntnisse er über das heutige Theater bzw. Film und Fernsehen besitzt.

Welche Fächer in welcher Gewichtung gelehrt werden, hängt vom jeweiligen Institut ab; grundsätzlich gibt es jedoch an allen Hochschulen die vier Bereiche Werk, Darsteller, Bühne und Praxis.

Weiterführender Link:

Wie werde ich Regieassistent?: <http://fudder.de/artikel/2007/09/14/wie-werde-ich-regieassistentin>

5.1.21 Regisseur

Der Regisseur ist für die gesamte Produktionsphase eines Films oder eines Theaterstücks verantwortlich. Die Regietätigkeit erfordert nicht nur kreatives Geschick und gestalterisches Darstellungsvermögen, sondern auch Technikaffinität und Organisationstalent werden vorausgesetzt.

Berufsbild

Vor Beginn der Dreharbeiten wird gemeinsam mit den Autoren das Drehbuch unter dramaturgischen Aspekten bearbeitet. Der Regisseur entwickelt dabei schon eine genaue Vorstellung davon, wie der fertige Film aussehen soll. Er koordiniert die Aufnahmep Vorbereitungen, indem er unter anderem die Rollen mit Schauspielern besetzt, Mitarbeiter für die Technik einteilt und den passenden Drehort aussucht.

Während der Dreharbeiten ist der Regisseur für die komplette Inszenierung zuständig. Er ist die künstlerisch-gestaltende Kraft, die die darstellerischen, musikalischen, visuellen und dramaturgischen Elemente zu einem Gesamtwerk zusammensetzt. Dabei muss er stets das Finanzbudget und die Realisierbarkeit im Kopf behalten und diese mit der Filmgeschäftsführung abgleichen. Während der ganzen Produktionszeit wird er unterstützt von seinen Regieassistenten (siehe Berufsbild Regieassistent).

Wenn die Dreharbeiten abgeschlossen sind, schneidet und überarbeitet er gemeinsam mit den Cuttern und dem Coloristen den Film, entwickelt mit den Tontechnikern den Ton bzw. die Synchronisation und realisiert technische Effekte. Außerdem beteiligt sich der Regisseur an PR-Maßnahmen und wirkt bei der Gestaltung von Werbe- und Informationsmaterial mit.

Voraussetzungen

Voraussetzung für die Arbeit als Regisseur sind jahrelange Erfahrungen in anderen Berufen des Theaters oder Filmbereichs. Man sollte zudem (ähnlich wie ein Regieassistent) belastbar sowie stressresistent sein und gerne mit Menschen zusammenarbeiten.

Ausbildung

Der Zugang zu diesem Berufsbild ist durch keinen allgemein gültigen Ausbildungsweg festgelegt. Regisseure werden an Filmhochschulen (wie der Hochschule für Fernsehen und Film in München), Schauspielschulen sowie an Akademien ausgebildet. Als Studiengänge bieten sich Regie, Theaterwissenschaften, Bühnenbild und Dramaturgie an. Im Berufsleben arbeiten Regisseure häufig freiberuflich oder sind mit Zeitverträgen angestellt.

Der Begriff Regisseur bezieht sich im Allgemeinen auf den Filmregisseur. Des Weiteren gibt es den Bühnenregisseur für Theater, Musical, Oper und andere Bühnenwerke, den Hörspielregisseur für Hörspiel und künstlerisches Feature und den Fernsehregisseur für Fernsehsendungen.

Weiterführende Literatur:

Rohrbeck, Martin: Wie wird man was beim Film, o. O. 2008.

Weiterführender Link:

HFF München: <http://hff-muc.de>

5.1.22 Schauspieler

In der Kategorie „Traumjobs“ ganz oben steht der Beruf des Schauspielers. Aber wer glaubt, er käme auf der Überholspur nach Hollywood, ist eher auf dem Holzweg. Für den Sprung ins Film- und Fernsehgeschäft braucht man einen langen Atem, und eine seriöse Ausbildung als (Theater-)Schauspieler ist von großem Nutzen. Auf der Theaterbühne kann sich der Schauspieler bewähren – alles ist „live“: Gibt es einen „Hänger“ in einer Szene, so kann sie nicht wie beim Film und TV wiederholt und nochmal gedreht werden.

Berufsbild

Dem Schauspieler wird innerhalb der Produktion eine Rolle übertragen. Diese gestaltet er mit Gestik, Mimik und Stimme unter Zuhilfenahme von Maske, Kostüm und Requisiten – er muss sich in die Figur hineindenken, ja hineinleben. Bevor der Dreh beginnt bzw. die Probenarbeit auf der Bühne, beschäftigt sich ein Schauspieler eingehend mit seiner Rolle. Neben dem Auswendiglernen des Textes bedeutet das, sich mit dem sozialen und historischen Umfeld der Rolle zu beschäftigen, mit der Zeit, in der das Stück spielt, mit den besonderen Umständen, in denen sich die Handlung abspielt und mit den physischen, sozialen und psychischen Besonderheiten der zu spielenden Figur und ihrer Partner.

Voraussetzungen

Eine Schauspieler-Karriere hängt von vielen, oftmals schwer beeinflussbaren Faktoren ab. Neben der Ausbildung eigener künstlerischer

Fähigkeiten kann auch der Typ entscheidend sein. Manche Schauspieler erleben den Höhepunkt ihrer Karriere bereits in jungen Jahren, andere kommen erst nach vielen harten Berufsjahren zu künstlerischen Erfolgen. Dabei entspricht der so genannte Marktwert nicht immer dem tatsächlichen Können. Viele Regisseure bevorzugen im Laufe ihrer Karriere die Zusammenarbeit mit bestimmten Schauspielern. Oftmals ist deshalb die Entwicklung eines Schauspielers mit der eines Regisseurs verbunden.

Persönliche Voraussetzungen sind schauspielerisches Talent, Disziplin, ein gutes Gedächtnis, großes Einfühlungsvermögen, eine gute Beobachtungsgabe, Menschenkenntnis, Fantasie, eine hohe physische Belastbarkeit und Mobilität.

Ausbildung

Schauspieler ist keine geschützte Berufsbezeichnung. Die Ausbildung kann man an einer öffentlichen oder auch privaten Schauspielschule absolvieren, sie dauert in der Regel drei bis vier Jahre. Die Aufnahmekapazität ist meist sehr beschränkt, und nur wenige Anfänger bekommen bereits nach dem ersten Vorsprechen einen Studienplatz. Wer von seinem Talent überzeugt ist, sollte sich davon nicht abschrecken lassen und es immer wieder probieren.

Studieninhalte sind unter anderem:

- Rollenstudium
- Improvisation
- Bewegungslehre
- Stimm- und Sprechübungen
- Dramaturgie
- Theatergeschichte und -theorie
- Tanz
- Fechten
- Akrobatik
- Gesang, Rhythmik
- Ensemblespiel

Hat man eine Bühnenausbildung erfolgreich hinter sich gebracht, ergeben filmspezifische Kurse durchaus Sinn. Dabei lernen Schauspieler, sich vor der Kamera richtig zu verhalten oder sich auf ein Casting

vorzubereiten. Wer das Einmaleins des Schauspiels beherrscht und sich auch mit der Kamera vertraut gemacht hat, ist für die Film- und Fernsehbranche gerüstet.

Extrem vorsichtig sollte man gegenüber zahlreichen Crash-Kursangeboten sein. Angebote von dubiosen Akademien führen nicht zum angestrebten Ziel. Wer als Schauspieler auf Dauer überleben will, muss den harten Weg über Schauspielschulen gehen. In Bayern gelten beispielsweise die Athanor-Akademie und die Bayerische Theaterakademie August Everding als renommiert.

Wer das Glück hat, von einem öffentlichen Theater als Solokünstler unter Vertrag genommen zu werden, für den gilt der „Normalvertrag Bühne“, in dem eine monatliche Mindestgage von 1600 Euro als Anfängergehalt festgelegt ist. Dieser Vertrag wird jährlich verlängert oder auch nicht – vor Arbeitslosigkeit ist kein Schauspieler gefeit.

Weiterführende Links:

Athanor-Akademie: www.athanor.de

Bayerische Theaterakademie August Everding: www.theaterakademie.de

5.1.23 Script/Continuity Person

Szene 1: Der Assistent des Kommissars hält Notizbuch und Kugelschreiber in der Hand. Er notiert, was der Arzt über die Todeszeit der ermordeten Person berichtet – es leuchten nur zwei Taschenlampen.

Szene 2: Der Arzt diktiert weiter über die Würgemale, der Assistent hat die Hand in der Hosentasche – die Deckenbeleuchtung ist eingeschaltet.

Der aufmerksame Zuschauer ist empört über diesen „Anschlussfehler“. Solche Anschlussfehler zu vermeiden, ist der Beruf des Continuity, er ist gewissermaßen „der Schatten“ des Regisseurs.

Berufsbild

Die Arbeit der „Continuity“ beginnt, noch bevor die erste Szene gedreht ist. Drei Tage für Fernseh-, fünf Tage für Kinofilme, so lautet eine Faustregel, haben die Continuitys Zeit, um sich ins Drehbuch einzuarbeiten.

Die „Continuity“ hat den härtesten Job am Set. Während die meisten am Dreh Beteiligten ermüdend lange Wartepausen aushalten müssen,

hat die Continuity nie Pause. Die Continuities sorgen dafür, dass von einem Drehtermin auf den anderen – dazwischen können Wochen liegen – alle wesentlichen Faktoren exakt die gleichen sind wie in der zuletzt gedrehten Einstellung.

So notieren sie unter anderem den Kamerastandpunkt, die Einstellung, das Wetter, die Tageszeit, die Kleidung, die Frisur, das Make-up, Textänderungen und Musik. Außerdem führen sie Buch über Klappen, den Cutterbericht, den Verbrauch an Filmmaterial etc. Zusätzlich fotografiert die Continuity den Aufbau der Szenen.

Voraussetzungen

Die Arbeit als Continuity erfordert eine hohe Konzentration, Auffassungsgabe und Belastbarkeit. Als Vorbildung für die Tätigkeit als Continuity eignen sich Volontariate im Film- und Fernsehbereich, speziell im Schneiderraum, oder die Tätigkeit als Scriptgirl.

Ausbildung

Eine rechtlich geregelte Ausbildung für eine Tätigkeit als Continuity Person gibt es bisher nicht. Die meisten sind „irgendwie reingereutscht“, nachdem sie eine Reihe Praktika und Workshops durchlaufen haben. Berufserfahrung in der Filmwirtschaft oder absolvierte Weiterbildungslehrgänge in diesem Bereich sind von Vorteil.

Continuity Persons arbeiten bei Filmproduktionsgesellschaften, Fernsehanstalten, in Produktionsfirmen für Musikvideos, Fernsehbeiträge und Internetfilme sowie in Werbeagenturen. Bei einer Arbeitszeit von mindestens 50 Wochenstunden werden rund 750 bis 900 Euro als Wochengage gezahlt, der Rest ist Verhandlungsgeschick.

Weiterführende Literatur:

Werners, Franziska: Continuity und Skript bei Fernsehen und Film, Köln 2001.

5.1.24 Slomo-Operator

Der Ball ist drin. Oder doch nicht? Sekundenbruchteile trennen die Schiedsrichterentscheidung von einer Fernsehanalyse aus allen denkbaren Blickwinkeln. Wenn die Zeitlupe stimmt.

Berufsbild

Slomo-Operatoren werden vor allem bei Sport- und Showübertragungen eingesetzt. Sie bedienen Slow-Motion-Maschinen, in denen in Echtzeit eine Vielzahl von Kamerabildern aufgenommen werden. Permanent setzen sie überall dann Markierungen in die aufgenommenen Bildströme, wenn sie eine spannende Aktion erwarten. Sobald der Regisseur es verlangt oder ihre Einschätzung eine spektakuläre Einstellung erwarten lässt, spielen sie live die Bilder der Regie zu und entscheiden, welche Blickwinkel die aussagekräftigsten sind. Dabei kann die Abspielgeschwindigkeit variabel gestaltet sein. Je nach Produktionsbudget kommen auch spezielle Hochgeschwindigkeitskameras zum Einsatz, die noch größere zeitliche Verzerrungen ermöglichen. Slomo-Operatoren arbeiten festangestellt bei Produktionsfirmen oder vereinzelt freiberuflich.

Voraussetzungen

Als Slomo-Operator muss man umfangreiches Wissen über die dargestellte Sportart besitzen, denn man muss, um schnell genug reagieren zu können, sehr gut voraussagen können, was als nächstes passieren wird. Außerdem ist ein dramaturgisches Gespür erforderlich, damit der Regisseur bestmögliche Unterstützung bei seiner Arbeit erfährt. Technisches Grundverständnis, vor allem im Bereich Videotechnik, wird ebenfalls benötigt. Als Slomo-Operator wird man maßgeblich dann arbeiten, wenn alle anderen Menschen frei haben: Abends und an nahezu allen Wochenenden. Reaktionsschnelligkeit, Stressresistenz und Kommunikationsvermögen gehören ebenfalls zur Grundausstattung.

Ausbildung

Es gibt, wie in vielen Fernseh-Berufen, keine Ausbildung zum Slomo-Operator. Häufig erlernt man die Tätigkeit bei der Ausbildung zum Mediengestalter Bild/Ton, wenn der Ausbildungsbetrieb im Bereich Sport-Liveproduktion tätig ist. Auch Cutter oder Sportwissenschafts-Studenten können Slow-Motion-Maschinen bedienen lernen.

5.1.25 Stuntman

Sie springen von Hausdächern, fliegen über Kühlerhauben und stürzen Treppen hinab – sieht cool aus und macht viel Arbeit. Die Arbeit eines Stuntmans ist bis ins winzigste Detail geplant, der Stuntman ist Teil des Filmteams und folgt einer festgelegten Choreographie des Schreckens.

Berufsbild

Die anspruchsvolle Aufgabe, einen Schauspieler für die gefährlichsten Momente des Drehbuchs zu doublen, erfordert viel Fleiß, Geduld und Ehrgeiz. Zu diesem gefährlichen Gewerbe sollte man sich wohl berufen fühlen, keinesfalls ist es ein Job wie tausend andere. Angst ist dabei genauso fehl am Platze wie Übermut, denn beides kann zu fatalen Fehlern führen, die oft böse Verletzungen nach sich ziehen. Der Nervenkitzel muss beim Zuschauer erfolgen, nicht beim Agierenden. Draufgänger gefährden nur sich und andere – ein gerütteltes Maß Respekt vor dem Risiko ist unbedingt angebracht. Wichtig ist für diesen Job, sich realistisch einzuschätzen und seine Grenzen zu kennen.

Voraussetzungen

Voraussetzungen für die Arbeit als Stuntman sind ein gutes Körpergefühl, Fitness, Disziplin, eine gute Auffassungsgabe, das Beherrschen von Kampfsportarten, schauspielerisches Talent, eine zuverlässige Selbsteinschätzung, Fremdsprachen, Teamfähigkeit und ein technisches Verständnis.

Ausbildung

Einen staatlich geregelten Zugang zum Beruf gibt es nicht. Ob man sich für diesen Beruf eignet, erfährt man schnell bei einem Probetraining, das für gewöhnlich jede Stuntschule anbietet. Während dreier Einheiten bestimmen dabei professionelle Stuntmen für einen Durchschnittspreis von 100 Euro, wie die Chancen stehen, als Stuntman einmal seinen Lebensunterhalt verdienen zu können.

Die Ausbildung zum Stuntman dauert zwischen einem und drei Jahren. Die Kosten variieren je nach Schule zwischen 1000 und 2500 Euro pro Jahr. Die Ausbildung der Stunt doubles ist umfangreich und an-

strengend. Sie beinhaltet Klettern, Höhentraining, Akrobatik, Fall- und Sprungtechniken, Schleudertraining, Auto-, Kletter- und Waffenstunts, Personenbrand, Erste Hilfe, Feuerlösch-Übungen, Rollenfindung, Mimik und Gestik sowie Grundlagen der Schnitt- undameratechnik. Stuntmen können nach erfolgter Ausbildung neben Fernsehen und Film auch im Event- und Veranstaltungsbereich, zum Beispiel in einem Freizeitpark, eine Anstellung finden.

Weiterführende Links:

Bundesverband deutscher Stuntleute: www.german-stunt-association.de

Beitrag von „Spiegel TV“: www.spiegel.tv/filme/stuntschule-extra#/filme/stunt-schule-extra

5.1.26 Stylist

Stylisten findet man in sehr unterschiedlichen Bereichen: Es gibt Stylisten für Werbung, Kampagnen, für Filme oder Modemagazine. Dennoch ist die gemeinsame Idee hinter dem Berufsbild eines Stylisten, Menschen durch ganz individuelle Stylingberatung zu einer positiven Ausstrahlung zu verhelfen.

Berufsbild

Stylisten agieren im Hintergrund der Mode- und Kreativbranche und stehen oft hinter dem perfekten und unverwechselbaren Look vieler Models. Daher sind Stylisten auch immer den neuesten Modetrends auf der Spur. Fotoshootings in der Modebranche sind heute ohne einen professionellen Stylisten undenkbar. Auch setzen Modemagazine und Filmproduktionen Stylisten ein, um Models und Schauspieler perfekt in Szene zu setzen.

Die Aufgabe von Stylisten besteht darin, Ideen in Bilder umzusetzen. Als Stylist muss man immer am Puls aktueller Modetrends sein und zusätzlich wissen, wo entsprechendes Make-up und Accessoires besorgt werden können. Sie kümmern sich um Outfits, Accessoires und Dekorationen bei Foto- und Filmproduktionen und sorgen dafür, dass Models ins richtige Licht gerückt werden. Außerdem kümmern sich die Stylisten darum, dass alle ausgeliehenen Kleidungsstücke oder Accessoires nach den Aufnahmen der Fotos wieder in einwandfreiem Zustand zurückgegeben werden. Stylisten müssen zudem nicht nur dafür sorgen, dass Models auf Fotos gut rüberkommen, sondern auch,

dass sie sich am Set wohl fühlen und ein gutes Klima zwischen allen Beteiligten einer Produktion herrscht.

Voraussetzungen

Ein sehr großes Interesse an Modetrends zu besitzen und dabei immer aktuell zu sein, ist sicherlich eine der wichtigsten Voraussetzungen für Stylisten. Dazu zählt auch ein gutes Gespür für Geschmack und Farben. Zudem sollten Stylisten kommunikativ und souverän im Umgang mit anderen Menschen sein, damit sich die Kunden wohlfühlen. Zudem sind sehr gute Englischkenntnisse und handwerkliches Geschick von Vorteil.

Ausbildung

Grundsätzlich kann jeder Stylist werden, da es für diesen Beruf keine geschützte Berufsbezeichnung gibt. In der Regel wird man aber durch einen Quereinstieg zum Stylisten, wobei die Wege beispielsweise über den Beruf des Modedesigners oder Kostümbildners verbunden mit einschlägigen Praktika in die Modebranche führen können. Die Akademie Mode & Design (AMD) bietet außerdem verschiedene Möglichkeiten für einen Einstieg als Stylist an. Einerseits werden im dreijährigen Vollzeit-Ausbildungsgang Modejournalismus/Medienkommunikation neben journalistischen Kenntnissen auch die des Stylisten vermittelt. Andererseits können bereits Berufstätige mit dem Wunsch nach Neuorientierung den Weiterbildungskurs Styling belegen.

Die Branchen, in denen Stylisten arbeiten können, sind verschieden und reichen von TV-Sendungen und Filmproduktionen, Modenschauen und Fotoproduktionen hin zu Modestrecken in Journalen, Werbe-, Musikcover- und Katalogproduktionen. Als Stylist kann man freiberuflich aber auch für eine Agentur tätig sein; wobei Agenturen Aufträge besorgen, ihre Mitarbeiter zu Terminen schicken und helfen, Kontakte zu Fotografen und Designern aufzubauen.

Weiterführender Link:

Akademie Mode & Design: www.amdnet.de

5.1.27 Szenenbildner

Der Beruf des Szenenbildners entwickelte sich zusammen mit dem Medium Film. Anfänglich hatte er dieselben Aufgaben wie der Bühnenbildner am Theater: Sie bemalten Kulissen und stellten Hintergründe aus Sperrholz und Pappe her, ausreichend für die damals übliche statische Kameraführung. Heute umfasst die Tätigkeit des Szenenbildners alle Bereiche der Gestaltung szenischer Räume von Film und Fernsehen, er spielt also eine wichtige Rolle bei der Entstehung eines Filmes.

Berufsbild

Szenenbildner sind für die gesamte Gestaltung einer Filmwelt verantwortlich. Sie überprüfen die im Drehbuch beschriebenen Sets auf ihre Tauglichkeit. Die Handlung kann an vielen verschiedenen Orten und in verschiedenen Milieus stattfinden: hochmodern, futuristisch oder auch aus einer längst vergangenen Zeit – die Aufgabe des Szenenbildners ist es, genau die richtige Stimmung zu treffen.

Die Aufgaben des Szenenbildners sind:

- Analyse der historischen und sozialen Hintergründe des Films
- Quellenstudien
- Recherchen für die szenische Ausstattung
- Motivsuche
- Motivlisten anlegen
- Set-Beschreibungen
- Einschätzung der Realisierbarkeit
- maßstäbliche Konstruktionszeichnungen

Gemeinsam mit dem Regisseur, Kameramann und Kostümbildner werden die zu erwartenden Anforderungen definiert und ein entsprechendes Art-Department zusammengestellt. Der Szenenbildner überwacht die Ausführungsqualität und den termingerechten Arbeitsfortschritt aller für den Film notwendigen szenischen Arbeiten. Die kontinuierliche Optimierung der Arbeitsprozesse ist unerlässlich.

Ausbildung

Meistens kommen die Szenenbildner aus anderen Bereichen wie der Architektur, der Malerei und vor allem dem Bühnenbild. Seit 1991

gibt es einen akademischen Studiengang an Hochschulen, dort kann man Szenenbild bzw. Szenografie als eigenständiges Fach sowie als Schwerpunkt innerhalb von allgemeinen künstlerischen Studiengängen studieren. Die Studieninhalte sind Fotografie, Modellbau, Technisches Zeichnen, Räumliches Zeichnen, Figürliches Gestalten, Storyboard, Visuelle Effekte (VFX), Eventausstattung, Grundlagen der Medientechnologie, Szenenbildtheorie, Drehbuchanalyse, Filmbildanalyse, Kunst- und Stilgeschichte, Filmgeschichte, Kostümbild und Kalkulation.

Vor allem an Hochschulen sind eine oder mehrere Praxisphasen in das Studium integriert. Dabei kann es sich um ein mehrwöchiges Praktikum in einem Betrieb, eine Projektarbeit oder um ein ganzes Praxissemester handeln.

Weiterführender Link:

Was Architektur im Film erzählen kann: www.szenenbild.eu

5.1.28 TV Forecast Manager

Es ist nicht immer einfach vorauszusagen, ob eine Fernsehserie, ein Spielfilm oder ein anderes neuartiges Fernsehformat erfolgreich sein wird und hohe Zuschauerzahlen bringt. Ob etwas im Fernsehen ein Top oder Flop wird, hängt mit einer ganzen Reihe von unterschiedlichen Faktoren zusammen. Und genau an dieser Stelle kommen TV-Forecast Manager ins Spiel, da sie diese Faktoren einschätzen müssen. Da es im Fernsehen um sehr viel Geld durch Werbeeinnahmen geht – nicht selten kosten Werbeblöcke zur besten Sendezeit ein kleines Vermögen –, geben TV Forecast Manager Empfehlungen, bei welchen Formaten es sich lohnt, Werbespots zu schalten.

Berufsbild

Ein TV Forecast Manager erstellt und entwickelt kontinuierlich Prognosen für TV-Planung, Optimierung und Einkauf weiter. Dazu müssen TV-Analysetools bedient werden, um den Überblick über die aktuellen Entwicklungen im TV-Markt zu behalten und Berichte darüber zu verfassen.

Voraussetzungen

Voraussetzungen für einen TV Forecast Manager sind:

- die Fähigkeit, strategisch und analytisch zu denken
- Spaß am Medium Fernsehen – privat wie auch beruflich
- ein Gespür für Zahlen
- gute Excel-, PowerPoint- und Access-Kenntnisse
- Englischkenntnisse
- Erfahrungen mit einschlägigen Programmen zur Auswertung von Zuschauerzahlen

► siehe auch **Marktforscher** (Seite 79)

5.1.29 Untertitler

Untertitler sind – wie der Name schon sagt – dafür zuständig, die Untertitel für die Filme zu verfassen. Was auf den ersten Blick einfach klingt, stellt sich allerdings als nicht gerade einfacher Job dar. Denn häufig steht Untertitlern nur der fertige Film, nicht aber das Skript zur Verfügung.

Berufsbild

Untertitler müssen nicht nur das Gesagte in eine andere Sprache übersetzen. Sie müssen auch festlegen, wann der Untertitel ein- und wieder ausgeblendet wird. Dies nennt man Spotting. Für den Untertitel muss man das Gesagte möglichst auf das Wesentliche reduzieren: Schließlich darf man nur so viele Wörter verwenden, wie ein Mensch in der Zeit überhaupt aufnehmen kann, in denen der Untertitel eingeblendet ist. „Da wir Gesprochenes schneller aufnehmen können als Geschriebenes, muss der Untertitler Aussagen kürzen oder umschreiben, ohne den Sinn des Gesagten zu verfälschen“, heißt es im Fachportal www.untertitelforum.de. „Wenn im Film schnell gesprochen wird oder mehrere Personen durcheinander reden, muss die Textmenge besonders geschickt und feinfühlig reduziert werden.“ Hierbei könne schon ein einzelner Buchstabe darüber entscheiden, ob ein bestimmtes Wort in eine Zeile passe oder durch einen kürzeren Begriff ersetzt werden müsse – sofern sich einer findet. Besonders schwierig ist es, Untertitel für Dialekte und schnelle Dialoge zu schreiben. Entscheidend: Der Sinn des Gesprochenen darf in keinem Fall verfälscht werden.

Neben dem Einsatz in Filmen gibt es für den Job als Untertitler (Schriftdolmetscher) weitere Einsatzgebiete, beispielsweise in der Arbeit mit Hörgeschädigten, als Gerichtsstenograf oder bei Konferenzen in Wirtschaft.

Voraussetzungen

Untertitler benötigen gute Sprachkenntnisse und die Fähigkeit, Gesagtes auf das Wesentliche verringern zu können. Außerdem braucht es ein gutes Zeitgefühl, um zu den Dialogen jeweils millisekunden-genau die Untertitel zu verfassen.

Ausbildung

Für Untertitler gibt es keine spezielle Berufsausbildung, allerdings werden an Akademien Kurse angeboten. „So gesehen ist die Untertitelung durchaus eher als Kunst denn als Handwerk anzusehen“, meint ein Beitrag auf www.untertitelforum.de.

Weiterführender Link:

Untertitelforum: www.untertitelforum.de

Porträt des Berufsbilds: www.hoerbiz-berlin.de/2010/03/13/beruf-untertitler-schrift-dolmetscher

5.1.30 Visagist

Sie zaubern mit Farben, Pinseln und Schwämmchen, pudern, tuschen und zeichnen das ungeschminkte Gesicht der Schauspieler und Models, bevor sie ins Rampenlicht treten und so strahlend aussehen, wie man sie von Plakaten und der Leinwand kennt. Gute Visagisten sind Handwerker und Künstler zugleich. Sie haben die Lizenz zum Schön-machen.

Berufsbild

Doch jedes Gesicht ist anders und bietet stets eine neue Herausforderung. Kleine Schönheitsfehler wie Leberflecke, Narben, Hautunreinheiten, Falten oder Hautunebenheiten gilt es zu beseitigen. Dabei sollte das Make-up aber nicht verkleiden, sondern die Persönlichkeit unterstreichen.

Visagisten sind überwiegend in der Mode- und Werbebranche tätig, arbeiten aber auch oft bei Film und Fernsehen, an Schauspielbühnen,

in Parfümerien und Kosmetiksalons. Sie beraten Kunden zum passenden typgerechten Make-up und geben Tipps, wie man Unreinheiten oder Makel kaschieren kann. In der Modebranche arbeiten sie für den Fotografen, bei Film und Fernsehen für den Filmproduzenten. Ein ähnlicher Beruf im Theaterbereich ist der des Maskenbildners (siehe Berufsbild Maskenbildner). Neben diesen Tätigkeiten gibt es die Möglichkeit, Schminkkurse, Schulungen und Seminare in der Farb- und Stilberatung abzuhalten.

Voraussetzungen

Persönliche Voraussetzungen für die Arbeit als Visagist sind Talent, Vielseitigkeit, Kreativität, handwerkliches Können, Liebe zu Details, Spaß an der Verwandlung, Einfühlungsvermögen und Flexibilität.

Ausbildung

Den Beruf Visagist gibt es offiziell nicht, ergo sind weder Ausbildungsverordnung noch Zulassungskriterien vorhanden. Im Grunde kann sich jeder Laie auch Visagist nennen. Meist handelt es sich aber um Leute, die bereits als Friseur oder Kosmetiker gearbeitet und sich entsprechend in einer (privaten) Visagistenschule weitergebildet haben. Die Ausbildungsdauer variiert von Kurz- über Fern- bis zur Vollzeitausbildung. Dort eignet man sich unter anderem folgende Fertigkeiten an:

- Grundlagen des Schminkens
- Tages-Make-up
- Hautanalyse
- Gesichtsformen
- Akzente setzen
- Farbenlehre
- Form- und Typenlehre
- Persönlichkeitsanalyse
- Camouflage
- Bühnen-/Laufsteg-/Foto-Make-up
- Fantasy-Make-up
- Facepainting
- Bodypainting

Fünf Tipps für Berufseinsteiger in die Filmbranche

*Von Ferdinand Freising,
Herstellungsleiter Abteilung
Dokumentarfilm an der
Hochschule für Fernsehen
und Film München*



➤ **1** Selber Filme machen

Jedem, der sich für die Filmbranche interessiert, kann ich nur empfehlen, zunächst selber Filme zu drehen bzw. sich an Filmprojekten zu beteiligen. Das notwendige Filmequipment ist mittlerweile erschwinglich geworden, und es gibt Institutionen wie „Offene Kanäle“, Video-AGs oder den AFK hier in München, die für die Umsetzung eigener Filmprojekte eine gute Infrastruktur bieten. Die meisten Probleme und Herausforderungen, die man bei den ersten kleinen Filmen hat, seien sie dramaturgischer, technischer, organisatorischer oder finanzieller Art, gibt es genauso bei großen Produktionen – deshalb ist diese Erfahrung so wertvoll.

➤ **2** Frühzeitig den Berufswunsch konkretisieren

Wenn man sich auf ein Praktikum bewirbt, sollte man dabei als Motivation nicht den Wunsch angeben „irgendwas mit Medien“ zu machen. Natürlich kann sich ein Berufswunsch erst konkretisieren, nachdem man die ersten Einblicke erhalten hat. Trotzdem sollte man begründen können, weshalb man sich genau für dieses Praktikum/Projekt interessiert. Vor einer Bewerbung bzw. spätestens zum Vorstellungsgespräch sollte man sich mit dem Profil der Firma auseinandersetzen: Welche Projekte hat die Firma bereits gemacht? Wer arbeitet dort in welcher Position?

Dieses Wissen zeigt dem Gegenüber, dass man sich für seine Arbeit interessiert.

➤ **3** Viele, viele Filme sehen

Wenn man sich für die Filmbranche interessiert, dann sollte man auch an Filmen und Geschichten interessiert sein. Das klingt zunächst trivial. Es soll aber Menschen geben, die sich eher für den Glamour, Partys und die Aufmerksamkeit interessieren. Dieses Image haftet zwar tatsächlich an der Filmbranche – wenn ein solches Interesse jedoch vorwiegt, sollte man seinen Berufswunsch hinterfragen. Ich halte es für wichtiger, möglichst viele Filme, Serien oder generell audiovisuellen Content zu kennen und sich dafür zu interessieren. Damit meine ich sowohl den Kanon der Filmgeschichte als auch den gegenwärtigen Markt. Man kann einfach nicht genug Geschichten kennen, wenn man selber welche erzählen möchte.

➤ **4** Netzwerke aufbauen

Die Produktion von Filmen ist Teamarbeit. Die Branche ist recht überschaubar, und oft werden Jobs über Direktkontakte oder Empfehlungen vergeben. Man sollte daher so früh wie möglich anfangen, sich ein Netzwerk aufzubauen und Teams zu bilden, mit denen man auch zukünftig gerne wieder arbeitet. Oft macht es auch Sinn, andere Menschen miteinander zu vernetzen, wenn man sieht, dass Interessen aufeinander passen. Auch wenn man davon nicht unmittelbar profitiert, erweitert dies auf lange Sicht das eigene Netzwerk.

➤ **5** Offene Augen, offene Ohren & Mut

Viele Möglichkeiten ergeben sich zufällig. Interessiert man sich für deutsche Serien und sitzt zufällig einem Serienredakteur im Zug gegenüber, sollte man erst kurz seine Gedanken sammeln und dann versuchen, mit ihm ins Gespräch zu kommen. Man muss aber nicht immer auf Zufälle warten. Oft ist es am besten, einfach zu probieren. Wenn man eine Absage kassiert, muss man eben weitermachen.

5.2. Journalismus

Ob Tageszeitung, Wochenmagazin, öffentlich-rechtlicher Rundfunk, Lokalradio oder Internet – für Journalisten gibt es vielfältige Einsatzmöglichkeiten. Während sich die technischen Anforderungen je nach Medium unterscheiden, gibt es auch viele Gemeinsamkeiten: Etwa zeichnet Journalisten die Neugierde aus. Recherchieren bedeutet, gerne etwas Neues herauszufinden. Journalisten erzählen nur reale Geschichten. Fiktionales bleibt den Romanautoren und Drehbuchautoren von Spielfilmen vorbehalten. Journalisten werden „auf der anderen Seite des Schreibtischs“ von Pressesprechern versucht zu beeinflussen. Dies ist durchaus legitim, dass Organisationen, Unternehmen, Parteien oder Verbände ihre Sichtweise den Journalisten darlegen. Journalisten können über alle möglichen Themen berichten: von Sport und Mode über Politik und Wirtschaft bis hin zu Technik und lokalen Themen. Es gibt genauso Spezialisten für bestimmte Themenbereiche wie Allrounder.

5.2.1 Auslandskorrespondent

Der Auslandskorrespondent ist ebenso wie der im Inland arbeitende Korrespondent ein Journalist, der von der Hauptredaktion eines Medienunternehmens engagiert ist, um über Geschehnisse und Ereignisse vor Ort zu berichten. Laut Jörg Schönenborn und Michael Stempel besteht besonders in Deutschland ein großes Interesse an der Auslandsberichterstattung – im Gegensatz beispielsweise zum US-amerikanischen Publikum. Daher stellen die beiden Journalisten fest, „leisten sich deutsche Fernsehsender umfangreiche Auslandsberichte und eine Vielzahl von Korrespondentenbüros“. Die ARD hat, nach eigenen Angaben, derzeit 26 Auslandsstudios mit entsprechenden Korrespondenten und stellt damit eines der dichtesten Korrespondentennetze weltweit. Neben den ständigen Auslandskorrespondenten gibt es auch so genannte Sonderkorrespondenten. Sie werden entsandt, sobald sich ein wichtiges Ereignis ankündigt, wie beispielsweise die Wahlen in den USA. Begrenzt auf den Zeitraum der Wahlen berichten die Sonderkorrespondenten aus dem entsprechenden Land, im Anschluss reisen sie wieder ab.

Berufsbild

Im Gegensatz zu Inlandsjournalisten, die sich meist auf einige ausgewählte Themen spezialisieren, muss der Auslandskorrespondent ein wesentlich breiteres Themenspektrum abdecken. So kann es vorkommen, dass er sich gleichzeitig um die Politik, Wirtschaft oder auch die Kultur eines ganzen Landes kümmern muss. Darüber hinaus ist es durchaus üblich, dass der Auslandskorrespondent nicht nur für ein einziges Land zuständig ist, sondern zusätzlich auch noch für die angrenzenden Regionen. Ein Auslandskorrespondent in Lateinamerika beispielsweise kann zwar in einem Land seinen Hauptstandort haben – beispielsweise in Buenos Aires, der Hauptstadt von Argentinien. Geschieht im benachbarten Chile beispielsweise ein Unglück, kann er jedoch kurzfristig dorthin geschickt werden. Da der Auslandskorrespondent nicht immer alle Berichte selbst verfassen kann, unterstützen ihn oft so genannte Producer. Das sind ortsansässige Journalisten, die unterstützend Themen suchen, bereits Recherchearbeiten übernehmen und Kontakte herstellen.

Neben dem selbst produzierten Material an Audio- und Videoaufnahmen greift der Korrespondent auch auf Informationen aus dem Gastland zurück. Auf der Grundlage dieser Quellen erstellt er seine Berichte, die er im Anschluss an die Hauptredaktionen übermittelt. Berichte von Auslandskorrespondenten finden in den Medien besonders oft Beachtung, wenn sie aus einem Krisen- oder Kriegsgebiete stammen. Unabhängig von Krisen oder Konflikten sollen Berichte von Auslandskorrespondenten auch fremde Lebenswirklichkeiten zeigen und abbilden, die dem deutschen Publikum unbekannt sind. Aus diesem Grund erstellt er nicht nur nachrichtlich relevante Berichte, sondern liefert auch Hintergrundberichte für Auslandsmagazine und Kultursendungen oder produziert Features.

Auslandskorrespondenten arbeiten entweder als festangestellte Redakteure oder als Freiberufler. „Die Zahl freiberuflicher Auslandskorrespondenten ist durchaus beachtlich“, stellt Martin Wagner, Hörfunkdirektor des Bayerischen Rundfunks, im Buch „Special Interest“ fest.

Voraussetzungen

Um als Auslandskorrespondent arbeiten zu können, muss der Journalist eine langjährige Landeskenntnis aufweisen. Diese soll dazu

beitragen, dass er Geschehnisse, gesellschaftliche Veränderungen oder Umbrüche kompetent erklären und interpretieren kann. Darüber hinaus sind entsprechende Kultur-, Gesellschafts-, und Sprachkenntnisse erforderlich. Diese ermöglichen es, Ereignisse in internationale oder weltpolitische Kontexte einzuordnen. In jedem Fall muss der Auslandskorrespondent jedoch stressresistent sein. Besonders in nicht-demokratischen Staaten – wie etwa China – gilt es, sich strikt an die Vorgaben der Staatsführung zu halten – sonst laufen die Journalisten Gefahr, möglicherweise festgenommen zu werden. In solchen Situationen ist auch ein diplomatisches Abwägen und Verhalten eine nötige Kompetenz, die ein Auslandsjournalist mitbringen sollte. Noch mehr als bei Inlandsjournalisten muss der Auslandskorrespondent gut erklären, analysieren, selbstständig arbeiten und klar formulieren können. Seine Aufgabe ist es, die Geschehnisse für den Rezipienten im Heimatland einzuordnen. Von einem fundierten Vorwissen des Zuschauers, Zuhörers oder Lesers kann der Auslandskorrespondent nicht ausgehen. In seinen Berichten muss er dies entsprechend berücksichtigen und Unbekanntes kompetent erklären.

Ausbildung

Direkte Studiengänge zum Auslandskorrespondenten gibt es nicht. Vielmehr besitzen die Auslandskorrespondenten ganz unterschiedliche Werdegänge. In den meisten Fällen weisen sie jedoch eine langjährige journalistische Berufserfahrung auf. Wer also Auslandskorrespondent werden will, sollte ein journalistisches Studium oder eine Volontariat anstreben und dies mit Fremdsprachenkenntnissen kombinieren.

Weiterführender Link:

Weltreporter: www.weltreporter.net

Weiterführende Literatur:

Wagner, Martin: Auslandskorrespondent/in, Berlin 2001.

Wagner, Martin: Auslandsberichterstattung, in: Kaiser, Markus (Hrsg.):
Special Interest, Berlin 2012: S. 86-106.

5.2.2 Chefredakteur

Redaktionen sind meist hierarchisch gegliedert. Der einzelne Redakteur beispielsweise einer Tageszeitung betreut sein Fachgebiet, zum Beispiel Bildungspolitik. Über ihm steht der Ressortleiter, der für den ganzen Bereich Innenpolitik bzw. Politik verantwortlich ist. Er hat den ganzen größeren Bereich im Blick und koordiniert die einzelnen Redakteure in seinem Ressort. Er entscheidet also, soll größer über die BAföG-Reform oder das Elterngeld berichtet werden, ist die Regierungskrise bedeutender als der neue Plan für eine Pkw-Maut. Über den jeweiligen Ressortleitern aus Bereichen wie Politik, Wirtschaft, Feuilleton, Sport usw. steht der Chefredakteur. Er hat einen Überblick über alle Themengebiete und legt die Leitlinien für das jeweilige Medium fest.

Chefredakteure recherchieren und schreiben selbst nur sehr selten noch eigene Artikel. Statt dessen koordinieren sie sehr viel. Wenn sie selbst Texte verfassen, sind dies häufig Leitartikel, Kommentare zu wichtigen und übergreifenden aktuellen Themen. Außerdem entscheiden sie, welche Themen beispielsweise als Aufmacher, als wichtigste Meldung, auf der Titelseite platziert werden. Chefredakteure vertreten außerdem eine Zeitung oder einen Fernsehsender auch in der Öffentlichkeit. Chefredakteur werden in der Regel altgediente Redakteure, die nicht nur durch brillante eigene journalistische Leistungen aufgefallen sind, sondern auch durch Organisationsgeschick.

► siehe **Redakteur** (Seite 89)

5.2.3 Chef vom Dienst

Eine Redaktion, egal ob Print, Fernsehen oder Online, ähnelt nicht selten einem Ameisenhaufen, wenn die Telefone heißlaufen und der Ticker im 10-Sekunden-Takt neue Infos ausspuckt. Um einen reibungslosen Ablauf zu garantieren, braucht man einen, der auch im schlimmsten Chaos einen kühlen Kopf behält und einen reibungslosen Ablauf ermöglicht: den Chef vom Dienst, meistens einfach CvD genannt.

Der CvD muss den Überblick bewahren, koordinieren und klare Anweisungen geben, um die exakte, aktuelle und unterhaltende Ausgabe zu garantieren. Während der Chefredakteur die inhaltliche Leitlinie

eines Mediums bestimmt, ist der CvD die Schnittstelle zwischen Redaktion, Herstellung, Vertrieb und Anzeigenabteilung. Genaueste Kenntnisse des Redaktionsablaufs sowie Ideen zu dessen Optimierung sind selbstverständlich in diesem Job.

Bei einem Printmedium ist der CvD verantwortlich für die Erstellung der Hefstruktur und die Umfangsdisposition. Hierfür erstellt er den Satzspiegel, in dem die Verteilung der Spalten, die Platzierung der Anzeigen, die Bruchlinien, wie auch die Kopf- und Fußzeilen dargestellt sind. Der Satzspiegel muss kontinuierlich aktualisiert werden und ständig für alle Beteiligten vorliegen bzw. einsehbar sein. Bei elektronischen Medien gilt dies analog für die Einhaltung der Beitragslängen gemäß dem Sendeplan.

Oft ist er auch für die Organisation der Redaktion verantwortlich, hinsichtlich der Dienstpläne, Redaktionstechnik und der Dienstreisen. Praktisch ist der CvD oft ein stellvertretender Chefredakteur. Jedoch ist er weder für die optische oder inhaltliche Qualität noch presserechtlich verantwortlich – dies ist Sache des Chefredakteurs.

Voraussetzungen

Wer Chef vom Dienst werden möchte, sollte zunächst als Redakteur im jeweiligen Medium Erfahrung gesammelt haben. Schließlich muss er zwischen Redaktion, Chefredaktion, Anzeigenabteilung, Technik und Vertrieb koordinieren. Chefs vom Dienst sollten ein hervorragendes Planungs- und Organisationstalent haben, kommunikationsstark sowie durchsetzungsfähig sein und unter Zeitdruck arbeiten können. Da sie zwischen verschiedenen Abteilungen eines Verlags bzw. Senders koordinieren bzw. vermitteln müssen, sollten sie über Erfahrung in der Mitarbeiterführung, hohes Engagement und Eigeninitiative verfügen.

Ausbildung

► siehe **Redakteur** (Seite 89)

5.2.4 Datenjournalist

Datenjournalismus ist eine Form des Journalismus, die Daten zum zentralen Gegenstand der Berichterstattung macht. Datenjournalis-

mus umfasst neben der Recherche in Datenbanken auch die Analyse, Validierung, Visualisierung und Publikation von Daten.

Berufsbild

Lorenz Matzat, Gründer der Datenjournalismus-Agentur Open Data City und einer der führenden Datenjournalisten in Deutschland, definiert den Begriff so: „Datenjournalismus setzt auf Datensätze nicht nur als Recherchequelle, sondern macht die Daten zum zentralen Gegenstand der Geschichte und deren Präsentation. Dabei liegt er in der Schnittmenge von drei Bereichen: erstens visueller Journalismus oder Infografiken, zweitens multimediales und interaktives Storytelling und drittens investigativer Journalismus.“

Führend im Datenjournalismus sind amerikanische und britische Journalisten, im englischen Sprachraum ist der Begriff „data driven journalism“ (DDJ) – wörtlich übersetzt: Daten-getriebener Journalismus – gebräuchlich. Der Begriff „data-driven-journalism“ ist treffender als das deutsche Wort Datenjournalismus, da die journalistische Berichterstattung mit Unterstützung von Datensätzen erfolgt. Veröffentlicht werden datenjournalistische Projekte in der Regel im Internet in Form von interaktiven Anwendungen, die auf Datenbanken zugreifen.

Datenjournalismus ist die aktive journalistische Auseinandersetzung mit einem Datensatz: Entweder mit dem Ziel, eine These mit Hilfe von Datenmaterial zu untermauern. Oder offen an einen vermeintlich interessanten Datensatz heranzugehen und mit journalistischen Kriterien nach einer Geschichte in den Daten zu suchen. Die reine Wiedergabe von Statistiken wie Wahl- oder Meinungsumfragen oder Sporttabellen ist also kein Datenjournalismus.

Ambitioniert gemachter Datenjournalismus bringt viele Vorteile: Journalisten können Geschichten anhand von Datenmaterial belegen, Informationen strukturieren, Relevanz in Themen bringen und neue Ansätze für die Art, Geschichten zu erzählen, sprich fürs Storytelling, gewinnen. Beim Publikum wächst das Verständnis für das Wie und Warum eines Sachverhalts. Bei interaktiven Grafiken können sie zudem selbst bestimmen, wie tief sie in ein Thema einsteigen, und ambitionierte Nutzer haben immer die Möglichkeit, die Daten selbst herunterzuladen und eigene Interpretationen von offiziellen Daten vorzunehmen.

Datenjournalismus ist keine Erfindung des 21. Jahrhunderts. Schon 1821 hat der „Guardian“ eine Tabelle veröffentlicht, in der die Kosten pro Schüler an den Schulen von Manchester dokumentiert wurden. 1952 sprach man erstmals vom Computer Assisted Reporting, als der Fernsehsender CBS mit einem frühen Computer den Ausgang der US-Präsidentenwahl richtig vorhersagte. Der amerikanische Journalist und Journalismus-Professor Philipp Meyer führte in Siebzigern den Begriff „precision journalism“ ein und plädierte für sozialwissenschaftliche Methoden auch im Journalismus. Den Begriff „Data Driven Journalism“ prägte die englische Tageszeitung „The Guardian“ im März 2009. Im Data Store der Zeitung werden maschinenlesbare Informationen per Software miteinander verknüpft und analysiert. Das Ergebnis dient als Basis für interaktive Visualisierungen, die mit dem Datensatz und Erläuterungen zum Kontext publiziert werden. Als Wikileaks 2010 zigtausende Datensätze des US-Militärs aus Afghanistan und Iran veröffentlichte, war das ein Katalysator für den Datenjournalismus. Große und renommierte Medien wie der „Guardian“, die „New York Times“ und „Der Spiegel“ analysierten die hunderttausende Datensätze und machten so das Ausmaß der Opfer transparent – aufgeschlüsselt nach (US-)Soldaten, Zivilisten oder Aufständischen. Vor allem der „Guardian“ tat sich hier mit seiner interaktiven Zeitleiste, den Erklärvideos und der Möglichkeit, die Daten herunterzuladen, hervor. Ein noch größeres Ausmaß hatten 2013 die Offshore-Leaks. Medien aus knapp 50 Ländern taten sich hier zusammen, um die 2,5 Millionen Dokumente mit einem Datenvolumen von 260 Gigabyte auszuwerten.

Die beiden Beispiele zeigen: Datenjournalismus ist investigative Recherche. Hier waren jeweils zig Journalisten, Programmierer und Designer monatelang damit beschäftigt, die riesigen Datensätze zu strukturieren, zu bereinigen, zu analysieren, die jeweilige Geschichte zu finden, zu schreiben und optisch aufzubereiten.

Voraussetzungen

Neben klassischen journalistischen Kenntnissen braucht es bei Datenjournalisten ein Verständnis für Zahlen und deren Visualisierung. In der Zwischenzeit gibt es zwar Tools – wie den Datawrapper –, dennoch sollten Datenjournalisten auch einen Einblick haben, was

Programmierern umsetzen können. Empfehlenswert sind zudem gute Kenntnisse in Empirischer Sozialforschung, was in Studiengängen wie Kommunikationswissenschaft, Soziologie oder Politischer Wissenschaft gelehrt wird.

Ausbildung

Datenjournalisten haben häufig wie Redakteure ein Volontariat absolviert und sich zumindest rudimentäre Kenntnisse in Programmierung angeeignet, um mit Informatikern auf Augenhöhe mitreden zu können. Da das Berufsbild des Datenjournalisten noch relativ neu ist, gibt es keinen klassischen Studiengang, der dafür qualifiziert. Vielmehr handelt es sich in der Regel um Quereinsteiger aus dem Journalismus. An datenjournalistischen Projekten arbeiten häufig größere Teams, die neben Journalisten auch aus Designern und Programmierern bestehen.

Weiterführende Links:

Datawrapper: <https://datawrapper.de>

Zeit online über Infografiken: <http://www.zeit.de/2014/15/infografiken-journalismus>

Blog zu Datenjournalismus: <http://datenjournalist.de>

5.2.5 Herausgeber

Ein Herausgeber bereitet die Veröffentlichung von schriftstellerischen, publizistischen oder wissenschaftlichen Texten oder Büchern von Autoren und Künstlern vor. Durch seine Persönlichkeit prägt der Herausgeber das Produkt, er entwickelt es weiter, und er repräsentiert außerhalb des Verlags die Zeitung, Zeitschrift oder den Buchverlag. In einem Zeitungs- oder Zeitschriftenverlag bestimmt der Herausgeber gemeinsam mit dem Verleger sowie mit dem Chefredakteur die publizistische Leitlinie.

Berufsbild

Das Berufsbild des Herausgebers sieht völlig unterschiedlich aus je nach Größe und Art des Mediums, für das er arbeitet. Häufig hat der Herausgeber nur eine publizistische Verantwortung. Manchmal kümmert er sich – etwa bei kleineren regionalen Zeitschriften – auch um betriebswirtschaftliche Belange des Verlags in Personalunion. Bei

größeren Medien legt der Herausgeber die Leitlinien fest; um das Tagesgeschäft kümmert sich der Chefredakteur. Eine Besonderheit gibt es bei der „Frankfurter Allgemeinen Zeitung“: Diese Zeitung hat keinen Chefredakteur; die Herausgeber übernehmen – jeweils eigenverantwortlich für ihnen zugewiesene Ressorts – die Aufgaben.

Voraussetzungen

Herausgeber bei größeren überregionalen Zeitungen oder Magazinen sind Persönlichkeiten, die meist im Journalismus (bzw. ausnahmsweise auch in anderen Bereichen des öffentlichen Lebens, wie der Politik) bereits viel Berufserfahrung gesammelt haben. Wer die Idee für eine eigene Publikation hat, kann diese auch selbst verlegen und damit selbst zum Herausgeber werden (ein Beispiel ist die Zeitschrift „Muh“ aus Bayern; unter www.youtube.de/medienwiki gibt es dazu das Video „Was macht eine Verlagsleiterin?“). Wer als Herausgeber bzw. Verlagsleiter seine eigene Zeitschrift als Start-up auf den Markt bringt, benötigt neben journalistischen Kenntnissen vor allem auch betriebswirtschaftliches Know-how. Er sollte einen Business Plan aufstellen und sich neben den redaktionellen Fragen auch um Fragen der Finanzierung kümmern (Anzeigenaquise? Verkaufserlös?).

Ausbildung

► siehe **Redakteur** (Seite 89)

5.2.6 Intendant (Rundfunk)

Am oberen Ende einer journalistischen Laufbahn kann das Amt des Intendanten eines öffentlich-rechtlichen Senders stehen. Damit ist man dann Vorgesetzter aller Mitarbeiter.

Berufsbild

Ähnlich dem Theaterintendanten ist der Intendant beim Fernsehen sowohl Verwaltungsspitze als auch inhaltlich prägender Leiter des Hauses. Er ist in gewisser Weise das Fernseh-Pendant zum Filmproduzenten, allerdings ist der Intendant für alle journalistischen Produktionen seiner Anstalt gleichzeitig verantwortlich. Er kontrolliert die Einhaltung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen des Senders. Außerdem ist er für die inhaltliche Ausprägung der Sendungen

verantwortlich. Damit übt er in großem Maß Einfluss auf die Zielgruppenauswahl der Anstalt. Häufig nehmen Intendanten in Form von Kommentaren auch persönlich Stellung zu (welt)politischen Entwicklungen. Darüber hinaus trägt er presserechtliche Verantwortung.

Voraussetzungen

Als Intendant muss man umfangreiches Wissen zu allen journalistisch relevanten Themen besitzen, die von der jeweiligen Anstalt ins Programm genommen werden könnten. Dazu gehören Weltpolitik, Wirtschaft, Kultur, aber auch regionalpolitische Zusammenhänge, da die meisten öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten in Deutschland Regionalanstalten sind (Ausnahme: ZDF). In aller Regel haben Intendanten eine langjährige Tätigkeit als Auslandskorrespondent hinter sich und waren Redaktionsleiter in verschiedenen Redaktionen. Zusätzlich sind sie in ihrer Rolle als Spitze der Verwaltung der Anstalt auch mit administrativen Fähigkeiten ausgestattet, besitzen Menschenkenntnis sowie Personalführungs- und Kommunikationsvermögen, sind durchsetzungsstark und entscheidungssicher und beherrschen mehrere Sprachen sicher.

Ausbildung

Die Intendanten der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in Deutschland werden vom jeweiligen Rundfunkrat gewählt, daher gibt es keine Ausbildung zum Intendanten. Eine umfangreiche journalistische Tätigkeit ist in jedem Fall Voraussetzung, um überhaupt in Betracht gezogen zu werden.

5.2.7 Journalist

► siehe **Redakteur** (Seite 89)

5.2.8 Korrespondent

► siehe **Auslandskorrespondent** und **Redakteur** (Seiten 70, 89)

5.2.9 Marktforscher

Marktforscher führen Markt- und Wettbewerbsanalysen für Wirtschaftsunternehmen oder Verbände durch. Der Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher beschreibt das Berufsbild des Markt-

forschers wie folgt: „Marktforscher, also Markt-, Meinungs- und Sozialforscher ist derjenige, der mit wissenschaftlich orientierten Methoden Forschung für bestimmte Zwecke verantwortlich und qualifiziert betreibt.“ Konkret bedeutet das in den meisten Fällen, Märkte und Kundenbedürfnisse zu erforschen. Damit können beispielsweise Produkte oder Dienstleistungen verändert und verbessert werden. Darüber hinaus liefern Marktforschungsergebnisse wichtige Erkenntnisse in Bereichen wie Personaleinsatz, Controlling oder Vertrieb. Besonders in der Konsumgüterindustrie spielt die Marktforschung eine große Rolle – beispielsweise wenn neue Produkte eingeführt werden sollen, eine Produktpalette verändert, eine Kampagne gestartet oder neue Marktanteile gewonnen werden sollen. Marktforschung zählt zu einem wichtigen Instrument des Marketings.

Berufsbild

Die Methode der Befragungen, beispielsweise zur Kundenzufriedenheit mit bestimmten Produkten, ist eine im Marktforschungsbereich geläufige und wird oft von Call Centern durchgeführt. Die Umfrageergebnisse können wichtige Einflussfaktoren bei Unternehmensentscheidungen sein. Bei jeder Form der Marktforschung ist die Einhaltung wissenschaftlicher Standards unerlässlich. Vorwiegend bezieht sich die Marktforschung auf die Disziplinen der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften. Sie ist jedoch nicht auf einzelne Disziplinen festgelegt. Darüber hinaus haben sich die Marktforschungsverbände ethische Verhaltensregeln auferlegt. Diese garantieren beispielsweise die Anonymität der befragten Personen.

Die Arbeitsbereiche eines Marktforschers können sein: Marktforschungsunternehmen (beispielsweise die Gesellschaft für Konsumforschung, GfK), Unternehmen mit eigener Marktforschungsabteilung, Unternehmensberatungen oder die Werbewirtschaft. In Deutschland ist Nürnberg der bedeutendste Marktforschungs-Standort, gefolgt von Frankfurt, Hamburg und München. Rund ein Sechstel der 14.000 deutschen Marktforscher arbeiten in Nürnberg.

Voraussetzungen

Eine Vorliebe für Zahlen, Mathematik, Statistik und logisches Denken sollten angehende Marktforscher in jedem Fall mitbringen. Denn

genau diese Bereiche werden es sein, mit denen sie sich intensiv beschäftigen werden. Neben Auslandserfahrung während des Studiums sind besonders wichtig: analytisches Denken und systematische Arbeitsweise. Darüber hinaus sind Kenntnisse in Computer-Statistik-Programmen wie SPSS erforderlich.

Ausbildung

Um als Marktforscher zu arbeiten, wird in den meisten Fällen ein einschlägiges Studium im Bereich Markt-, Kommunikationsforschung oder Sozialwissenschaften, erwartet. Aber auch mit einem Statistik- oder Psychologiestudium kann in der Marktforschung gearbeitet werden. Seit 2009 bietet die Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg einen eigenen Marketing-Master-Studiengang mit drei eigenständigen Marketing-Lehrstühlen an. Neben der universitären Ausbildung gibt es seit 2006 auch eine staatlich anerkannte Berufsausbildung zum Fachangestellten für Markt- und Sozialforschung (FAMS).

Weiterführender Link:

BERUFEnet der Arbeitsagentur:

<http://berufenet.arbeitsagentur.de/berufe/start?dest=profession&prof-id=9757>

5.2.10 Moderator

Das Wort Moderator stammt aus den USA und bedeutet „Vermittler“ oder „Mittelsmann“. Moderatoren „vermitteln“ den Hörern und Zuschauern das Programm. Auch was im lateinischen Wortursprung steckt, passt: „lenken“ bzw. „leiten“.

Berufsbild

„Moderator“ ist kein klassischer Beruf, zumindest nicht im journalistischen Bereich, sondern nur eine Form journalistischer Arbeit beim Radio oder Fernsehen. Die Chance dazu bekommt oft erst, wer zuvor erfolgreich als Redakteur, Reporter oder Nachrichten-Präsentator gearbeitet hat und natürlich die erforderlichen Voraussetzungen mitbringt. Dennoch gibt es immer wieder auch Quereinsteiger, besonders bei kleineren Privatsendern, bei jungen Formaten und bei Musik- und Unterhaltungsmoderatoren. Da geben dann Stimme und

Talent den Ausschlag, und auch Mut und Hartnäckigkeit bei der Bewerbung. Wer sich genauer informieren möchte: Moderatoren werden meist auf den Webseiten der Sender vorgestellt. Dort finden sich oft auch interessante Informationen zum Werdegang.

Die Aufgaben des Moderators sind vielfältig: Sie geben dem Programm „ein Gesicht“ (beispielsweise sind Wolfgang Leikermoser von Antenne Bayern oder die „Frühaufdreher“ von Bayern3 die Aushängeschilder der jeweiligen Sender), stellen eine Bindung zum Hörer her, verbinden die Programminhalte (Musik, journalistische Beiträge, Höreranrufe und Verpackungselemente) und fahren die Sendung, gewährleisten also den technischen Sendungsablauf im Selbstfahrer-Studio.

Voraussetzungen

Die Grundanforderungen an Moderatoren sind überall dieselben, unabhängig von Sender und Einsatzgebiet. Sie müssen eine gute Stimme haben, sympathisch und natürlich „rüber kommen“, glaubwürdig sein, „verkaufen“ können, schnell reagieren, gute Nerven haben und die technischen Abläufe im Selbstfahrer-Sendestudio beherrschen.

Was noch dazu kommt an Voraussetzungen, ist weitgehend abhängig vom Format des Programms, den Anforderungen einzelner Sendungen (Sendungsstrecken oder Schienen) und auch der Tageszeit. So muss etwa der „Morning-Man“ schon munter und präsent sein, wenn andere die Zähne noch nicht auseinander kriegen. In informationsbetonten Sendungen braucht der Moderator Fachwissen über Politik und Zeitgeschehen, Sport oder Unterhaltung. Der Musik-Moderator (auch noch Diskjockey, „DJ“ genannt), muss einen Bezug zu der Musik haben, die er „verkaufen“ soll, obwohl er sie nicht ausgesucht hat. Das macht die Musikredaktion.

In den Begleitprogrammen – vor allem beim Privatfunk – ist der Moderator zum generellen Begleiter durch das Programm geworden, der ohne Beschränkung auf bestimmte Inhalte und Ressortgrenzen dem Hörer alles vermittelt: von der Verkehrs- und Wettermeldung über die Musikansage bis hin zum informativen Interview. Der „Cross-over-Moderator“ sollte zumindest eine breite Allgemeinbildung haben.

Ausbildung

Für Moderatoren gibt es keine spezielle Ausbildung. Allerdings gibt es verschiedene Trainings (zum Beispiel Phonetik), die Moderatoren erhalten. Entscheidend für angehende Moderatoren ist die Praxiserfahrung: Erste Schritte kann man beispielsweise bei den Aus- und Fortbildungskanälen afk max in Nürnberg und afk M94.5 in München oder bei den Sächsischen Ausbildungs- und Erprobungskanälen (SAEK) gehen. Wer dort erfolgreich ist und sein Talent unter Beweis stellt, kann auf einen Job im Privatrado oder öffentlich-rechtlichen Rundfunk hoffen. Experten empfehlen dagegen nicht, mit einer Art Moderations-Lehrgang oder -Studium ohne eigene praktische Erfahrungen in der Branche zu starten. Hier gibt es zahlreiche schwarze Schafe in der Branche. Die ersten praktischen Erfahrungen kann man zum Beispiel auch beim jeweiligen Campus-Radio sammeln. Schließlich soll das, was man in Fortbildungen lernt, auch sofort angewendet werden können.

5.2.11 Nachrichtensprecher

Meist zur vollen Stunde kommen die Nachrichten im Radio. Der Nachrichtensprecher trägt diese vor. Häufig schreibt er diese auch selbst. Neben dem Radio werden Nachrichten auch im Fernsehen vorgelesen.

Berufsbild

Im Radio und im Fernsehen lesen die Nachrichtensprecher die Welt-, Deutschland- und Regionlnachrichten vor. Doch als Hörer oder Zuschauer sieht man nur einen Teil von der Arbeit, die tatsächlich hinter diesem Bereich steckt. Man sieht nur die Viertelstunde der „Tagesschau“, die der Nachrichtensprecher die Schlagzeilen präsentiert und die Beiträge anmoderiert. Oder man hört nur die wenigen Minuten im Radio den Nachrichtensprecher, wenn er on air ist.

Beim Radio schreiben die meisten Nachrichtensprecher ihre Nachrichten auch selbst (eine Ausnahme bildet häufig nur noch der öffentlich-rechtliche Rundfunk), vor allem weil die begrenzte Personalsituation von Privatrados eine Arbeitsteilung nicht zulassen würde. Sie können dabei in der Regel auf Nachrichtenagenturen –

wie die Deutsche Presse-Agentur (dpa) – zurückgreifen, die sie über das Weltgeschehen informieren. Oder auf eigene Reporter (wie die „Bayern-Reporter“ auf Antenne Bayern), die Aktuelles aus dem Sendegebiet beitragen.

Bevor die Nachrichtensprecher ihre Meldungen allerdings schreiben, müssen sie die relevantesten Meldungen auswählen, also gewichten und die Nachrichten auf Relevanz testen. Dies kann manchmal relativ einfach sein, wenn auf der Welt sich alles um ein Thema gerade dreht. Schwieriger wird es dann, wenn es mehrere wichtige Themen gerade gibt und man auch entscheiden muss, über was man den Hörer nicht informiert. Schließlich dürfen die Nachrichten eine gewisse Sendezeit nicht übersteigen. Hier braucht der Nachrichtensprecher auch Mut zur Lücke – immer auf die Gefahr hin, dass die Konkurrenzsender der weggelassenen Meldung Aufmerksamkeit geschenkt haben.

Beim Schreiben einer Nachricht geht es darum, möglichst verständlich zu schreiben: Kurze, einfache Sätze, ohne Fremdwörter und ohne Synonyme. Schließlich sollen die Nachrichten auch diejenigen Menschen verstehen, die das Radio nur nebenbei beim Frühstück, auf dem Weg zur Arbeit oder im Büro hören. Wie dies genau funktioniert, haben Jürgen Horsch, Josef Ohler und Dietz Schwiesau in ihrem Buch „Radio-Nachrichten. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis“ (München 1994) genau beschrieben.

Voraussetzungen

Nachrichtensprecher arbeiten immer unter enormem Zeitdruck: Denn zum Schreiben der Nachrichten haben sie jeweils nur die Zeit, die zwischen der vergangenen und der nächsten Präsentation liegt. Sie müssen gut improvisieren können und (siehe das Kapitel 5.2.9 Moderator) über eine gute Stimme verfügen. Sie sollten keine Scheu davor haben, live zu sprechen, also auch keine Angst vor Versprechen haben. Da sie sich in alle möglichen Themen schnell einarbeiten müssen, ist eine gute Allgemeinbildung Grundvoraussetzung. Außerdem sollte man bereit sein, auch spät abends bzw. nachts und an Wochenenden zu arbeiten. Nachrichtensprecher arbeiten in der Regel im Schichtbetrieb. Auf dem YouTube-Channel des MedienWiki (www.youtube.de/medienwiki) wird in einem Beitrag genau erklärt, wie man Nachrichtensprecher wird.

Ausbildung

In der Regel absolvieren Nachrichtensprecher wie Redakteure vorher ein Volontariat. Dieses kann (wie beim Bayerischen Rundfunk) sich auch darauf erstrecken, Radio-, Fernseh- und Online-Beiträge zu erstellen. Das heißt, die Spezialisierung auf das Sprechen von Nachrichten erfolgt häufig erst nach der Ausbildung zum Redakteur. Auch bei kleineren Privatradios gibt es keine Spezialisierungen. Hier ist es häufig sogar der Fall, dass man nach oder vor der Moderation einer Sendung auch noch eine Nachrichtenschicht einlegen muss. Die Wahl des Studienfachs ist – wie beim Weg zum Redakteur – auch für einen Nachrichtensprecher zweitrangig.

5.2.12 Onlineredakteur

Das Internet nutzen alle. Aber wie kommen die Inhalte dorthin? Onlinejournalisten sorgen dafür, dass online Texte, Bilder, Audio- und Videoelemente journalistisch aufbereitet und präsentiert und Nutzeraktivitäten eingebunden werden.

Berufsbild

Wie Menschen das Internet nutzen, müssen Onlineredakteure berücksichtigen. Zu den journalistischen Fähigkeiten kommen eine hohe Online-Affinität und Kenntnisse der Nutzerforschung hinzu. Dabei arbeiten Onlinejournalisten nur zum Teil in reinen Online-Medien wie etwa bei einem Online-Magazin oder einem Stadtportal. Viele sind mehrmedial unterwegs: als Radio- oder Fernsehjournalisten, die trimedial oder crossmedial das Online-Angebot ihrer Welle oder ihres Senders mitkonzipieren, oder als Zeitungsjournalist, der die Social-Media-Angebote seiner Redaktion betreut. Die meisten Onlineangebote gibt es jedoch von Unternehmen, Verbänden und Institutionen. Wer in der Onlineredaktion einer solchen Organisation arbeitet, muss sich mit Pressearbeit und Online-PR auskennen und die Zielvorgaben der jeweiligen Organisation umsetzen können.

Voraussetzungen

Journalistisches, konzeptionelles Denken einerseits, technisches Know-How andererseits: So lassen sich die Anforderungen an On-

lineredakteure beschreiben. Immer mehr Arbeitsschritte werden von Algorithmen erledigt. Vor allem solide Kenntnisse in IT und Internet-Technik muss daher mitbringen, wer selbst Online-Medien gestalten will. Dazu gehört aber auch eine gute mehrmediale journalistische Ausbildung. Beides lässt sich in einem Fachstudium wie beispielsweise an der Hochschule Darmstadt oder einem Weiterbildungslehrgang wie an der Journalistenakademie Dr. Hooffacker erwerben.

Ausbildung

► siehe auch **Redakteur** sowie **Medientechniker** (Seiten 89, 156)

Weiterführende Literatur:

Hooffacker, Gabriele: Online-Journalismus. Wiesbaden 2010

Weiterführende Links:

www.onlinejournalismus.org

<http://berufenet.arbeitsagentur.de/berufe/start?dest=profession&prof-id=14239>

5.2.13 Pressereferent

Der Kontakt von Unternehmen zu den Medien und Journalisten funktioniert meist über die Pressestelle. Diese informiert die Medien über neue Ereignisse, Entwicklungen, Neuerungen oder Veranstaltungen. Ziel ist es, die Aufmerksamkeit der Medien zu wecken und zu erreichen, dass über eine Veranstaltung, ein neues Produkt oder eine Meinungsäußerung berichtet wird. Dazu werden auch speziell für die Medien Pressemitteilungen oder Pressemappen zusammengestellt und den Medienvertretern kostenlos zur Verfügung gestellt. In der Regel haben Pressereferenten bzw. Pressesprecher selbst eine journalistische Ausbildung und mehrjährige Berufserfahrung.

Berufsbild

Pressereferenten schreiben Pressemitteilungen und bereiten Pressekonferenzen vor, Pressesprecher vertreten darüber hinaus das Unternehmen oder die Einrichtung in den Medien auch durch ihre eigene Person. Sie geben Journalisten also im Namen des Unternehmens Interviews und lassen sich damit zitieren. Häufig ist die Presseabteilung nicht mehr nur für Kontakte zu den Medien zuständig, sondern kümmert sich um die gesamte Öffentlichkeitsarbeit (Public Relations).

Dies bedeutet, dass auch eigene Kanäle, wie das Internet oder Social Media, genutzt werden, um mit potenziellen Käufern, Wählern oder Fans in Kontakt zu treten. Oft werden diese Abteilungen auch Unternehmenskommunikation (Corporate Communications) genannt. Instrumente der Public Relations sind beispielsweise Pressemitteilungen, Pressekonferenzen, Hintergrundgespräche, öffentliche Aktionen, eigene Online-Plattformen (wie Blogs, Facebook oder eine Website), eigene Flyer, Plakate und Broschüren und Events. Eigene Medien nennt man Corporate Publishing.

Der Pressereferent nimmt eine Mittlerrolle zwischen dem Unternehmen und der Presse ein. Das heißt, er versucht die Sichtweise des Unternehmens darzustellen, muss aber auch Verständnis für Belange der Fernseh-, Radio-, Zeitungs- und Onlinejournalisten aufbringen. Eines darf ein Pressereferent in keinem Fall machen: lügen. Damit würde er seine Glaubwürdigkeit gegenüber den Journalisten verspielen. Er muss jedoch nicht immer alles sagen, was er weiß. Der Pressereferent wird vor allem versuchen, Fakten (die nun mal auf dem Tisch sind) zu interpretieren und möglichst diese eigene Sichtweise in den Medien zu platzieren. Manchmal gibt es Gutes an die Medien zu verkaufen, etwa wenn man ein tolles Fest veranstaltet. Manchmal muss man den Medien aber auch in unangenehmen Situationen Rede und Antwort stehen, etwa wenn das Unternehmen einen Fehler gemacht hat, zum Beispiel verdorbene Lebensmittel verkauft hat oder der eigene Vorstandsvorsitzende Geld in die eigene Tasche gewirtschaftet hat. Dies nennt man dann Krisen-PR, die ein Pressereferent betreibt. Wichtig ist für Pressereferenten auch, stets zu beobachten, was die Medien über das eigene Unternehmen berichten. Daher werten sie Zeitungen und Zeitschriften in Pressespiegeln aus (Clipping) und betreiben Medien-Monitoring, das heißt sie überwachen auch das Fernsehen und zum Beispiel Social-Media-Kanäle wie Facebook oder Twitter.

Voraussetzungen

Größte Voraussetzung für einen Pressereferenten ist es zu wissen, wie Journalisten ticken und arbeiten. Deshalb haben viele Pressereferenten vorher selbst als Journalist gearbeitet. Sie wissen dann zum Beispiel, warum Journalisten nur ungern bereits um 8.00 Uhr

auf eine Pressekonferenz kommen (weil ihr Arbeitstag meist länger dauert) und warum 17.00 Uhr für ein Pressegespräch ebenfalls ungünstig ist (weil viele Redaktionen um diesen Zeitpunkt Redaktionsschluss haben). Sie wissen aber auch, wie man Pressemeldungen verfasst (möglichst sachlich, das Wichtigste am Anfang, die W-Fragen Wer? Was? Wie? Warum? etc. nicht vergessen).

Pressereferenten sollten sich als Person möglichst zurücknehmen können. Sie brauchen ein gutes Standing innerhalb ihres eigenen Unternehmens bzw. ihrer Einrichtung genauso wie in den Redaktionen. Dies führt dazu, dass Pressesprecher durchaus auch mit Konflikten umgehen können müssen. Sie dürfen es qua ihrer Funktion nicht allen recht machen wollen. Ihre eigene Meinung ist in Gesprächen mit der Presse nicht gefragt; sie müssen sich auch hier zurücknehmen können und die Ansichten ihres Unternehmens vertreten.

Pressereferenten sollten möglichst proaktiv auf Medienvertreter zugehen. Das heißt, sie müssen dialogfreudig sein und gerne kommunizieren. Und das auch mit Journalisten, die sie nicht leiden können, die als Nörgler bekannt sind und immer negativ über das Unternehmen schreiben und die auch mit unfairen Tricks recherchieren. Hier muss man als guter Pressereferent darüberstehen und nur ein Ziel vor Augen haben: diesmal eine möglichst positive Berichterstattung zu erhalten (oder zumindest Schadensminimierung zu betreiben).

Ausbildung

Es gibt inzwischen viele Wege, die in die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit führen: Inzwischen haben sich auf dem Markt einschlägige Studiengänge etabliert (beispielsweise der Bachelorstudiengang Technikjournalismus, der auch auf PR vorbereitet, an der Technischen Hochschule Nürnberg Georg Simon Ohm). Daneben gibt es berufsbegleitende und Kurzzeit-Lehrgänge (wie an der Journalistenakademie Dr. Hooffacker oder der Bayerischen Akademie für Werbung und Marketing in München). In Presseabteilungen kann man häufig auch ein Volontariat absolvieren, um nach einem Fachstudium egal welcher Richtung das Handwerkszeug zu erlernen. Manchmal führt auch eine Kombination dieser Ausbildungswege zum Ziel. Seltener, aber ab und zu immer noch üblich, ist der Weg aus einer Fachabteilung in das Pressereferat: Es kommt immer noch vor, dass ein Ingenieur

aus seiner Abteilung ausscheidet und dort eingesetzt wird. Der Vorteil ist sicherlich das Fach-Know-how. Allerdings muss er das Handwerkszeug der PR dann erst noch im Job bzw. durch Kurzzeitseminare erlernen.

Weiterführende Literatur:

Hooffacker, Gabriele/Lokk, Peter: Pressearbeit praktisch, Berlin 2011.

Kaiser, Markus: Public Relations, in: Kaiser, Markus (Hrsg.): P-Seminar Medien, München 2013: S. 119-127.

5.2.14 Radiomoderator

► siehe **Moderator** (Seite 81)

5.2.15 Redakteur

Wer journalistisch arbeiten will, versucht in der Regel eine Stelle als Redakteur zu erhalten (oder er arbeitet freiberuflich als freier Journalist). Redakteure gibt es bei allen möglichen Medien: Fernsehen, Radio, Online und Print. Sie schreiben über Politik, Sport und Wirtschaft, sie drehen Fernsehbeiträge über Finanzen, Kultur und Lokales, sie erstellen Hörfunkfeatures und arbeiten an Online-Projekten. Der Begriff Redakteur wird daher häufig spezifiziert: Man spricht vom Sport-, Politik- oder Wirtschaftsredakteur, wenn es um die Abgrenzung nach Ressorts geht, oder vom Online-, Fernseh-, Hörfunk- oder Zeitungsredakteur, wenn man das Medium nennen will.

Berufsbild

Den Inhalt von Zeitungs- oder Magazinseiten, Homepages oder Sendungen planen, Themen finden, Artikel oder Beiträge verfassen und freien Mitarbeitern Aufträge erteilen – das zählt zu den Aufgaben des Redakteurs. Darüber hinaus redigiert (also korrigiert und überarbeitet) er zugeliieferte Reportagen, Nachrichtenminuten oder Fernsehbeiträge. Er ist sowohl mit organisatorischen Aufgaben betraut als auch mit eigenen Veröffentlichungen. Das kann beispielsweise die Moderation einer Sendung sein oder das Schreiben eines Kommentars zu einem aktuellen Thema. Redakteure sind meist einem festen Ressort – etwa Politik, Kultur oder Lokales – zugeordnet. Im Gegensatz zu freien Mitarbeitern sind Redakteure häufig festange-

stellt und erhalten ein monatliches Festgehalt. Wenn die Arbeitgeber dem Arbeitgeberverband angehören, gilt für das Gehalt der Tarifvertrag. Dieser kann auf der Internetseite des Deutschen Journalistenverbands unter www.djv.de eingesehen werden.

Grundsätzlich gibt es für Journalisten vor allem zwei Unterscheidungsmerkmale (in der Praxis gibt es aber auch Mischformen): Entweder arbeiten sie an eigenen Beiträgen oder sie planen Sendungen bzw. Zeitungsseiten und arbeiten mit dem Material anderer (Fremdtexten etc.). Wer stets auf Pressekonferenzen, bei Hintergrundgesprächen, im Landtag oder bei sonstigen Veranstaltungen ist, wird häufig auch als Reporter bezeichnet. Er recherchiert selbst, indem er mit vielen Menschen spricht, online nach Fakten sucht, Pressemeldungen liest, sich vor Ort von etwas vergewissert, Politiker oder interessante Menschen einen Tag oder länger begleitet oder sich einfach nur ein Konzert oder ein Fußballspiel anschaut. Nach der Recherche ist seine Arbeit aber noch nicht getan: Er muss sein Wissen noch zu Papier bringen oder mit dem Cutter den Fernsehbeitrag erstellen. Erst wenn seine Rechercheergebnisse in einem journalistischen Beitrag gemündet sind, ist seine Arbeit getan. An diese Art von Redakteur denken wohl die meisten, weil sie ihnen aus verschiedenen Fernsehserien (etwa auch durch Karla Kolumna) bekannt vorkommen.

Die andere Art Redakteure hat deutlich weniger Kontakt zu Stars, Politikern, Wirtschaftsvertretern oder einfachen Menschen. Sie sitzt die meiste Zeit in der Redaktion, sondiert dort die Nachrichtenlage (mittels Nachrichtenagenturen wie der Deutschen Presse-Agentur oder des Sportinformationsdienstes, durch Textangebote von freien Journalisten bzw. durch Beobachten anderer Medien), redigiert die Texte freier Autoren und plant die Seiten bzw. Sendung. Häufig sind dies die erfahreneren Kollegen, die dann genau wissen, wie ihre Reporterkollegen arbeiten.

Voraussetzungen

Neugierde – das ist eine Grundvoraussetzung für Redakteure. Man sollte sowohl an aktuellen Entwicklungen als auch an Menschen interessiert sein. Journalisten müssen auf Menschen zugehen können. Deshalb sollte man in jedem Fall auch gerne Gespräche führen. Wer Neues herausfinden will, recherchiert automatisch gerne und geht

mit offenen Augen durch die Welt. Und dies ist für Redakteure der erste Schritt, um später zu einem für Leser, Hörer bzw. Zuschauer interessanten Beitrag zu kommen.

Auch wenn man kein Informatiker sein muss, sollte man in Zeiten der Digitalisierung ein Verständnis für Computerprogramme mitbringen. Photoshop, ein Redaktionsprogramm (Content-Management-System), Schnittsoftware wie Final Cut oder Premiere, Blogsoftware etc. – kaum jemand kommt mehr darum herum, mit dem PC als Redakteur zu arbeiten. Ein Redakteur muss hier nicht perfekt sein, er sollte sich aber nicht allzu schwer tun, sich in neue Computerprogramme einzuarbeiten.

Belastbar und flexibel – dies sind sicherlich zwei Schlagwörter, die auf viele Berufe in den Medien zutreffen. Als Redakteur weiß man häufig vormittags noch nicht, wie der Arbeitstag weitergeht. Der Fund einer Fliegerbombe aus dem Zweiten Weltkrieg oder eine Trainerentlassung in der Fußball-Bundesliga können den Arbeitstag komplett umkrepeln. Außerdem kommt es nicht selten vor, dass man an mehreren Themen gleichzeitig arbeitet.

Ausbildung

Ganz wichtig ist Praxis, Praxis, Praxis. Wer als Redakteur bzw. Journalist arbeiten möchte, sollte im ersten Semester seines Studiums damit beginnen, als freier Journalist nebenbei zu arbeiten, und möglichst frühzeitig erste Praktika absolvieren. Auch ein eigener Weblog wird bei Bewerbungen heute gerne gesehen. Ohne Praxiserfahrung haben Berufseinsteiger auf dem hart umkämpften Arbeitsmarkt so gut wie keine Chance mehr.

Was man studiert, um Journalist zu werden, richtet sich nach den eigenen Neigungen. Es gibt drei mögliche Wege: Erstens ein Journalistik-Studium, zweitens ein Journalismus-Studium, drittens ein Fachstudium welchen Fachs auch immer. Redaktionen benötigen Absolventen aller drei Arten. Journalistik-Absolventen haben Einblick in aktuelle Forschungen, können also Redaktionen auch gut weiterentwickeln, etwa wenn es um neue Redaktionsstrukturen geht. Journalistik kann man in Bayern an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt studieren (www.ku-eichstaett.de). Ein Journalismus-Studium (etwa Ressortjournalismus an der Hochschule Ansbach,

www.hs-ansbach.de) vermittelt praxisorientiertes Know-how für alle Mediengattungen. Absolventen lernen fotografieren genauso wie ein Radio-Feature zu erstellen, sie lernen mit Social Media umzugehen genauso wie Reportagen zu verfassen. Der dritte Weg, der früher die Regel war, ist ein Fachstudium: Schließlich brauchen Redaktionen Experten in allen Gebieten. Gerichtsreporter sollten sich mit Jura auskennen, Wirtschaftsredakteure BWL- und VWL-Kenntnisse haben, Wissenschaftsredakteure ein Verständnis von Biologie, Chemie, Physik oder einer anderen Wissenschaft haben und Politikredakteure das politische System Deutschlands in allen Facetten kennen. Manche Studiengänge versuchen inzwischen, beides zu verbinden. So besteht beispielsweise der Studiengang Technikjournalismus an der Technischen Hochschule Nürnberg Georg Simon Ohm je zur Hälfte aus technischen Fächern wie Elektrotechnik, Maschinenbau und Physik und zur anderen Hälfte aus journalistischen Inhalten (www.th-nuernberg.de). Wer Interesse an einem speziellen Ressort hat, dem ist das Buch „Special Interest“ (herausgegeben von Markus Kaiser, Berlin 2012) empfohlen; darin wird der spezielle Zugang in die Bereiche Sport, Mode, Wirtschaft/Finanzen, Auslandsberichterstattung, Politik, Religion, Kultur, Wissenschaft, Technik und Medien behandelt.

Zum Redakteur ausbilden lassen kann man sich an Journalistenschulen oder mit einem (in der Regel zweijährigen) Volontariat. Für dieses kann man sich in der Regel mit einem ersten Studienabschluss bewerben. Ob dafür ein Bachelor genügt oder ein Master erforderlich ist, hängt vom jeweiligen Medium ab.

Aber auch Quereinsteiger arbeiten als Redakteure. Sie haben beispielsweise während oder nach dem Studium als freie Journalisten gearbeitet, bevor sie eine Redakteursstelle angenommen haben. Manche Quereinsteiger haben in ihrem Ressort auch hervorragende Erfahrungen gesammelt (zum Beispiel Sportler nach ihrer Laufbahn als Experten für das Sportressort oder Ingenieure im Bereich Technikjournalismus); allerdings müssen diese die fehlende journalistische Kompetenz dann noch dazulernen.

Weiterführende Literatur:

Burgard, Jan Philipp/Schröder, Moritz-Marco: Wege in den Traumberuf Journalismus, Münster 2012.

Kaiser, Markus (Hrsg.): Special Interest, Berlin 2012.

Weiterführende Links:

Nachwuchsjournalisten in Bayern (NJB): www.njb-online.de

Junge Presse Bayern: <http://jpbayern.de>

Journalismus-Studiengänge in Bayern: www.medienwiki.org

5.2.16 Redaktionsmarketing

Redaktionsmarketing ist ein schöpferisches Instrument der Zukunftssicherung von Verlagen. Zum einen schafft es für die journalistischen Inhalte neue Bühnen der Aufmerksamkeit – jenseits der Erstpublikation und über die ursprüngliche Reichweite hinaus. Zum anderen kann es auch neue Ertragsperspektiven generieren. Naheliegend sind Werke, die sich aus den Inhalten des journalistischen Ursprungproduktes ergeben: Bücher, Hörbücher, Lesungen, Kongresse, Spiele, Apps oder Ausstellungen und Events. Aber auch Eigen-PR gehört dazu, die im Vorfeld des Erscheinens in anderen Medien (TV, Hörfunk, Print und Online bzw. und Social Media) die Aufmerksamkeit der Zielgruppe auf das jeweilige Produkt lenkt. Die Strategien des Redaktionsmarketings zielen auf eine Nutzenmaximierung des kreativen Qualitätsjournalismus, ohne dabei Einfluss auf die Inhalte zu nehmen. Die Konzeption der Maßnahmen findet auf Basis der vorhandenen Inhalte statt.

Denkbar sind aber auch Markendehnungen, bei denen die Netzwerke und die Empfehlungskompetenz der Medienmarke für die Entwicklung eines neuen Geschäftsfeldes genutzt werden. Ein Beispiel hierfür ist die SZ Magazin-Designedition in Kooperation mit dem Möbelversandhandel Magazin (2006-2009), das Architekturprojekt „Haus der Gegenwart“ (2001-2011) oder die in Kooperation mit dem Mixtvision-Verlag entstandene Spiele-APP „Gemischtes Doppel“ für Kinder (2014).

Berufsbild

Verlage werden zunehmend neue und überraschende Wege finden müssen, um ihre Medienmarke, ihre Produkte oder Dienstleistungen im Wettbewerb um die Aufmerksamkeit der Leser erfolgreich zu positionieren und neue Umsatzpotentiale zu erschließen. Redaktionsmarketing ist eine Arbeitstechnik, die kommunikativen Funktionen einer Zeitung, eines Magazins oder eines Verlages auf vielfältige Art

und Weise zu nutzen. Grundvoraussetzung für den Erfolg sind originäre und erstklassige Inhalte sowie das Vertrauen der Redaktion. Redaktionsmarketing entwickelt in enger Absprache mit der Chefredaktion, der Verlagsleitung und den anderen wichtigen Fachabteilungen des Hauses wie Lesermarkt, Abo-Marketing und Anzeigenabteilung Woche für Woche neue kommunikative Maßnahmen. Das Redaktionsmarketing entwickelt und kalkuliert eigenständig Produkte und setzt diese in Kooperation mit anderen Fachabteilungen oder Dritten um. Es zudem die Qualitätssicherungsabteilung für alle kommunikativen Maßnahmen und sorgt für ein markantes Profil seiner Produkte im Rahmen der Corporate Identity (CI) des Verlages. Redaktionsmarketingabteilungen sind kleine, flexible Einheiten, die in allen Verlagen und Medienhäusern zu Hause sein können.

Voraussetzungen

Unabdingbar ist ein fundiertes Wissen über die Medienbranche, das im Umbruch befindliche Verlagswesen und seine wichtigsten Akteure. Dazu: Lesefreude, Neugier, ein hohes Maß an Kreativität, Eigeninitiative, Sprachgefühl, Stilsicherheit, Empathie, Markenbewusstsein, Vertrautheit mit Marktforschungsmethoden, Statistik- und juristische Kenntnisse, wie Urheber-, Werbe- und Vertragsrecht. Außerdem sollten Interessenten organisatorisches Talent und kaufmännisches Wissen besitzen – und diplomatisches Verhandlungsgeschick.

Ausbildung

Voraussetzung für die Tätigkeit ist ein abgeschlossenes Hochschulstudium, vorzugsweise im Bereich Kunst- & Medienwissenschaften, Geistes- oder Sozialwissenschaften, Kulturmanagement oder vergleichbaren Fächern. Auch in diesem Bereich bieten sich Praktika während des Studiums an. Absolventen beginnen in der Regel als Assistenz und können sich mit entsprechender Erfahrung rasch zum Projektmanager weiterentwickeln.

5.2.17 Sportjournalist

► siehe **Redakteur** (Seite 89)

5.2.18 Technischer Redakteur

Die Bedienungsanleitung für die Digitalkamera oder den Geschirrspüler, Nutzerhinweise für die neue Software, das Bordbuch eines Autos – für solche Texte sind Technische Redakteure zuständig (nicht zu verwechseln also mit Technikjournalismus!). Aber auch das Erstellen von Dokumentationen, die Installations- und Wartungsrichtlinien für Maschinen oder Benutzeroberflächen in der Elektronik gehören zu den Arbeitsaufgaben. Dabei sind Technische Redakteure Mittler zwischen den Spezialisten und den Endanwendern. Sie verknüpfen sprachliche Gewandtheit mit technischem Verständnis. Ihre Aufgabe ist es, technische und wissenschaftliche Zusammenhänge zu begreifen und diese für die jeweilige Zielgruppe entsprechend verständlich zu formulieren, so dass eine möglichst einfache und ungefährliche Bedienung von Produkten und Geräten möglich ist.

Berufsbild

Bis in die sechziger Jahre waren für derartige Aufgaben Ingenieure zuständig, die sich damit nur neben ihrer eigentlichen Tätigkeit beschäftigen konnten. Innerhalb der vergangenen Jahrzehnte hat sich daraus ein eigenes vielfältiges Berufsbild entwickelt, das Sprache und technische Zusammenhänge verbindet. An der Schnittstelle zur Produktion und Entwicklung fungieren Technische Redakteure als Kommunikatoren und auch Übersetzer. Sie schlagen hier eine Brücke und sorgen dafür, dass Produkte bedienbar werden.

Durch das vielfältige Aufgabenspektrum, die Arbeit mit unterschiedlichen Medien und in verschiedenen Branchen gilt der Beruf des Technischen Redakteurs als sehr vielseitig und abwechslungsreich. Technische Redakteure erstellen nicht nur Bedienungsanleitungen und Handbücher für Konsumgüter, die Gesellschaft für Technische Kommunikation tekcom e.V. nennt daneben auch folgende Aufgabengebiete: Betriebs-, Installations- und Wartungsanleitungen für Ingenieure und Konstrukteure; Zeichnungen, Listen und Kataloge für mechanische und elektrische Teile, technische Dokumentationen in der Chemie, Pharmazie und Biotechnologie; Anleitungen und Online-Hilfen für Software; Übersetzungen und Lokalisierung von Webseiten bzw. Online-Katalogen sowie Online-Tutorials für die Verwendung von Software.

Technische Redakteure arbeiten als Autoren oder Lektoren, befassen sich mit Layout und Design, programmieren Webseiten oder erstellen Schulungsunterlagen und -konzepte. Technische Redakteure kommen vornehmlich in der Industrie, aber auch bei Dienstleistungsunternehmen zum Einsatz. Einige arbeiten auch als Freelancer auf freier Basis.

Voraussetzungen

Berufsinteressierte sollten unbedingt ein Grundverständnis für technische Funktionsweisen mitbringen. Die Auseinandersetzung mit derartigen Sachverhalten ist deshalb unabdingbar. Daneben müssen Technische Redakteure auch in der Lage sein, komplexe Sachverhalte zielgruppengerecht weiterzugeben. Dazu sollten sie schnörkellos und klar formulieren können. Ein sicherer Umgang mit der Sprache sowie kommunikative Fähigkeiten für den Dialog mit den Ingenieuren und Endkunden ist notwendig. In vielen Unternehmen sind darüber hinaus sehr gute Fremdsprachenkenntnisse (insbesondere Englisch) dringend erforderlich. Da oftmals nicht nur Texte verfasst werden, sondern unterschiedliche Darstellungsformen mit verschiedensten Medien gefragt sind, ist ein sicherer Umgang mit DTP-Software (Desktop-Publishing) von Vorteil. Vorausgesetzt wird ferner ein einschlägiges Hochschulstudium und/oder ein Volontariat. Quereinsteiger finden über entsprechende Weiterbildung Zugang zum Berufsfeld des Technischen Redakteurs.

Ausbildung

Neben vielen Seiteneinsteigern ist für den Beruf des Technischen Redakteurs mittlerweile ein einschlägiges Fachstudium und/oder ein entsprechendes Volontariat üblich. Zahlreiche Hochschulen in Deutschland bieten entsprechende Bachelor- und Masterstudiengänge, in Bayern die Hochschule München (Bachelor-Studiengang Technische Redaktion und Kommunikation), die Fachhochschule Neu-Ulm (Bachelor-Studiengang Informationsmanagement und Unternehmenskommunikation) sowie die Hochschule für Angewandte Sprachen/Fachhochschule des SDI in München mit den Studiengängen „Mehrsprachige Technische Kommunikation“ (Bachelor und Master). Für Seiteneinsteiger aus den Bereichen Ingenieurwissenschaft und Technik hält der Branchenverband tekom Aus- und

Weiterbildungsprogramme bereit, für die er vorher auch eine Bedarfsanalyse anbietet.

Die Prognosen für den Beruf des Technischen Redakteurs sind insgesamt gut. Laut tekom werden im Schnitt jährlich 3000 bis 4000 neue Stellen angeboten, seit 2006 ist die Zahl der angestellten Technischen Redakteure um 26 Prozent gestiegen. Dabei gilt der Job als relativ krisensicher. Selbst bei geringer Produktion werden ständig aktuelle bzw. aktualisierte Anleitungen und Dokumentationen benötigt. Auch eine Verringerung der Stückzahlen in Folge wirtschaftlicher Probleme betrifft die Technische Redaktion kaum. Eine Übersicht über die Entwicklung des Gehaltsspiegels bei Technischen Redakteuren stellt der Fachverband tekom auf seiner Website bereit.

Weiterführender Link:

www.tekom.de

5.2.19 Videojournalist

Videojournalismus umfasst ein Berufsbild, bei dem der Videojournalist (VJ) selbst recherchiert, dreht, schneidet und textet. Es vereint die Tätigkeiten des Journalisten, Redakteurs, Tontechnikers, Kameramanns und Cutters in einer Person.

Berufsbild

VJs arbeiten mit DV-Kameras (Digital Video) und schneiden die Beiträge digital auf PC oder Laptop. Es gibt Vor- und Nachteile, wenn man mehrere Jobs vereint: Ein Vorteil ist für Fernsehsender sicherlich, dass VJs in der Regel kostengünstiger sind als ein ganzes Fernseheteam. Nicht immer geht es aber um Kostenersparnis: VJs können zuweilen authentischere Beiträge drehen, da sie weniger auffallen und die Abläufe beim Dreh stören, als wenn ein ganzes Team anrückt. Sie sind dadurch auch flexibler vor Ort. Allerdings geht dies häufig zu Lasten der Qualität: Wer sich um Bild und Ton kümmert, kann sich nicht so gut in Interviews auf seinen Gesprächspartner konzentrieren.

Voraussetzungen

Wie man ein VJ wird, ist sehr unterschiedlich: Berufserfahrene, herkömmlich ausgebildete Journalisten oder auch Produktionsmitarbeiter

lassen sich zum VJ weiterbilden. Nachwuchsjournalisten bekommen in den Volontariaten eine VJ-Grundausbildung. Der Videojournalismus wird so durch die jungen Journalisten in den Sendern etabliert. Mit der Verbreitung der Technik steigt auch außerhalb der Fernsehsender die Zahl der Anbieter von unterschiedlich langen Aus- und Fortbildungen zum VJ. Sie werden auch von Print-, Radio- und Online-Journalisten genutzt.

Die Arbeitsfelder von VJs sind umfangreich: Fernseh-Korrespondenten werden mit einer Kamera ausgestattet, um schnell Beiträge drehen zu können. Auch Radio- oder Zeitungsjournalisten oder Mitarbeiter von Online-Diensten können zusätzlich Videos anbieten. Gerade für Berufseinsteiger kann es eine Chance sein, als VJ-Regionalkorrespondent tätig zu werden, ähnlich dem freien Mitarbeiter der Zeitung, der die Berichte aus einem bestimmten Umkreis liefert. Ein weiteres Feld sind Langzeitbeobachtungen: Hier würde manche Produktion nicht zustande kommen, wenn die Produktionskosten nicht durch den Einsatz eines VJs gedämpft werden könnten. Bei Porträts oder Features, die ein besonders vertrauensvolles Verhältnis zu den Personen voraussetzen, können VJs authentischere Beiträge abliefern. Die erforderliche Intimität bzw. Nähe kann ein allein agierender VJ leichter herstellen und wahren, als das ein Drei-Mann-Team kann.

Ausbildung

Eine spezielle Ausbildung zum VJ gibt es nicht. Meist sind dies Allrounder, die einen der oben beschriebenen Berufe erlernt haben. Kürzere Lehrgänge vermitteln außerdem Basiswissen. Entscheidend ist häufig: einfach selbst Praxiserfahrung sammeln, also üben, üben, üben.

Allerdings gibt es in Bayern ein spezielles Programm, das nach dem Studium absolviert werden kann: Eliteförderung Videojournalismus. Dieses dauert sechs Monate (es kann auf zwölf Monate verlängert werden). Die Stipendiaten erhalten jeweils 600 Euro im Monat von der Hubertus-Altgelt-Stiftung. In den Räumen des Aus- und Fortbildungskanals afk tv in München erhalten sie Seminare, Schulungen und sammeln viel Praxiserfahrung. Angeboten wird das Projekt Eliteförderung Videojournalismus von der Hochschule Ansbach, dem MedienCampus Bayern und afk tv (www.medien-campus.de).

► siehe auch **Volontär** (siehe unten) und **Redakteur** (Seite 89)

Weiterführende Literatur:

Streich, Sabine: Videojournalismus, Konstanz 2008.

Weiterführender Link:

Eliteförderung Videojournalismus: <http://vj-stipendium.de>

5.2.20 Volontär

Wer als Redakteur in einer Redaktion arbeiten möchte, muss zuvor ein so genanntes Volontariat absolvieren. Dieses dauert in der Regel zwei Jahre; es kann auf mindestens 15 Monate verkürzt werden. In diesem Volontariat durchläuft der Volontär in der Redaktion der Tageszeitung, des Fernseh- oder Hörfunksenders bzw. des Online-mediums verschiedene Stationen (in einer Tageszeitung sind zum Beispiel Politik, Lokales und ein drittes Ressort vorgeschrieben). Das Volontariat ist ein wenig vergleichbar mit dem Referendariat für Lehrer (oder einem Traineeprogramm): Es wird in der Regel nach dem Ende eines Studiums absolviert. Allerdings gibt es keine Abschlussprüfung. Die Vergütung erfolgt – sofern das Medium einer Tarifbindung unterliegt – nach Tarifvertrag. Dieser ist zum Beispiel auf der Internetseite des Deutschen Journalisten-Verbands (www.djv.de) einsehbar. Neben dem Learning-by-doing in den Ressorts sind in Volontariaten Seminare vorgeschrieben, um mediengerecht zum Beispiel die journalistischen Darstellungsformen zu vertiefen. Volontariate werden seit einiger Zeit auch im Bereich der Unternehmenskommunikation und Pressestellen/Public Relations angeboten.

Voraussetzungen

Üblicherweise bringen Bewerber um ein Volontariat bereits journalistische Vorkenntnisse mit. Wer sich beispielsweise beim Bayerischen Rundfunk um ein Volontariat bewirbt, muss zwingend zuvor bereits eine Hospitanz dort absolviert haben (www.br.de). Diese journalistischen Erfahrungen kann man erwerben durch Praktika, durch freie Mitarbeit für verschiedene Medien (eine gute Gelegenheit auch, sich als Student etwas nebenbei zu verdienen) oder für Hochschul-Medien (Campus-Radio, Studentenmagazin etc.).

Ausbildung

Bewerben kann man sich direkt bei den jeweiligen Medien. Manche haben spezielle Bewerbermonate (zum Beispiel die Nürnberger Nachrichten), manche spezielle Einstellungszeitpunkte, bei anderen wird dies flexibel nach Bedarf gehandhabt. In der Regel gibt es bei Medien spezielle Ansprechpartner für Bewerber und Volontäre (Volontärs-mütter bzw. Volontärsväter). Im MedienWiki gibt es unter www.medienwiki.org eine Übersicht über Medien, die in Bayern Volontariate anbieten (Unterseite „Volontariat“). Auf dem YouTube-Channel des MedienWiki (www.youtube.de/medienwiki) ist außerdem ein Video über den Arbeitsalltag einer Volontärin zu finden.

► siehe **Redakteur** (Seite 89) und **Pressereferent** (Seite 86)

Weiterführende Literatur:

von La Roche, Walther: Einführung in den praktischen Journalismus, Wiesbaden 2013 (19. Auflage).

Weiterführender Link:

Volontariats-Tarifvertrag: www.djv.de

Übersicht über Medien-Stellenbörsen: www.medienwiki.org

Fünf Tipps für angehende Journalisten

*Von Richard Gutjahr,
Absolvent der Deutschen
Journalistenschule in
München, freier Moderator
und Reporter bei der ARD*



➤ **1** Machen statt Reden

Bevor Du Dich einreihst in die Riege der Chef-Bedenkenträger, sei offen für neue Recherche-, Storytelling- und Kulturtechniken. Probiere Dinge selbst aus, bevor Du sie als Zeitverschwendung ablehnst. Ich persönlich brauchte drei Anläufe, um die Genialität hinter Twitter zu begreifen.

➤ **2** Gib niemals auf

Erfolg ist nicht (nur) eine Frage von Talent, sondern auch eine Frage der Beharrlichkeit. Viele bekannte Journalisten, Autoren oder Künstler haben sich durchgesetzt, weil sie sich von Misserfolgen nicht haben einschüchtern lassen. Journalismus ist kein Kurzstreckenlauf, sondern ein Marathon.

➤ **3** In Code we trust

Statt des Großen Latinums erarbeite Dir lieber die Grundlagen von HTML, JavaScript oder C++. Wer mit Big Data zurechtkommen will, sollte zumindest im Ansatz verstehen, wie die Algorithmen im Hintergrund von Google, Facebook und Co funktionieren.

➤ **4** Good artists copy...

...great artists steal. Suche Dir Vorbilder und schau Dir genau an, wie sie arbeiten. Folge ihnen bei Facebook oder Twitter, sprich mit ihnen am Rande von irgendwelchen Veranstaltungen und versuche zu ergründen, warum sie tun, was sie tun.

➤ **5** Team up and let go

Achte auf ein produktives Arbeitsumfeld und identifiziere Menschen, die Dir gut tun und solche, die Dich runterziehen. Meide Bremser und notorische Chef-Bedenkenträger! Suche stattdessen lieber die Nähe von Kreativen und Machern. Das müssen nicht zwangsläufig nur Journalisten sein, sondern z. B. auch Start-up-Gründer oder Künstler.

5.3. Games und IT

Die Gamesbranche ist eine aufstrebende Branche. Weltweit wird dort inzwischen ein höherer Umsatz erzielt als in der Filmindustrie. In Deutschland ist dies allerdings eine noch recht junge Branche. Der Bereich Informationstechnologie (IT) wird häufig auch als IKT zur Informations- und Kommunikationstechnologie zusammengefasst. Die Berufsbilder gerade in diesen beiden Bereichen sind teilweise noch am Entstehen. Deshalb werden die Begriffe manchmal unterschiedlich benutzt. Das heißt, in Stellenanzeigen sollte man immer auch darauf achten, welche Tätigkeiten sich genau dahinter verbergen. Die Zuordnung der folgenden Berufsbilder zum Bereich Games und IT ist außerdem nicht immer eindeutig. Manche Berufsbilder, wie der des Content Managers, könnten zum Beispiel auch dem Journalismus zugeordnet werden, da es hier ebenfalls eine große Schnittmenge gibt.

5.3.1 App-Entwickler

Anwendungsprogramme für mobile Endgeräte wie Smartphones oder Tablets gibt es für immer mehr Online-Angebote. Wer solche Apps selbst gestalten möchte, sollte über solide Kenntnisse im Programmieren verfügen.

Berufsbild

Da für mobile Endgeräte unterschiedliche Betriebssysteme auf dem Markt sind, genügt es nicht, sich beispielsweise mit dem iPhone gut auszukennen. Android- und iOS-App-Programmierung sind das Minimum. Interface-Design und Kenntnisse in HTML, HTML5 sowie Mobile-Web-Design sind erforderlich. Es bedarf eines grundlegenden Verständnisses für Online-Anwendungen, Datenbanken, für Programmierabläufe und ihre Umsetzung.

In einem Unternehmen oder einer Redaktion als angestellter Entwickler von Anwendungsprogrammen aller Art zu arbeiten, ist die eine Möglichkeit, als Freiberufler seine Dienste anzubieten, die andere. Meist werden Apps von darauf spezialisierten Agenturen entwickelt. Zu einer solchen Tätigkeit gehört auch die Fähigkeit, Kundengespräche zu führen, Aufträge abzuwickeln und neue Kunden zu gewinnen.

Voraussetzungen

Interesse für IT-Anwendungen und Grundkenntnisse im Programmieren sollte mitbringen, wer sich für diesen Beruf interessiert. Erfahrungen kann man bereits als Schüler sammeln und damit nicht nur sein Taschengeld aufbessern, sondern auch erste Referenzen fürs Einstellungsgespräch schaffen. Weitere Entwicklungs- und Karrierestufen können die Berufe des Spieleentwicklers oder Programmierers sein.

Ausbildung

Der „Fachinformatiker für Anwendungsentwicklung“ ist ein Ausbildungsberuf, der eine dreijährige Lehrzeit umfasst (siehe Berufsbild Fachinformatiker). Ein Studium der Medientechnik, der Medieninformatik oder der Wirtschaftsinformatik bietet ebenfalls eine gute Grundlage. Auf dem Markt gibt es zudem Einsteiger- und Weiterbildungslehrgänge. Sie reichen aber für Quereinsteiger für eine Karriere als App-Entwickler oft nicht aus. Da sich die mobilen Geräte, die Anwendungsprogramme und deren Entwicklung in einem raschen Veränderungsprozess befinden, sollte man beizeiten daran denken, wie es nach dem Hype um Apps für Smartphones und Tablets beruflich weiter geht.

► siehe auch **Softwareentwickler** (Seite 126)

Weiterführender Link:

Bericht über den Beruf: www.sueddeutsche.de/digital/berufsziel-app-entwickler-kleine-programme-grosse-chancen-1.1097128

5.3.2 Content Manager

Das Berufsbild des Content Managers ist relativ neu. Aufgrund der Notwendigkeit, Informationen auf Websites zur Verfügung zu stellen, benötigen Unternehmen jemanden, der Planung, Entwicklung und Inhalte ihres Online-Auftritts im Griff hat.

Berufsbild

Content Manager konzipieren und optimieren die Organisation von Website-Inhalten, Internetportalen bzw. firmeninternen Netzen (Intranet). Sie erstellen attraktive und qualitativ hochwertige Inhalte, bereiten diese multimedial auf und sind verantwortlich für die effektive Verwaltung des Content-Management-System, kurz CMS.

Bei diesem Job ist eine enge Absprache mit Geschäftsführung, Vertrieb, Marketing- und Technikabteilung wichtig. Notwendig ist die Fähigkeit, komplizierte Vorgänge zu überblicken, zu verbessern oder zu vereinfachen. Alle Fäden eines Unternehmens laufen hier zusammen, und der Content Manager ist letztendlich verantwortlich für den Inhalt der Website.

Das Berufsbild des Content Managers ist nicht einheitlich ausgeprägt, so findet man mitunter auch die Bezeichnungen Onlineredakteur, ohnehin ist man im besten Fall ein „Allrounder“. Aufgaben sind vor allem die Konzeption von Internetauftritten, deren inhaltliche Planung, Themenkonzeption, Recherche, die Erstellung von Inhalten, die Texterstellung sowie -korrektur, die Vernetzung von Inhalten, redaktionelle Arbeit (siehe Berufsbild Redakteur) und die Integration von Grafiken, Bildern sowie Audiodateien. Manchmal wird auch eine kaufmännische Tätigkeit im Bereich des Marketing darunter verstanden. Ein Content Manager hat oft auch die Aufgabe, die Website technisch zu betreuen (dieser Beruf wird auch Webmaster genannt). Hierzu gehören die Wartung der vorhandenen Software, Konzeption von Schnittstellen zu anderen Systemen, Planung und gegebenenfalls Umsetzung von gewünschten Funktionen und mehr.

Voraussetzungen

Vorausgesetzt werden hohe Kommunikationsfähigkeit gepaart mit fundierten Kenntnissen der Computertechnik wie auch dem Online-Bereich. Zusätzlich muss sich der Content Manager mit Programmiersprachen auskennen. Denn unter Umständen muss auch er Programmierarbeiten übernehmen. Durch die unterschiedlichen Anforderungen in jedem Unternehmen ist vor allem ein umfangreiches Grundwissen und praktische Erfahrung in allen Themen rund um die Nutzung des Internets, der Erstellung von Websites, der Nutzung von Content-Management-Systemen (CMS), die Texterstellung u.a. notwendig. Interdisziplinäre Fertigkeiten zeichnen den CMS-Profi aus.

Ausbildung

Eine reine Ausbildung zum Content Manager gibt es so nicht. Allerdings kann eine Ausbildung zum Medienfachwirt in diesen Tätigkeitsbereich führen oder das Studium einer themenverwandten Wissen-

schaft. Mögliche Studiengänge sind Medientechnik, Medieninformatik, Medienmanagement, Mediendesign, Journalistik sowie Publizistik und Kommunikationswissenschaft. Weitere Zugangsmöglichkeiten können sich auch über eine technische Weiterbildung oder Vorkenntnisse im Online-Bereich ergeben.

Content Manager sind vor allem bei Unternehmen im Bereich Informations- und Kommunikationstechnik beschäftigt, zum Beispiel bei Multimediadienstleistern, Internetportalbetreibern oder Softwareproduzenten, aber auch im Versandhandel. Darüber hinaus können sie bei Verlagen und Rundfunkanstalten tätig werden oder bei größeren Firmen, Institutionen, Verbänden und Organisationen, die ihre Internet- und Intranet-Seiten selbst gestalten. Vor allem große Unternehmen setzen auf die Fähigkeiten von Content Managern für ihre Abteilungen im Bereich Neue Medien. Das Berufsfeld ist breit gefächert und lässt Spielraum für Spezialisierungen. Kreativität bei gleichem Organisationstalent garantieren den Erfolg in diesem Job in unterschiedlichen Branchen, wie zum Beispiel der Medienbranche, in Werbe- und Design-Agenturen, in der Software- und Internetbranche, im Journalismus, in PR- und Multimedia-Agenturen sowie in großen Industrieunternehmen.

Weiterführender Link:

Content Management Portal: www.contentmanager.de

5.3.3 Datenbank-Entwickler

Wohl kaum eine Firma kommt heute noch ohne Datenbanken aus. Sie sind das Nonplusultra für eine effektive Verwaltung verschiedenster Bereiche. Ohne Datenbanken würden die Mitarbeiter sich hoffnungslos im Daten-Dschungel verlaufen. Für die Entwicklung von Datenbanken sind also Experten gefragt, die mit analytischem Denken bei gleichzeitiger Teamfähigkeit die relevanten Daten organisieren.

Berufsbild

Ob Lieferadressen oder technische Abmessungen, jedes Unternehmen muss heute riesige Mengen an Daten verwalten. Ohne Datenbank ist das meist unmöglich. Je schneller und einfacher die Daten erfasst

werden können, desto besser ist das für die Effizienz der Betriebsprozesse.

Datenbankentwickler entwerfen und entwickeln Datenbanksysteme, die an den Bedarf des jeweiligen Unternehmens angepasst sind. Nach einer eingehenden Analyse der Anforderungen des Unternehmens wird ein Entwurf erstellt. Während der Entwicklung tauscht sich der Datenbankentwickler permanent mit den späteren Anwendern aus. Nach der Entwicklung wird die Datenbank implementiert, das heißt in das System des Unternehmens integriert.

Hauptaufgabe eines Datenbankentwicklers ist die Strukturierung der Daten eines Unternehmens in bestimmte Rubriken und dafür zu sorgen, dass die Anwender leicht darauf zugreifen können. Dabei muss er auch wirtschaftlich denken und Kosten und Nutzen der Entwicklung abwägen. Weitere Aufgaben sind das Erstellen von Handbüchern, Trainingsmaterial und Installationsanleitungen sowie die Schulung der Anwender.

Voraussetzungen

Voraussetzungen für Datenbank-Entwickler sind eine abgeschlossene Berufsausbildung, Kenntnisse in Programmiersprachen und gute Englischkenntnisse. Meistens wird ein Studienabschluss als Wirtschaftsinformatiker oder ein vergleichbares Studium erwartet. Zudem führt eine IHK-Weiterbildung zum Abschluss als „Database Developer“.

Ausbildung

Die Ausbildung zum Datenbankentwickler ist eine berufliche Weiterbildung für Computerfachleute und dauert in der Regel zwischen sechs und zwölf Monate. Folgende Inhalte werden dabei unter anderem vermittelt:

- Grundlagen von Betriebssystemen
- Grundlagen relationaler Datenbanksysteme
- Reporting und Analyse von Daten
- Microsoft SQL Server
- Microsoft Access VBA-Programmierung
- Datenbankprogrammierung mit Visual Basic.NET

Beschäftigungsfelder finden Datenbankentwickler in Unternehmen der IT-Branche wie auch in den Industrie- und Handelsunternehmen

sowie Handwerksbetrieben der verschiedensten Wirtschaftsbereiche. Vor allem große Unternehmen mit speziellen Anforderungen an Datenbanken beschäftigen eigene Datenbankentwickler. Auch die Tätigkeit als externer Berater ist eine gute Perspektive.

Weiterführender Link:

Berufsbild Datenbank-Entwickler: www.ecareer.de/berufe/datenbankentwickler.html

5.3.4 E-Business-Spezialist

Die meisten Unternehmen, egal ob Großkonzern oder mittelständischer Handwerksbetrieb, kommen heutzutage mit einer Internetpräsenz ins Geschäft. Was Amazon und Ebay vorgemacht haben, ist für viele Firmen inzwischen Standard – Werbung, Beratung und Verkauf per Internet. Und wer seine Produkte über das World Wide Web vertreiben will, braucht, wie im „echten Leben“, ein Schaufenster: den E-Shop.

Berufsbild

Der E-Business-Spezialist hilft Unternehmen, im Web erfolgreich zu sein, indem er den E-Shop attraktiv gestaltet. Das betrifft die Betriebsbeschreibung, den Leistungsumfang, das Angebotsspektrum, über Einkauf und Logistik bis hin zu Verkauf und Service. Er entwickelt eine Benutzeroberfläche nach den Vorgaben der Führungskräfte und alles, was sich hinter der „Schaufensterscheibe“ befindet.

Aufgaben sind zum Beispiel:

- Erstellung von Grafiken
- Fotobearbeitung
- Problembhebung und laufende Verbesserung des Online-Shops
- Verfassen des E-Mail-Newsletters
- Optimierung des Sicherheitsmanagements
- Organisation des Verkaufs über andere Online-Plattformen
- Analyse von Diskussionen in Web-Communities

Voraussetzungen

Kreativität und Kommunikationsstärke sind unabdingbar für einen E-Business-Spezialisten, da er mit einem großen Team zusammenarbeitet und ständig nach innovativen Wegen der Werbung und des Verkaufs suchen muss. Zugleich muss er einschätzen können, welche

Ideen technisch umsetzbar sind und welche Technologien sicher und überall zugänglich sind.

Mit diesen Themen sollte der E-Business-Spezialist gut vertraut sein:

- Portale und Virtuelle Communities
- Customer Relationship Management
- B2B-Marktplätze (B2B = business to business, also Geschäftskunden)
- E-Procurement und Supply Chain Management
- Übertragungsmöglichkeiten, Netzwerktopologien, Webserver
- XML und Content Management
- Shopsysteme - Planung und Lösungen
- Zahlungssysteme
- Onlinemarketing
- Recht im E-Business
- Sicherheit
- Projektplanung

Jobs für E-Business Spezialisten gibt es bei allen Unternehmen, die einen E-Shop betreiben oder aufbauen wollen. Auch als selbstständige Berater von Firmen können E-Business-Spezialisten ihre Dienste anbieten.

Ausbildung

Es gibt keine festgelegte Berufsausbildung zum E-Business-Spezialisten. Erwartet wird jedoch meistens ein Studienabschluss in Wirtschaftsinformatik, Medienwissenschaft oder vergleichbarem. Die Technische Hochschule Ingolstadt bietet zum Beispiel den Studiengang Marketing/Vertrieb/Medien an, der unter anderem derartige Qualifikationen vermittelt.

5.3.5 Fachinformatiker

Der Beruf des Fachinformatikers ist ein staatlich anerkannter Ausbildungsberuf. Er beschäftigt sich mit den Fächern Informatik und Informationstechnologie. Fachinformatiker können sehr unterschiedliche Aufgabenbereiche haben, vom Software-Engineering bis hin zur IT-Sicherheit, und sowohl in einer IT-Abteilung als auch in eigenständigen Software- und Systemhäusern arbeiten.

Berufsbild

Fachinformatiker setzen im Allgemeinen fachspezifische Anforderungen in komplexen Hard- und Softwaresystemen um. Den Fachinformatiker gibt es mit der Fachrichtung Anwendungsentwicklung oder Systemintegration.

Auszubildende mit der Fachrichtung Systemintegration sind qualifiziert für die Planung und Konfiguration von IT-Infrastrukturen wie Client/Server-Systeme, Telekommunikationsanlagen, Internetanschlüssen, Drucker und Modems bei Kunden oder im eigenen Unternehmen. Sie beraten und betreuen die Kunden und schulen die Anwender bei der Einführung neuer Systeme. Fachinformatiker Systemintegration arbeiten in Rechenzentren an der Konzeption und Realisierung komplexer Netzwerke und Client/Server-Systeme.

Auszubildende mit der Fachrichtung Anwendungsentwicklung setzen fachspezifische Anforderungen in komplexe Hard- und Software-Systeme um. Sie analysieren, planen und realisieren IT-Systeme. Die Einführung neuer Systeme gehört genauso zum Arbeitsgebiet wie die fachliche Beratung, Betreuung und Schulung von Benutzern. Fachinformatiker Anwendungsentwicklung arbeiten an der Entwicklung kaufmännischer und multimedialer Systeme und sind zudem für IT-Support zuständig.

Tätigkeitsfelder und Qualifikationsschwerpunkte des Fachinformatikers Systemintegration sind:

- Systemintegration und -technik
- Anwenderberatung und Anwendersupport
- Hardware und Softwareinstallation
- Informations- und Computertechnik
- Entwicklung, Konfigurierung und Programmierung
- Systembetreuung, -administration und -verwaltung
- Datenbankadministration, -management und Datenschutz
- EDV-Anwender-Training
- Netzwerkadministration und -management

Tätigkeitsfelder und Qualifikationsschwerpunkte des Fachinformatikers Anwendungsentwicklung sind:

- Softwaretechnik
- Anwenderberatung und Anwendersupport

- Hardware und Softwareinstallation
- Informations- und Computertechnik
- Entwicklung, Konfigurierung und Programmierung
- Systembetreuung, -administration und -verwaltung
- Datenbankadministration, -management und Datenschutz
- EDV-Anwender-Training
- Netzwerkadministration und -management

Voraussetzungen

Für eine Bewerbung zum Fachinformatiker braucht man mindestens die mittlere Reife. Bewerber sollten zudem über gutes Verständnis für technische Zusammenhänge sowie gute Deutsch- und Englischkenntnisse und eine mathematische Begabung verfügen.

Ausbildung

Die Bewerbungsphase startet in der Regel (wie beispielsweise bei der Würzburger Medienakademie) ein Jahr vor Ausbildungsbeginn. Alle Ausbildungen starten in der Regel jährlich am 1. September. Es handelt sich um eine klassische duale Berufsausbildung.

Weiterführende Links:

Infos zum Berufsbild: www.aubi-plus.de/beruf/oldurl-49
 Würzburger Medienakademie: www.wuema.de

5.3.6 Gamedesigner

Virtuelle Welten mit spannenden Charakteren selbst entwerfen, ist der Beruf der Gamedesigner. Sie entwickeln Spielideen, legen Handlung, Ablauf, Protagonisten und Umgebung der digitalen Spielwelt fest und produzieren ein Mustergame. So entstehen Rollen- oder Strategiespiele, Adventure-Spiele und Ego-Shooter. Der Games Engineer (Informatiker) ist wiederum derjenige, der das Spiel programmiert. Das Berufsbild des Gamedesigners darf nicht mit dem des Grafikers verwechselt werden, der die Zeichnungen macht. Ein Gamedesigner hat deutlich mehr Aufgaben. Häufig ist auch vom Game Developer (Spieleentwickler) die Rede. Da es oftmals kleine Teams in Bayern gibt, werden auch mehrere Aufgaben von einer Person übernommen.

Berufsbild

Gamedesigner entwerfen Spielkonzepte, so genannte Game-Documents, und entwickeln aus dieser Art Drehbücher mit spielrelevanten Inhalten spielbare Prototypen. Ein Prototyp ist eine einfache Spielversion im Sinne eines „Mustergames“, mit dem die Gamedesigner ihr Spielkonzept überprüfen und verfeinern. Sie sind Drehbuchautor und Gestalter in einem. Sie konzipieren und produzieren interaktive Spiele, dabei gestalten sie Spielgefühl und Inhalte so, dass es die Spieler in den Bann zieht und sich gut verkaufen lässt. Auf diese Weise entstehen Spielvisionen und Spielwelten mit einzelnen Charakteren, die sich in verschiedenen Spielszenen bewegen, sowie deren Umgebung. Gamedesigner entwickeln nicht nur das theoretische Konzept eines Spiels (Game Concept), sondern können ihre Idee auch visualisieren (Game Art). Für die detaillierte Umsetzung ihrer Spielvision arbeiten sie eng mit Grafikern und Programmierern zusammen. Zur Überarbeitung und Verbesserung tragen so genannte Spieltester bei. Neben der Arbeit in den klassischen Genres kommen Gamedesigner auch vermehrt bei der Produktion von Digitalfilmen, Werbespots und Unternehmensplanspielen zum Einsatz.

In größeren Unternehmen gibt es eine starke Arbeitsteilung: Hier kommen teilweise sogar Leveldesigner zum Einsatz, die sich ausschließlich um die verschiedenen Spielstufen eines Games kümmern, nachdem der Gamedesigner das Grobraster festgelegt hat.

Über das Berufsbild des Gamedesigners gibt es auf dem YouTube-Channel des MedienWiki ein Video (www.youtube.de/medienwiki).

Voraussetzungen

Gamedesign kann man als staatlich anerkannten Ausbildungsberuf erlernen oder studieren. Eintrittskarte in die Welt der Designer von Computerspielen sind Mittlere Reife für die Ausbildung sowie Fachhochschulreife oder Abitur und gegebenenfalls ein Eignungstest für das Studium. Für Berufstätige ohne Allgemeine Hochschulreife ist das Studium ebenfalls möglich, wenn sie eine abgeschlossene, zweijährige Berufsausbildung und mindestens drei Jahre Berufserfahrung nachweisen können. Neben geeignetem Schulabschluss oder beruflicher Vorbildung sind Ideenreichtum, Kreativität, Teamfähigkeit, Spaß an konzeptionell-gestalterischer Arbeit, Talent zum Zeichnen

und Gestalten, technisches Verständnis und vor allem Faszination für die Welt der elektronischen Spiele gefragt.

Ausbildung

Die Ausbildungszeit für den Gamedesigner beträgt zwischen einem und drei Jahren. Die Ausbildung/das Studium erfolgt primär an Privatschulen/privaten Hochschulen und kostet zwischen 700 und 1000 Euro pro Monat. Dazu kommen die üblichen Semestergebühren und extra Prüfungsgebühren. Spezialisierungen in den Bereichen Artwork, sprich der Gestaltung von grafischen Programmteilen, oder Programmierung sind möglich. Studiengänge zum Games Engineer (Informatik) gibt es in Bayern beispielsweise an der Technischen Universität München und an der Hochschule Kempten.

Weiterführende Literatur:

Kaiser, Markus (Hrsg.): Ringvorlesung Games, München 2014.

Weiterführende Links:

Spiegel online über das Berufsbild:

<http://www.spiegel.de/unispiegel/jobundberuf/ausbildung-game-design-dad-deln-bis-zum-traumjob-a-403679.html>

Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware (BIU): www.biu-online.de

G.A.M.E. Bundesverband: www.game-bundesverband.de

Übersicht über Games-Studiengänge in Bayern: www.medienwiki.org

5.3.7 Games-Autor

Einen Games-Autor kann man sich grundsätzlich als den Drehbuchautor für Computerspiele vorstellen, da er sowohl die Story als auch die Texte für Computer- und Videospiele verfasst. In vieler Hinsicht gibt es daher auch eine ganze Reihe von Gemeinsamkeiten zwischen Drehbuchautoren für Filme und für diejenigen, die sich die Geschichten für Videospiele ausdenken. Beispielsweise gibt es bekannte Hollywood-Drehbuchautoren, die die Storys und Dialoge für PC-Rollenspiele geliefert haben. Dennoch ist ein Drehbuchautor nicht automatisch dafür geeignet, Texte für Spiele zu schreiben.

Berufsbild

Die Aufgaben von Games-Writeern sind sehr unterschiedlich und hängen größtenteils von dem jeweiligen Projekt, für das sie zuständig

sind, ab. Grundsätzlich können sie an der Entwicklung der Spielewelt beteiligt sein, wo sie Hintergrundgeschichten erzählen und die Charaktere beschreiben. Auch müssen Games-Autoren so genannte On-Screen-Texte verfassen. Dabei handelt es sich um alle Texte, die bei einem Computerspiel auf dem Bildschirm erscheinen können. Natürlich müssen auch alle Dialoge und Off-Erzählttexte, die im Spiel zu hören sind, erst von den Spieleautoren zu Papier gebracht werden. Da in der Entwicklungsphase von Spielen oft sehr viele Personen am Schreibprozess für die Story beteiligt sind, werden Games-Writer auch angefordert, um diese Texte zu überarbeiten. Insgesamt stellt dabei der Einbau von Storywendungen eine sehr große Herausforderung für die Games-Autoren dar, da die Spieler nicht nur optisch oder durch neue Spielmechaniken, sondern auch über Wendungen in der Handlung überrascht werden wollen.

Häufig werden heute Storywelten geschrieben, die nicht nur Grundlage für ein Computer- oder Videospiel sind, sondern auch für einen Film, eine Serie oder ein Buch. Im Buch „Innovation in den Medien“ (herausgegeben von Markus Kaiser, München 2013) beschreibt Jörg Ihle ausführlich, wie Storywelten aufgebaut werden. Wenn eine Geschichte plattformübergreifend erzählt wird, nennt man dies Transmedia.

Voraussetzungen

Selbstverständlich ist ein gewisses Schreibtalent und auch die Lust zu Schreiben eine wesentliche Voraussetzung, um als Games-Writer zu arbeiten. Keineswegs muss ein zukünftiger Autor für Computer- und Videospiele sein bisheriges Leben vor Spielekonsolen oder am PC mit Zocken verbracht haben. Wichtig ist das Verständnis dafür, wie die Texte innerhalb von Spielen funktionieren. Jeder Games-Autor muss vor Augen haben, dass, im Gegensatz zum Roman, bei den meisten Spielen nicht die eigentliche Geschichte, sondern die interaktiven Elemente des Spiels im Vordergrund stehen. Zudem sind sehr gute Englischkenntnisse für Spieleautoren unerlässlich, da die meisten Spiele für den internationalen Markt produziert werden. Auch ist eine gewisse Stressresistenz von großem Vorteil, da meist unter hohem Zeitdruck gearbeitet werden muss.

Ausbildung

Die Ausbildungsmöglichkeiten im Games-Bereich haben in den vergangenen Jahren sehr stark zugenommen. Gerade im Hochschulbereich werden zahlreiche Studienmöglichkeiten zu allen Disziplinen der Spielentwicklung angeboten. Wer sich für den Bereich interessiert, kann beispielsweise an der Mediadesign Hochschule in München oder an der Games Academy in Berlin den Studiengang Gamedesign studieren.

In der Regel sind Games-Autoren selbstständig und als Freelancer tätig und werden dann gerufen, wenn das Entwicklerteam eines Spieles selbst nicht genügend Zeit und ausreichend personelle Ressourcen besitzt, um eine gute Geschichte für ein Videospiele zu entwickeln und zu verfassen.

► siehe auch **Gamedesigner** (Seite 111)

Weiterführende Links:

Berufsbild Games-Autor: <http://falkoeffler.de/computerspiele/game-writer-faq>
Übersicht über Games-Studiengänge in Bayern: www.medienwiki.org

5.3.8 Informatikkaufmann

Informatikkaufleute stimmen die Bedürfnisse von Unternehmen im Hinblick auf den Einsatz von geeigneten Computersystemen zur Optimierung betrieblicher Prozesse ab. Sie kümmern sich darum, dass Unternehmen eine für ihre Zwecke passgenaue EDV-Lösung erhalten und diese auch technisch einwandfrei umgesetzt wird. Ein Informatikkaufmann bildet die Schnittstelle zwischen dem eigenen Unternehmen, den IT-Fachkräften und den Kunden. Sie beteiligen sich an der Planung von IT-Systemen, indem sie gemeinsam mit den Kunden erarbeiten und festhalten, über welche Funktionen ein System später verfügen soll.

Berufsbild

Zur Hauptaufgabe von Informatikkaufleuten gehört es, Problem und Aufgabenstellungen, die innerhalb eines Unternehmens durch den Einsatz von IT-Systemen gelöst werden sollen, zu analysieren. Dazu müssen sie Geschäftsprozesse durchleuchten und so den Bedarf an passenden IT-Systemen ermitteln. Weiterhin beschaffen Informatik-

kaufleute die benötigte Soft- und Hardware und führen sie im Unternehmen ein. Sie beraten und helfen einzelnen Fachabteilungen beim Einsatz von Anwendungssystemen und sind Ansprechpartner von Herstellern und Anbietern von IT-Systemen. Zum Aufgabengebiet gehört auch die Schulung und Beratung von Nutzern. Hierzu erstellen Informatikkaufleute Schulungsunterlagen oder Hilfe-Programme für die Anwender und sorgen für eine hohe Nutzerfreundlichkeit.

Voraussetzungen

Wichtige Voraussetzungen für einen Informatikkaufmann sind neben kaufmännischen und informationstechnischen Kenntnissen auch eine ausgeprägte Kommunikationsstärke. Interessierte sollten ein Verständnis für unternehmerische Zusammenhänge wie Arbeitsabläufe, Produkte und Kunden mitbringen. Auch sollten sie Freude am Planen und Organisieren haben. Ebenso wichtig sind gute Kenntnisse in Mathematik für die Erstellung von betriebswirtschaftlichen Kalkulationen. Informatikkaufleute müssen auch bei komplizierten Projekten den Überblick behalten.

Ausbildung

Die Ausbildung zum Informatikkaufmann ist eine duale Ausbildung. Sie findet somit im Betrieb und in der Berufsschule statt und dauert in der Regel drei Jahre. Die Voraussetzung für die Ausbildung bildet dabei die mittlere Reife, wobei in einigen Unternehmen auch Abitur verlangt wird. Die Ausbildungsschwerpunkte innerhalb der Berufsschule werden in Kernqualifikation und Fachqualifikation, also berufsspezifische Fähigkeiten und Kenntnisse, unterschieden. Der Anteil der Kernqualifikationen (unter anderem Datenverarbeitungstechnik, kaufmännische und betriebliche Grundlagen) nimmt im ersten Ausbildungsjahr den größten Teil ein, wobei im Laufe der Ausbildung die Vermittlung von Spezialkenntnissen zunimmt.

Informatikkaufleute findet man überall dort, wo Informations- und Kommunikationssysteme zur Abwicklung von Geschäftsprozessen verwendet werden. In der Regel arbeiten Informatikkaufleute in größeren Unternehmen der IT-Branche sowie im Handel, bei Banken und Versicherungen, aber auch im Gesundheitswesen und der öffentlichen Verwaltung.

Weiterführender Link:

Übersicht über IT-Berufe: www.it-berufe.de

5.3.9 IT-Administrator

Der IT- bzw. Netzwerkadministrator kümmert sich um die gesamte IT und das aufgebaute Netzwerk eines Unternehmens. Er ist zuständig für den Aufbau des Netzwerks (Netzwerkinfrastruktur) und insbesondere auch für die Wartung. Bei Problemen von Usern ist er Ansprechpartner und kümmert sich um die Lösung. Als IT-Administrator werden Fachinformatiker (siehe Berufsbild Fachinformatiker) oder Absolventen eines Informatik-Studiengangs eingesetzt. Häufig kommen dafür Mischstudiengänge (allen voran Wirtschaftsinformatik) in Frage. Denn als Wirtschaftsinformatiker kennt man sich nicht nur mit der IT aus, sondern kann sich auch in die Bedürfnisse der Beschäftigten des Unternehmens hineinversetzen. Eine zunehmend große Bedeutung spielt für IT-Administratoren die Frage der Sicherheit.

Weiterführende Links:

Fachmagazin zum Berufsbild: www.it-administrator.de

Informatikstudiengänge in Bayern: www.studieren-in-bayern.de

5.3.10 IT-Trainer

Von 9 bis 18 Uhr vor einer Gruppe verschiedener Menschen mit unterschiedlichem Erfahrungsschatz zu stehen und den zuweilen verzweifelten Endanwendern Wege in den problemlosen Umgang mit Hard- und Software zu zeigen – so sieht der Tag eines IT-Trainers aus. Dieser ist anstrengend, aber bietet auch eine Menge Erfolgserlebnisse.

Berufsbild

Ein IT-Trainer entwirft Konzepte für Schulungen, die je nach Betrieb sehr unterschiedlich sein können. Er muss sich auf große Belegschaften und auf kleine Gruppen von Angestellten einstellen, muss Trainingskonzepte für Standardprogramme und komplexe Spezialsoftware erarbeiten. Er arbeitet eng mit der Software-Entwicklung zusammen, um Programme noch nutzerfreundlicher zu machen und so Betriebsabläufe zu optimieren.

IT-Trainer planen und organisieren Aus- und Weiterbildungsprogramme im Bereich Informations- und Kommunikationstechnologie, führen sie durch und bereiten sie nach. Im beruflichen Alltag analysieren sie den Bildungsbedarf und die Anforderungen ihrer Kunden und planen auf dieser Basis die Ziele sowie Inhalte der Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen und wählen dafür die entsprechenden Medien und Methoden aus. Als IT-Trainer ist man vor allem in der Erwachsenenbildung oder bei Trainingsdienstleistungsunternehmen tätig.

Voraussetzungen

Als IT-Trainer sollte man folgende Voraussetzungen mitbringen:

- beste Kommunikationsfähigkeit
- pädagogisches Verständnis
- Erfahrung in der Erwachsenenbildung
- großes Knowhow verschiedenster Software
- Kenntnis von Programmiersprachen
- Verständnis für Entwicklungsprozesse

Ausbildung

Oft wird ein Hochschulabschluss der Informatik erwartet, der jedoch nicht zwingend notwendig ist. IT-Trainer ist eine Weiterbildung nach der IT-Fortbildungsverordnung (IT-FortbV). Die Weiterbildung erfolgt in Form eines Selbststudiums und schließt mit einer Zertifizierung ab. Vorbereitungskurse hierzu finden in Voll- oder Teilzeit statt. Die Dauer der Weiterbildung liegt im Allgemeinen bei rund sechs Monaten.

Weiterführender Link:

IT-Berufe im Überblick: <http://www.it-berufe.de/index.php?node=138>

5.3.11 Medieninformatiker

Der Medieninformatiker setzt sein Wissen aus der Computertechnik ein, um Medien wie Bild, Ton oder Video in Softwaresysteme funktionell zu integrieren. Nur so kann eine Kommunikation zwischen Computer und Mensch stattfinden.

Berufsbild

Wo Computer verwendet werden, um Medienprodukte herzustellen, ist auch der Medieninformatiker vertreten. Medieninformatiker befassen sich also mit folgenden Aufgaben:

- Programmieren von Oberflächen (GUI) mit Hilfe von Programmiersprachen wie C++, Java oder Visual Basic
- Bild, Audio und Video verarbeiten
- Einbetten von Grafiken und Animationen in bestehende Programme
- Entwickeln von neuen Übertragungstechniken über das Internet, zum Beispiel Bild- oder Videoübertragung (Stream)
- Erweitern von Community-Management-Systemen (CMS) und dessen Pflege
- Erstellen von Webseiten sowie 3D-Grafiken für das Internet

Voraussetzungen

Zunächst ist ein allgemeines Verständnis für den Bereich der Programmierung notwendig. Ohne diese Kenntnisse ist es dem Medieninformatiker nicht möglich, Anpassungen für den Benutzer oder den Kunden durchzuführen. Auch ein Gespür für die Symbiose zwischen Medien und Technik ist Voraussetzung für dieses Berufsbild. Ein Medieninformatiker muss den Spagat zwischen Bild-, Ton- und Videomaterial im Verbund mit technischem Know-how meistern, sich also entsprechende Strukturen und Konzeptionen überlegen und ausarbeiten.

Aus dieser Gegebenheit heraus bringt der Medieninformatiker ein organisatorisches Geschick mit sich. Auch der Bereich Kommunikation, also das Zusammenarbeiten mit Designern, Mediengestaltern und Kollegen, ist dem Medieninformatiker nicht fremd. Schlüsselqualifikationen wie Zuverlässigkeit, Pünktlichkeit, Engagement und Belastbarkeit sind selbstverständlich und gehören auch zu diesem Beruf.

Ausbildung

Der Medieninformatiker kann in Deutschland an vielen Hochschulen als eigener Studiengang belegt werden. So bietet zum Beispiel die Technische Hochschule Nürnberg Georg Simon Ohm neben Informatik diesen Fachbereich an. Aber auch Berufsfachschulen oder Colleges,

so zum Beispiel das bib in Paderborn, bieten eine Berufsausbildung an. Die Dauer hierbei beträgt zwei Jahre.

Durch die fortlaufende Entwicklung der Medienlandschaft in Deutschland benötigt es Informatiker, die im Bereich der Medien ausgebildet sind. Das Job- und Karriere-Portal „Staufenbiel“ veranlasste eine Studie im Oktober und November 2010 zum Thema „Informatiker: Arbeitsmarkt 2011“. Hier wurden 329 Unternehmen über die Bedarfsentwicklung an Informatikern im Vergleich zum Vorjahr und über die Bedarfsentwicklung an Informatikern in den nächsten fünf Jahren befragt. In beiden Bereichen ist die Tendenz steigend.

Der Medieninformatiker erhält, egal ob durch eine Hochschule oder durch eine Universität, eine fundierte Ausbildung. Somit hat der Absolvent ein mannigfaltiges Repertoire an Branchen zur Auswahl wie Softwarehäuser, Forschung und Entwicklung, Agenturen mit dem Kerngeschäft Multimedia, Rundfunkanstalten und Verlage, Netzwerkunternehmen, Musikverlage, PR-Agenturen mit einer eigenen Grafikabteilung, Film- und Videostudios, Internetfirmen und Industrieunternehmen.

Weiterführende Links:

Medieninformatik an der TH Nürnberg: www.th-nuernberg.de

Medieninformatik an der LMU München: www.medien.ifl.lmu.de

5.3.12 Produktmanager

Ein Produktmanager erarbeitet und entwickelt Marketing-Strategien für Produkte. Dabei fungiert er als Schnittstelle zwischen Marketing, Vertrieb und Produktion. Sein Aufgabenfeld ist beim Marketing und der Werbung angesiedelt und beinhaltet sowohl kaufmännische als auch Marketingaspekte.

Berufsbild

Sein Ziel ist es stets, ein Produkt auf dem Markt zu positionieren und es erfolgreich zu machen. Dazu stimmt er sich intern ab und klärt, mit welchem Produkt oder mit welcher Produktlinie sich das Unternehmen auf dem Markt positionieren will. Anschließend kümmert er sich um die passende Marketing-Strategie. Bei einem komplett neuen Produkt, begleitet er den Entwicklungsprozess von der ersten Idee

bis hin zur Vermarktung im Laden. Auf dem Weg dorthin begleitet er die Produktentwicklung und testet, wie das Produkt bei der Zielgruppe ankommt. Unter Umständen schult er auch die Verkäufer, so dass diese das Produkt gut verkaufen können. Ist das Produkt einmal auf den Markt gebracht, kontrolliert und überprüft er die Verkaufs- und Umsatzzahlen. Auch in die Prototypenentwicklung ist er involviert, und wenn es darum geht zu entscheiden, welche verschiedenen Varianten eines Produkts entwickelt werden und auf den Markt kommen. Bei Produkten, die bereits auf dem Markt sind, führt er so genannte Lifecycle-Planungen durch. Das bedeutet, er schaut, wann ein Produkt überarbeitet, umgestaltet oder neu definiert werden muss, um weiterhin für die Zielgruppe attraktiv zu bleiben.

Bevor ein neues Produkt in den Laden kommt, ist der Produktmanager auch bei der Entwicklung und Gestaltung der Produktverpackung beteiligt und arbeitet hier unter Umständen mit der Grafik-, Marketing- und Werbeabteilung zusammen. Teilweise erarbeitet er auch Produktbeschreibungen oder schreibt Fachartikel für Magazine.

Um grundsätzlich Prognosen und Entwicklungshinweise geben zu können, analysiert er Marktforschungsdaten und behält stets den Konkurrenzmarkt im Auge (siehe Berufsbild Marktforscher). Er muss sich mit Projektmanagement, Online-Marketing und E-Commerce auskennen. Darüber hinaus ist er für das Controlling und Monitoring einer Produktentwicklung zuständig. Er erstellt Finanz-, Business- und Verkaufspläne, arbeitet Preisstrategien aus, kümmert sich um Preisverhandlungen und stellt neue Verkaufsstrategien für Produkte vor. Dementsprechend trägt er Planungs- und Budgetverantwortung.

Voraussetzungen

Ein Produktmanager muss analytisches und strukturiertes Denkvermögen mitbringen, um Marktpositionen einschätzen und interpretieren zu können. Auch ein Gespür für Trends zu haben, ist wichtig. Darüber hinaus sollte er Verhandlungsgeschick und Durchsetzungsvermögen besitzen, wenn er mit Kunden und Partnern im Gespräch ist. Kommunikationsstärke, Organisationstalent, Teamfähigkeit und eigenverantwortliches Arbeiten sind darüber hinaus Fähigkeiten, die von einem Produktmanager erwartet werden.

Ausbildung

In den meisten Fällen haben Produktmanager ein betriebswirtschaftliches Studium absolviert, möglicherweise sogar mit dem Schwerpunkt Controlling. Aber auch die Studienfächer Marketing oder Business-Administration sind eine gute Basis, um sich für diese Position zu qualifizieren. Neben dem Hochschulweg kann auch eine kaufmännische Ausbildung – gegebenenfalls mit einer entsprechenden Weiterbildung im Vertrieb – auf die Aufgaben des Produktmanagers vorbereiten.

Produktmanager haben eine breite Auswahl, wenn sie sich nach Anstellungen umsehen. Da sie im Marketingbereich arbeiten und sich im Prinzip jeder Wirtschaftsbereich mit Marketingstrategien beschäftigen muss, kann er sowohl in der Industrie als auch im Handel oder in Handwerksbetrieben arbeiten. Darüber hinaus sind Dienstleistungs- und Werbeagenturen oder auch Medienunternehmen ein möglicher Arbeitgeber. Der Berufseinstieg erfolgt meist als Junior-Produktmanager und führt später in die Position des Senior-Produktmanagers.

Weiterführender Link:

Berufsporträt auf „Focus online“: http://www.focus.de/finanzen/karriere/perspektiven/berufe/berufsjournal/eltern-des-produkts_aid_131101.html

5.3.13 Projektmanager Multimedia

Wenn man über interdisziplinäre Berufsfelder spricht, ist der Job des Projektmanagers sicherlich der prominenteste Vertreter. Kaum ein Beruf ist derart breit gefächert und branchenübergreifend vertreten wie dieser. Er würde deshalb auch in alle Teile der Medienbranche in diesem Buch passen.

Berufsbild

Projektmanager im Bereich Multimedia besitzen ein genaues Verständnis der Neuen Medien und ihrer technischen Möglichkeiten. Neben einem umfangreichen technischen Verständnis bringen sie ebenso kreativ-gestalterisches Gespür mit. Häufig werden Projektmanager Multimedia als Multimedia-Producer bezeichnet. Projektleiter nehmen die Mittlerrolle ein zwischen Kunden und Projektteam der

Multimedia-Produktion und sind verantwortlich für Planung und Abwicklung des Projektes. Sie erstellen ein Konzept nach den Wünschen und Anforderungen von Kunden und stellen ein entsprechendes Team aus Autoren, Grafikern/Designern, Programmierern etc. zusammen. Als Projektmanagement plant, delegiert, steuert und überwacht man also alle Gesichtspunkte eines Projekts – ein eigenständiges Verfahren, mit dem festgelegte Aufgaben in einer Organisation oder in einem Unternehmen ausgeführt werden. Jedes Projekt besitzt definierte, terminierte Start- und Endpunkte. Die Verantwortung und die Fähigkeiten sind exakt geregelt.

Fest geregelte Abläufe und eine 40-Stunden-Woche darf man als Projektmanager nicht erwarten. Jedes Projekt ist anders, und die Zusammenstellung der unterschiedlichen Projektteams variiert. Die täglich priorisierte To-Do-Liste beinhaltet vielerlei von der Problemfindung und -definition über Konfliktlösungen oder der Moderation von Meetings bis hin zur Vorbereitung von Entscheidungsmöglichkeiten für die Auftraggeber des jeweiligen Projektes.

Arbeitsbereiche eines Projektmanagers sind unter anderem:

- Aufgreifen von Produktideen
- Definieren und Dokumentieren von technischen Anforderungen
- Unterstützung anderer Abteilungen bei deren Entwicklung
- Budgetverantwortung
- Kalkulation der Projektkosten
- Qualitätssicherung
- Verfolgen aktueller technologischer Entwicklungen und Überprüfung auf sinnvolle Verwendung

Multimedia-Projektleiter arbeiten in Multimedia-Agenturen, in den Multimedia-Abteilungen von Unternehmen oder bieten ihre Dienstleistung als selbstständige Berater an.

Voraussetzungen

Es ist notwendig, dass Projektmanager genaue Kenntnisse besitzen über Produktionsschritte und deren technische Umsetzbarkeit. So wird von Projektmanagern einerseits Führungsqualität und Durchsetzungsvermögen erwartet bei gleichzeitiger Beratungskompetenz und Einfühlungsvermögen für die Kundenseite. Weitere Vorausset-

zungen für Projektmanager sind gute Marktkennntnisse der relevanten Distributionskanäle, der Entwickler und der Plattformen, gute Englischkenntnisse in Wort und Schrift sowie eine ausgeprägte Teambegeisterung und Kommunikationsfähigkeit. Als Projektmanager sollte man eher Generalist als Fachexperte sein, entscheidungsfreudig, stressresistent und belastbar sein und Lust auf Neues verspüren.

Wer kontaktfreudig ist und seinen langen Arbeitstag mit seinen wechselnden Anforderungen gut und gerne ausführlich strukturiert und organisiert, ist im Projektmanagement genau richtig. Die Vielseitigkeit des Berufsbildes verspricht in jedem Fall einen abwechslungsreichen Berufsalltag.

Ausbildung

Ein generelles Studium für diesen Job gibt es nicht. Der Beruf ist gut für Quereinsteiger geeignet: Im Multimedia-Bereich sind es zum Beispiel häufig Softwareentwickler. Berufsanfänger gehen oft den Weg vom Praktikum zum Junior- bis Account-Manager und eventuell weiter bis zur höchsten Führungsebene. Generell ist ein abgeschlossenes Hochschulstudium günstig, besonders geeignet sind Studiengänge, bei denen Fach-Know-how mit Managementkompetenzen kombiniert werden, wie zum Beispiel Wirtschaftsinformatik, -ingenieurwesen oder -recht.

Auch Weiterbildungen gibt es in diesem Bereich, wenn man sein Fachstudium bereits abgeschlossen hat und berufstätig ist. Die Fern-Universität Hagen bietet beispielsweise einen Lehrgang Projektmanagement an (www.fernuni-hagen.de). An der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg gibt es im Weiterbildungsstudiengang Master Multimediadidaktik ein Modul Projektmanagement (www.mmd.uni-erlangen.de).

5.3.14 SAP-Entwickler

Das Unternehmen SAP AG ist der weltweit viertgrößte Softwarehersteller. Deren zentrale Softwarepaket dient der Abwicklung sämtlicher Geschäftsprozesse einer Firma: Buchführung, Controlling, Vertrieb, Einkauf, Produktion, Lagerhaltung und Personalwesen. Somit ist klar, dass SAP-Entwickler ein weites Feld zu beackern haben.

Berufsbild

SAP-Entwickler analysieren die betriebswirtschaftlichen Prozesse im Unternehmen und entwickeln danach Konzepte zur Modifizierung oder Entwicklung von Programmen. Sie integrieren neue SAP-Anwendungen in das System des Unternehmens und schulen die Anwender für die Nutzung. Vor allem im Enterprise Resource Planning werden SAP-Anwendungen eingesetzt.

Dafür erstellen sie Richtlinien und Handbücher und sind Ansprechpartner für die Endnutzer. Oft warten SAP-Entwickler auch das laufende System und sind für die Qualitätssicherung zuständig. Technisches Wissen ist für SAP-Entwickler ebenso wichtig wie betriebswirtschaftliches Know-how, da sie sich hauptsächlich mit wirtschaftlichen Prozessen befassen und deren Abläufe optimieren.

SAP-Entwickler sind entweder im SAP-Konzern selbst oder bei Softwarehäusern, IT-Unternehmen oder in den IT-Abteilungen größerer Unternehmen beschäftigt. Oft arbeiten SAP-Anwendungsspezialisten aber auch selbstständig.

Aufgaben für SAP-Entwickler sind:

- Bestandsaufnahme und Analyse der Geschäftsprozesse
- Konzepterstellung
- Programmanpassung bzw. -neuentwicklung
- Testen des erneuerten Systems
- Erstellen von Dokumentationen und Handbüchern
- Mitarbeiterschulungen
- Wartung und Qualitätssicherung

Voraussetzungen

Voraussetzungen für SAP-Entwickler sind:

- Mathematisches Verständnis
- logische Denkweise
- fundierte Kenntnisse in verschiedenen Programmiersprachen
- betriebswirtschaftliches Know-how
- Englischkenntnisse
- Teamfähigkeit

Ausbildung

Wer SAP-Anwendungsspezialist werden möchte, sollte ein Hochschulstudium abgeschlossen haben, vorzugsweise in den Fächern Informatik oder Technische Informatik. Danach ist eine Spezialisierung auf die Software SAP sinnvoll. Aber auch ein Quereinstieg für Absolventen anderer naturwissenschaftlicher Fächer ist möglich. Um sich auf den aktuellen Wissensstand der SAP-Anwendungen zu bringen, sind Weiter- und Fortbildungen angeraten.

5.3.15 Softwareentwickler

Ein Softwareentwickler analysiert, plant, entwickelt und implementiert informationstechnische Anwendungen und Softwarebausteine (Datenbanken, Programme). Im Gegensatz zu einem Programmierer ist der Softwareentwickler in mehrere Arbeitsprozesse involviert.

Berufsbild

Softwareentwickler definieren Schnittstellen zwischen einzelnen Komponenten und wirken bei der Systemintegration und bei Systemtests mit. Dafür stehen ihnen Datenverarbeitungsanlagen, vernetzte Systeme von der Informations- und Telekommunikationstechnik, Peripheriegeräte sowie Softwaresysteme zur Verfügung. Der Softwareentwickler plant anstehende Arbeitsschritte und überprüft sie auf Wirtschaftlichkeit und Effizienz. Der Schwerpunkt seiner Tätigkeiten ist das Entwickeln von Software-Bausteinen.

Der Job des Softwareentwicklers ist sehr anspruchsvoll, seine Aufgaben sind vielfältig: Im ersten Arbeitsschritt analysiert er Softwaresysteme, um dann einzelne Komponenten so zu programmieren und zu verbessern, dass sie den Vorstellungen der Anwender entsprechen. Neben der Arbeit am Computer hat der Softwareentwickler deshalb oft Kundenkontakt, denn auch die Benutzerberatung zählt zu seinen Aufgaben. Teamarbeit ist im Job des Softwareentwicklers gefragt.

Voraussetzungen

In der Regel wird für diese Tätigkeit eine abgeschlossene Weiterbildung als Softwareentwickler gefordert. Eine vergleichbare Tätigkeit kann man auch mit einem einschlägigen Hochschulstudium ausüben.

Wer Softwareentwickler werden will, sollte kommunikativ sein, analytisches Denkvermögen mitbringen und sich mit Datenbanktechnologien, Programmierung und Webtechnologien auskennen.

Ausbildung

Zwar behaupten manche Softwareentwickler, ihr Job sei „von der Denke der Hochschullehrer weit weg“, ein Informatik-Studium sollte als Voraussetzung aber auch hier gegeben sein, denn die Anforderungen an die Softwareentwickler sind hoch. Neben einem Hochschulabschluss und Basiswissen in den gängigen Programmiersprachen müssen sie die Eigenheiten der Plattformen kennen. Dieses Spezialwissen müssen sich die Entwickler oft selbst beibringen, denn an den Universitäten wird es nicht gelehrt.

Softwareentwickler arbeiten vor allem bei Firmen der IT-Branche, aber auch bei Herstellern von informationstechnischen Geräten und in der Unternehmensberatung. Auch in entsprechenden Fach- und Serviceabteilungen von Betrieben unterschiedlicher Wirtschaftszweige, in der Forschung und Entwicklung oder im öffentlichen Dienst sind diese Fachleute sehr gefragt.

Seitdem Smartphones und Tabletcomputer so rasant an Bedeutung gewinnen, will beinahe jedes Unternehmen auf den tragbaren Computern mit einer eigenen App präsent sein, auch wenn sich für manche Unternehmen die Apps als unwirtschaftliche Prestigeprojekte erweisen. Entsprechend schnell ist in den vergangenen Jahren der Bedarf an Softwareentwicklern gestiegen, die für Apple, Android und Co. die passenden Miniprogramme schreiben können. Viele Entwickler haben sich mit dieser Geschäftsidee selbstständig gemacht (siehe Berufsbild App-Entwickler).

Jährlich werden 25.000 Entwickler gebraucht, aber nur 16.000 an den Hochschulen ausgebildet. Es lohnt sich also, eine Karriere beziehungsweise ein Studium in diesem Bereich anzupeilen. Nicht zuletzt, weil nach Smartphones und Tablets die Apps auch auf den Fernsehgeräten Einzug halten werden. „Smart TV“ heißt die neue Generation der Fernseher, die direkt an das Internet angeschlossen sind und viel Platz für Apps aller Art bieten. Möglicherweise ist aber App-Entwickler als Berufswahl allein zu kurz gedacht. Der Markt entwickelt sich weiter in Richtung der mobilen Internetseiten. Diese werden in

der neuen Seitenbeschreibungssprache HTML5 gebaut, die viele Fachleute als die wahre Zukunftstechnik in der Branche sehen.

Weiterführende Links:

Interview mit einem Softwareentwickler: <http://www.unischnupperrn.de/f/naturwissenschaften/informatik/berufe/hamid-27-softwareentwickler>

Video von „Zeit online“ über einen Softwareentwickler: <http://www.zeit.de/video/2009-09/37840565001/-software-entwickler-michael-schuster-im-interview>

5.3.16 Software-Lokalisierer

Ein Software-Lokalisierer ist dafür verantwortlich, Softwareprodukte an geographische, sprachliche und ethnische Gegebenheiten anzupassen. Das bedeutet unter anderem, er überarbeitet die Software gemäß sprachlichen und kulturellen Rahmenbedingungen in einem Vertriebsland. Konkret heißt das, der Software-Lokalisierer übersetzt Softwareprodukte in andere Sprachen und passt die Übersetzung gegebenenfalls kulturellen Besonderheiten an. Den Bereich der Softwarelokalisierung gibt es seit den 1990er Jahren, durch eine zunehmende Internationalisierung erweitert er sich stetig.

Berufsbild

Neben der reinen Übersetzung muss der Softwarelokalisierer auch darauf achten, verschiedene Angaben in die jeweils passende Form zu bringen – beispielsweise Datums- und Zeitangaben, Währungen, Temperaturangaben oder Maßeinheiten. Aber auch Flaggen, Schriftarten oder Grafiken muss er angleichen und eine kulturspezifische Musik- und Soundabstimmung (beispielsweise bei Computerspielen) vornehmen. Rundum erstellt er also eine „Übersetzung“, die weit über die rein sprachliche Übersetzung hinausgeht. Nach Abschluss der Lokalisierung soll die Benutzeroberfläche einer Software so aussehen, als sei sie ursprünglich für den Zielmarkt geschrieben und entwickelt worden. Darüber hinaus muss er das Produkt auch an die geltenden Rechtsvorschriften anpassen – denn nicht in jedem Vertriebsland gelten die gleichen rechtlichen Grundlagen.

Voraussetzungen

Für das Studium und später den Beruf des Software-Lokalisierers ist eine Vorliebe von Sprachen hilfreich – besonders Englischkenntnisse

sind fast immer notwendig. Verbunden mit der Sprache sollte auch ein Interesse an fremden Kulturen und interkulturellem Austausch vorhanden sein. Auch Informationstechnologie, Soft- und Hardware sollten einem kein Graus sein. Mathematik, logisches Denken und ein technisches Verständnis sind ebenfalls erforderlich. Darüber hinaus sollte man technisch formulierte Texte verfassen können.

Ausbildung

Seit Oktober 2012 bietet die Hochschule Anhalt einen siebensemestri-gen Bachelorstudiengang für „Fachkommunikation – Software-lokalisierung“ an. Dabei wird besonderer Wert auf drei Fachgebiete gelegt: Sprachausbildung, Grundlagen der Informatik und interkulturelle Kommunikation mit Projektmanagement. Seit April 2013 wird an der Hochschule Anhalt auch ein aufbauender Master angeboten. Ebenso seit Oktober 2012 bietet auch die Universität Heidelberg in Kooperation mit der Fachhochschule Mannheim einen sechsemestri-gen internationalen Bachelorstudiengang „Translation Studies for Information Technologies“ an, mit dem man anschließend als Softwarelokalisierer arbeiten kann.

Besonders Softwarehersteller, die ihre Produkte auf einem internationalen Markt verkaufen, sind Auftrags- und Arbeitgeber für Software-Lokalisierer. Aber auch Übersetzungs- und Terminologieabteilungen internationaler Unternehmen oder Lokalisierungsdienstleister können eine Anlaufstelle sein. Nicht zuletzt können Software-Lokalisierer auch selbstständig als Freiberufler arbeiten.

5.3.17 Spieletester

Ein Spieletester ist eine Person, die ein Spiel zu Testzwecken spielt und im Anschluss beurteilt, zur Verbesserung beiträgt oder einen Artikel darüber schreibt. Unterschieden werden sollte zwischen drei Arten von Spieletestern. Zum einen der Spieletester, der für Spielehersteller arbeitet, zum anderen der, der ehrenamtlich Spiele prüft und anschließend bewertet. Als drittes gibt es den journalistischen Spieletester, der Spiele für Magazine testet und anschließend Artikel darüber schreibt (siehe Berufsbild Redakteur).

Berufsbild

Der Spieletester, der für ein Unternehmen arbeitet, das Video- und Konsolenspiele entwickelt, soll während des Entwicklungsprozesses Programmierfehler (so genannte Bugs) oder Schwachstellen eines Spiels bzw. Fehler im logischen Ablauf des Spiels finden. So soll garantiert werden, dass der Käufer im Laden ein fehlerfreies und einwandfrei funktionierendes Spiel erhält. Erst nach dieser Testphase werden Spiele serienmäßig produziert und auf den Markt gebracht. Spieletester, die auf nicht-kommerzieller Basis arbeiten, testen Spiele oft für Vereine oder Institutionen, die Spiele beispielsweise auf ihre Alterstauglichkeit hin prüfen (wie: Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle, USK). Journalistische Spieletester bekommen in der Regel die Spiele vom Magazin bereitgestellt, um sie zu testen und im Anschluss darüber zu schreiben.

Im Gegensatz zu Privatspielern geht es bei beruflichen oder ehrenamtlichen Spieletestern darum, ein Spiel analytisch und mit einem aufmerksamen Problembewusstsein zu spielen. Nur so können vorhandene Fehler gefunden und identifiziert werden. Dabei kann es durchaus vorkommen, dass fehlerhafte Spielabschnitte öfter durchgespielt werden müssen, um die Fehlerquelle zu finden und benennen zu können. Im Anschluss müssen die Spieletester einen ausführlichen Bericht über die gefundenen Schwachstellen erstellen, der zur Problembeseitigung beitragen soll und auf dessen Grundlage das Spiel überarbeitet wird. Ehrenamtliche Spieletester, wie bei Computer Projekt Köln e.V., testen ein Spiel und formulieren anschließend Empfehlungen, Einschätzungen und Beratungshilfen. Bei dem Test- und Empfehlungsprozess sind Medienpädagogen, Jugendliche und Erwachsene gleichermaßen beteiligt.

Voraussetzungen

Als Spieletester bei einem Unternehmen, das elektronische Spiele herstellt, sind in jedem Fall ein gutes technisches Verständnis im Umgang mit dem PC bzw. Konsolen erforderlich und ein logisches Denkvermögen. Darüber hinaus sind Englischkenntnisse in den meisten Fällen nötig, da die Kommunikation und Fehlerdokumentation innerhalb der Spiele meist auf Englisch stattfindet. Auch die sichere Beherrschung der deutschen Sprache ist ein Kriterium, da nach dem

Testen die Testberichte verfasst werden müssen. Darüber hinaus sind weitere Sprachkenntnisse von Französisch bis Japanisch hilfreich. Zudem sollten sich die Bewerber in mehreren Genres auskennen, also beispielsweise in Action- und Strategiespielen etc. Neben den Einzelkompetenzen ist auch Teamgeist gefragt, da an einem Herstellungsprozess für ein Video- oder Konsolenspiel ein ganzes Team mitwirkt und die Gruppe untereinander gut miteinander zusammenarbeiten muss.

Ausbildung

Bei Vereinen können oft schon Jugendliche zum ehrenamtlichen Spieletester werden (Beispiel: Computer Projekt Köln e.V.). Dabei können bereits erste Erfahrungen beim Testen und Bewerten gesammelt werden. Diese können helfen, wenn später einmal das Spieletesten zum Hauptberuf werden soll. Computerzeitschriften wie GameStar oder der Computec-Verlag in Fürth schreiben auf ihren Homepages teils auch Anzeigen für Spieletester aus, für die man sich bewerben kann, sobald man über 18 Jahre alt ist. Auch direkt bei den Spiele-Publishern können sich Interessierte als Spieletester bewerben oder bei einschlägigen Jobbörsen nach Angeboten suchen. Festanstellungen sind jedoch begrenzt, in vielen Fällen sind die Arbeitsverhältnisse an eine Projektarbeit gekoppelt. Dieses endet, sobald das Spiel ausreichend getestet ist und auf den Markt kommt. In den meisten Fällen ist Spieletester kein Ferienjob, sondern ein hauptberuflich ausgeführter Job, bei dem der Tester im Büro und nicht von zu Hause aus arbeitet. Das hängt auch damit zusammen, dass oft eine Ausbildungs- und Einarbeitungszeit von bis zu sechs Monaten durchlaufen werden muss, bevor als Spieletester gearbeitet werden kann. Ist der Spieletester nicht für den Spielehersteller, sondern für ein Magazin tätig, ist das Testen und Artikelschreiben teils auch von Zuhause aus möglich.

5.3.18 User Interface Designer

Für Usability (Bedienerfreundlichkeit) zu sorgen, ist die Aufgabe des User Interface Designers. Er soll die Voraussetzungen schaffen für eine harmonische Beziehung von Mensch und Maschine. Ihm obliegt die Konzeptionierung und Optimierung interaktiver Bedienoberflä-

chen mit dem Ziel, innovative Anwendungen zu schaffen, die sich intuitiv und spontan ohne Gebrauchsanweisungen bedienen lassen.

Berufsbild

User Interface Designer sind Experten für die gestalterische Umsetzung von benutzerfreundlichen digitalen Objekten und Systemen. Sie erstellen Screendesigns, die nicht nur optisch, sondern auch durch ihre Funktionalität begeistern. Sie entwickeln Layouts, Designs und grafische Elemente innovativer Bedienoberflächen für Touch-Interfaces und mobile Applikationen sowie Styleguides als Basis für die Umsetzung.

Nach Abschluss eines entsprechenden Studiums arbeiten User Interface Designer an den Schnittstellen zwischen Technologien, Wirtschaft, Wissenschaft, Kunst und Kultur. Sie sind sowohl als Mitarbeiter in firmeneigenen Designabteilungen als auch als freiberufliche Projektleiter gefragt.

Voraussetzungen

Zulassungsvoraussetzungen für ein Studium, das mit dem Titel Bachelor of Arts (B.A.) abgeschlossen wird, sind die Fachhochschulreife bzw. Abitur oder eine als gleichwertig anerkannte Vorbildung als Meister/Techniker. Erwartet wird auch der Nachweis einer studien-gangsbezogenen ästhetisch-gestalterischen Eignung.

Ausbildung

Im Studium lernen User Interface Designer, Form und Funktion zu verbinden. Interfacedesign weist viele Schnittstellen mit Produkt- und Kommunikationsdesign auf, weshalb eine interdisziplinäre Ausrichtung sinnvoll ist. Das Fach Interface Design ist meist in einen übergreifenden Hauptstudiengang integriert, wie Industrie- und Produktdesign oder Mediendesign. Auch ein Studium der Informatik oder Elektrotechnik kann sehr dienlich sein.

Studieninhalte sind unter anderem die Konzeption von Interaktions-Abläufen, die Entwicklung von Interaktionsmöglichkeiten, die Evaluation von Informationsräumen, die Konzeption von nutzergerechten Technologie-Szenarien, die Analyse und Abbildung von kognitiven Prozessen, Interaktions-Design, Media Design, IT-Technologie,

Kommunikations- und Designtheorie, Psychologie und Usability sowie Management.

5.3.19 Webmaster

Ein Webmaster befasst sich mit der Planung, Entwicklung, Wartung, Vermarktung und Administration von Websites/Webanwendungen im Internet oder auch im Intranet einer Organisation. Webmaster sind Website-Architekten, deren Kernaufgabe es ist, die Konstruktion einer Website in technischer, wirtschaftlicher, funktionaler und gestalterischer Hinsicht zu planen, zu koordinieren und zu überwachen, ähnlich wie ein Architekt die Planung und Koordination bei der Errichtung von Bauwerken wahrnimmt. Webmaster sind dabei oft die Generalisten in einem Team von Fachexperten (Web-Business-Experten, Online-Marketing- und E-Commerce-Spezialisten, Web- und User-Interface-Designer, Programmierer/Softwareentwickler, System- und Netzwerkadministratoren).

Berufsbild

Webmaster arbeiten als Freiberufler, Selbstständige oder als Angestellte in Internet-, Medien- oder Fullservice-Agenturen, bei Internet-Service-Providern, Systemhäusern oder der IT-Abteilung größerer Organisationen (Unternehmen, Verbände, Öffentlicher Dienst). Insbesondere kleinere, wenig komplexe Websites werden auch heute oftmals noch von einem Webmaster alleine oder in Zusammenarbeit mit dem einen oder anderen Spezialisten erstellt. Die Kernaufgaben eines Webmasters sind:

- Beratung in der Planungsphase eines Web-Projektes
- Auswahl und Koordination der verschiedenen am Projekt beteiligten Spezialisten
- Projektleitung

Webmaster können typischerweise in folgenden Rangstufen arbeiten:

- als Assistent (Berufsanfänger, „Junior Webmaster“)
- als „Senior Webmaster“ (mit Berufserfahrung)
- als Projekt- oder Teamleiter
- als Abteilungsleiter (IT-Abteilung, Web-Abteilung)
- als Geschäftsführer (selbstständig)

- als freiberuflicher Berater, Konzepter, Online-Marketeer, Webdesigner, Web-Programmierer oder System- und Netzwerk-administrator

Voraussetzungen

Webmaster sollten zumindest über Grundkenntnisse in folgenden Bereichen verfügen:

Fachgebiet Web Business Management:

- Marktanalyse, Website- und Wettbewerber-Analyse
- Online-Marketing, zum Beispiel Suchmaschinenoptimierung, E-Mail-Marketing, Affiliate Marketing
- Reichweiten- und Nutzungsmessung von Websites, E-Mail-Newslettern, Online-Shops etc.
- Überwachung der Einhaltung von Rechtsvorschriften

Fachgebiet Webdesign:

- Layout und Design mit Hilfe von HTML und CSS
- Grafik-, Screen- und Interface Design mit Hilfe von Grafik- und Bildbearbeitungssoftware
- Usability-Optimierung

Fachgebiet Web-Programmierung:

- Datenbankkonzeption und -erstellung
- Softwareentwicklung – Architektur, client- und serverseitige Programmierung, zum Beispiel mit JavaScript, XML, PHP, Perl, Python, Java, Ruby

Fachgebiet Administration:

- Installation, Konfiguration und Wartung von Internet-Kommunikationsservern auf Basis der gängigen Server-Betriebssysteme, zum Beispiel Unix/Linux, Windows, Mac OS X
- Konfiguration und Wartung der gängigen Internet-Dienste, zum Beispiel WWW, FTP, DNS, News, Mail
- Sicherstellung der Zuverlässigkeit, Sicherheit, Performance und hohen Verfügbarkeit von Internet-Diensten und Web-Anwendungen

Eine Spezialisierung in mindestens einem Bereich ist jedoch oft sinnvoll, da die Arbeitgeber im IT-Bereich oftmals Allrounder mit Spezialkenntnissen suchen.

Webmaster als Projekt-Koordinatoren arbeiten oft in einem Spannungsfeld zwischen Kunde und Website-Produktionsteam. Über das reine Fachwissen hinaus wird von einem Webmaster daher ein hohes Maß an Kommunikations- und Koordinationsfähigkeit, sozialer Kompetenz, Teamfähigkeit, Durchsetzungsvermögen, Kreativität und Belastbarkeit gefordert.

Kommunikative Fähigkeiten: Webmaster stellen das Bindeglied zwischen verschiedenen Spezialisten dar, die oftmals nicht effizient miteinander kommunizieren können, da sie verschiedene Fachsprachen benutzen und sich im Fachgebiet ihrer Teamkollegen nicht gut auskennen. Webmaster müssen daher mit allen am Projekt beteiligten Spezialisten über alle zur Verfügung stehenden Kanäle (persönliche Gespräche, Telefonate, E-Mails, Video-Konferenzen) kommunizieren können.

Soziale Kompetenz/Teamfähigkeit: Projekte entstehen unter Zeitdruck und bringen oftmals unerwartete Schwierigkeiten mit sich. Webmaster müssen aufkommende Probleme und Konflikte erkennen und erfolgreich managen können.

Durchsetzungsfähigkeit: Als Projektleiter müssen Webmaster oftmals Entscheidungen treffen und diese auch gegen Widerstände durchsetzen können.

Gute Auffassungsgabe: Webmaster müssen in der Lage sein, Fakten und komplexe Zusammenhänge, die in der Kommunikation mit den verschiedenen Spezialisten erörtert werden, schnell zu erfassen, zu bewerten und in den Kontext des Projektes einzuordnen.

Bereitschaft zu lebenslangem Lernen: Die Weiterentwicklung der Technologien im Bereich des Internets verläuft rasant. Webmaster müssen daher – wie andere Berufsgruppen im IT-Bereich auch – bereit sein, permanent dazuzulernen und sich weiterzubilden.

Abstraktes Denkvermögen: Viele technische und projektbezogene Zusammenhänge lassen sich nicht oder schlecht visualisieren, sondern müssen auf abstrakter Ebene erfasst und verstanden werden.

Kreativität: Die Planung und Erstellung von Websites ist ein künstlerisch-kreativer Prozess. Aber auch die Lösung technischer Probleme erfordert oft ein gutes Maß an Einfallsreichtum.

Organisationstalent wird in praktisch allen Projekten benötigt.

Belastbarkeit: Webmaster müssen oft unter Zeitdruck arbeiten, kriti-

sche Situationen (zum Beispiel Server-Crash) meistern und befinden sich oft in einem Spannungsfeld zwischen Projektmitarbeitern, Management und Kunden.

Ausbildung

Die Ausbildung zum Webmaster ist nicht staatlich geregelt, in Deutschland, Österreich und der Schweiz ist Webmaster auch keine gesetzlich geschützte Berufsbezeichnung. Die Ausbildung zum Beruf des Webmasters wird als Weiterbildung oder auch als Primärausbildung von privaten Bildungseinrichtungen oder den Bildungszentren der Industrie- und Handwerkskammern (IHK) angeboten, teils auch im Fernunterricht. Die Vollzeit-Ausbildungen dauern in der Regel zwischen sechs und zwölf Monate und haben je nach Anbieter teilweise auch einen betrieblichen Teil. Einige Hochschulen und Universitäten haben mittlerweile Studiengänge eingerichtet, die einige der Kompetenzen des Webmasters abdecken, zum Beispiel Studiengänge mit den Bezeichnungen „Digitale Medien“ oder „Medieninformatik“. Der europäische Webmasterverband Webmasters Europe e.V. bietet die Ausbildung gegenwärtig an zirka 20 Standorten in Deutschland, der Schweiz und Italien an. Der Abschluss lautet WE Certified Webmaster.

Als schulische Voraussetzungen werden die Hochschulreife, Fachhochschulreife oder Mittlere Reife empfohlen. Interessenten sollten über gute Englisch-Grundkenntnisse verfügen und einfache bis mittelschwere englische Texte aus dem technischen Umfeld verstehen können. Die künftigen Webmaster sollten das Internet als Anwender sehr gut kennen und die geläufigen Dienste nutzen. Außerdem sollten sie sich mit Standard-Anwendungen wie Tabellenkalkulations- und Textverarbeitungsprogrammen auskennen und mindestens ein Betriebssystem (Windows, Mac OS X, Linux) sicher beherrschen. Sonstige Voraussetzungen sind ein Verständnis für technische Abläufe und Zusammenhänge, überdurchschnittliches Abstraktionsvermögen und die Bereitschaft, sich permanent weiterzubilden.

Weiterführender Link:

European Webmasters Association: <http://de.webmasters-europe.org>

Fünf Tipps für angehende Spiele- entwickler

Von Christopher Kassulke,
Geschäftsführer und Gründer
von HandyGames GmbH
(www.handy-games.com),
Mitglied des Vergabe-
ausschusses der Games in
Bayern



➤ **1** Nicht jeder Zocker ist ein guter Spieleentwickler ...

Voraussetzung für einen guten Spieleentwickler ist zwar, viele Games gezockt zu haben, jedoch ist nicht automatisch jeder gute Zocker auch ein geborener Entwickler! Eine „Idee“ ist nicht viel wert, Ideen hat jeder. Diese so zu vermitteln, dass es jeder versteht und diese auch umzusetzen, ist der Schlüssel. Es gibt viele Berufe in der Spieleentwicklung - entscheide, was deine Rolle ist und was du werden willst. Generalisten sind zwar auch willkommen, aber es ist das Beste, sich zu spezialisieren, ob in der Programmierung, Graphik, Gamedesign, Leveldesign, Projektleitung, Sounddesign etc. Für jeden einzelnen Teil der Spieleentwicklung findest du gutes Infomaterial im Internet. Hier ein guter Einblick, was ein Gamedesigner macht:

<https://www.youtube.com/watch?v=zQvWMdWhFCc>

➤ **2** Fang klein an und Scheitern gehört mit dazu ...

Jeder möchte gerne als erstes das nächste *World of Warcraft* oder das nächste *Call of Duty* entwickeln. Jedoch ist ein solches Projekt zum Scheitern verurteilt. Fang mit einem kleinen Spiel an und taste dich Stück für Stück an größere und komplexere Themen heran. So kann aus einem einfachen *Pong* schnell ein solides

Breakout werden und irgendwann ein Spiel wie *Aces of the Luftwaffe* herauskommen.

Dabei wird man viel lernen und auch immer wieder scheitern. Ohne Scheitern wird man nicht weiter kommen, und durch Scheitern lernt man dazu für die größeren Projekte in der Zukunft. Viele der Spiele aus der Vergangenheit hätte man rückblickend anders umgesetzt – daran merkt man, dass man viel gelernt hat als Spieleentwickler.

➤ **3** Das richtige Team und der „eigene Weg“

Ein Spiel entwickelt man normalerweise nicht alleine, man braucht ein passendes Team. Ich kenne kaum jemand, der alles kann. Also muss man sich mit Gleichgesinnten zusammen tun. Teamfähigkeit ist in diesem Beruf ein Muss. Steve Jobs hat es in Stanford schön zusammengefasst, auch wenn er nicht explizit Spieleentwickler gemeint hat:

“Your time is limited, so don’t waste it living someone else’s life. Don’t let the noise of others’ opinions drown out your own inner voice. And most important, have the courage to follow your heart and intuition... Stay hungry. Stay foolish.” – Steve Jobs, Stanford University, 2005

Du wirst auch auf deinem Weg als erfolgreicher Spieleentwickler mehrfach mit Leuten zu tun haben, die sagen: „Das geht so nicht!“ oder „Haben wir noch nie so gemacht!“. Vertrau auf deine Erfahrung und dein Herz und geh vielleicht deinen eigenen Weg, den vorher noch keiner gegangen ist. Der Weg wird steinig sein, aber du wirst merken, Spiele zu entwickeln, ist eine der besten Erfahrungen in deinem Leben.

➤ **4** Das eigene Netzwerk und Fortbildungen

In der Spielebranche ist es wichtig, sich ein eigenes Netzwerk aufzubauen. Die Szene ist sehr offen und nimmt neue Entwickler gerne auf. Natürlich kann man sich bestens auf Messen, Workshops, Events und Foren austauschen und Gleichgesinnte treffen. Man muss sich aber auch selbst mit einbringen und sein Wissen

vermitteln. Man lernt nie aus, und die Branche ändert sich ständig. Themen von morgen könnten in Kürze den Markt dominieren und überrollen. Wer nicht mit der Zeit geht, geht mit der Zeit.

➤ **5 Kommunikation!**

Ein Team besteht aus Talenten und Persönlichkeiten mit unterschiedlichen Charakteren. Um ein gutes Spiel zu produzieren, muss man sehr viel kommunizieren, intern wie extern. Ein Spiel muss „gepitch“ werden, egal ob zu neuen Teammitgliedern, dem Vorgesetzten, der Presse, einem Publisher, dem Partner, möglichen Investoren und am allerwichtigsten dem Spieler – deinem Kunden. Kommunikation ist fast überall das Wichtigste in der Spieleentwicklung. Sei dabei kritikfähig und immer zielorientiert!

5.4. Medientechnik

Medien entwickeln und konzipieren, konstruieren, programmieren und produzieren – das sind die Aufgaben in medientechnischen Berufen. Wer hier arbeitet, steht an der Kamera oder im Tonstudio, baut IT-Netzwerke, Online-Anwendungen oder digitale Animationen.

Im Zeitalter des Medienwandels und der Medienkonvergenz kommt Medientechnikern mit Hochschulabschluss immer mehr Bedeutung beim Entwickeln von Medien zu. Ihre Aufgabe ist auch konzeptionelles, kreatives Denken in technischen Möglichkeiten.

► siehe auch **Games und IT** sowie **Internet**

5.4.1 Beleuchter

Beleuchter und Dramaturg sorgen für die drehbuchgerechte Umsetzung eines Musicals, Films oder Theaterstücks. In Zusammenarbeit mit Schauspielern, Maskenbildnern, Bühnenbildnern, Tontechnikern und vielen anderen stellen sie das Stück „auf die Beine“, dann muss es noch ins rechte Licht gesetzt werden. Dass eine Darbietung von der ersten bis zu letzten Minute optimal ausgeleuchtet ist, dafür sorgt der Beleuchter (auch Lichttechniker genannt).

Berufsbild

Tätigkeitsfelder für Beleuchter sind Theater, Opern- und Schauspielhäuser, Rock- oder Popkonzerte, Film- und Fernsehproduktionsgesellschaften, Konzert- und Kongressveranstalter und Agenturen für Sportveranstaltungen.

Beleuchter bedienen und warten lichttechnische Einrichtungen, sind für die Montage, Einrichtung und Bedienung von lichttechnischen Anlagen zuständig. Sie bringen Farbfilter an, die weißes Licht zum Beispiel in eine blaue Nachtstimmung verwandeln. Durch das Zusammenspiel mehrerer Scheinwerfer und Farbfilter entstehen unterschiedliche Helligkeiten, so genannte Lichtstimmungen. Bei einer Filmproduktion spielen diese besonders für den Kameramann eine wichtige Rolle.

Auch auf kleinen Bühnen muss das Licht exakt ausgerichtet sein, um Redner, Musiker oder Sänger im Rampenlicht gut aussehen zu lassen und um dafür zu sorgen, dass der Souffleur ausreichend Licht zum Mitlesen hat. Dazu dienen sowohl feste als auch bewegliche Lichter

oder Spots. Auch die ausreichende Absicherung des Stromnetzes gehört zu den Aufgaben eines Beleuchters, um das Schlimmste zu verhindern, was bei einer Veranstaltung passieren kann, nämlich dass „die Lichter ausgehen“.

Die moderne Bühne ist voller Stahlträger und Halterungen. Tonnen von Kabeln verbinden die einzelnen Lampen mit ihrer Stromversorgung. Die Tarnung der Beleuchtung und deren Verankerungen ist für den Gesamteindruck der Bühne ein wichtiger Aspekt. Kabel hängen entweder von der Decke herab oder werden unter dem Boden hindurchgeführt. Auf keinen Fall darf ein Kabelstrang zur Stolperfalle werden. Der Beleuchter muss stets den Überblick über die schier unendlichen Lampen und die Massen an Verkabelung behalten. Diese werden elektronisch gespeichert und bei der Show exakt abgerufen.

Voraussetzungen

Um diese Tätigkeit ausüben zu können, wird üblicherweise eine Aus- bzw. Weiterbildung im Bereich Fachkraft für Veranstaltungstechnik gefordert. Außerdem ist das jeweilige amtliche Befähigungszeugnis erforderlich. Der Lichttechniker muss körperlich fit sein, darf nicht an Höhenangst leiden, und er muss sehr flexibel sein, um an verschiedenen wechselnden Orten zu arbeiten.

Folgende Kenntnisse sind erforderlich:

- die visuelle Wirkung von Licht als dramaturgisches Gestaltungsmittel
- Sensitometrie und Optik
- Wirkungsweise und Handhabung der verschiedenen Beleuchtungsgeräte, Leuchtmittel und lichtverändernden Materialien
- lastgerechte Stromversorgung der Beleuchtungsgeräte und deren sichere Aufstellung, Befestigung und Wartung
- Umgang mit und die Bedienung von Generatoren

➤ siehe auch **Fachkraft für Veranstaltungstechnik** (Seite 145)

5.4.2 Beleuchtungsmeister

Erst grelle Blitze, dann schlagartig tiefschwarze Nacht, die wenig später einer strahlend-hellen Tageslichtbeleuchtung auf der Bühne weicht. Solche Lichtkompositionen sind das Werk des Beleuchtungsmeisters. Er entwirft Lichtkonzepte für die Bühne, Veranstaltungen oder Messen

und leitet deren beleuchtungstechnische Umsetzung. Als Meister seines Fachs überprüft und bedient er die Anlagen und Geräte, den Aufbau übernehmen die Beleuchter oder Bühnenhandwerker.

Berufsbild

Um die Bühnenbeleuchtung mit Lichteffekten genau auf die Inszenierung abzustimmen, arbeitet der Beleuchtungsmeister mit dem Bühnenbildner, dem Regisseur und dem Technischen Direktor zusammen. Gemeinsam besprechen sie, wann die Bühne in dunkle Farbtöne, wann in impulsiv wirkendes Rotlicht oder in zarte Pastelltöne getaucht werden soll, um das Geschehen auf der Bühne in seiner visuellen Intensität zu unterstreichen. Anschließend entwirft der Beleuchtungsmeister erste Lichtkonzepte und stimmt diese mit dem Regisseur und dem Bühnenbildner ab. Ist ein Beleuchtungskonzept erarbeitet, dokumentiert er dieses und programmiert anschließend das Lichtmischpult. Technisches Wissen ist gefragt, wenn er die Scheinwerfer genau so einstellen soll, dass sie den Schauspielern bedrohlich wirkende Fratzen ins Gesicht zeichnen.

Während der Vorstellungen überwacht er vom Stellwerk (Technikraum im Theater) aus den reibungslosen Ablauf der Lichtinszenierung. Gerade bei modernen Theaterinszenierungen mit schlichten und nüchternen Bühnenbildern gewinnt die Lichtinszenierung zunehmend an Bedeutung und dient als künstlerisches Gestaltungsmoment. Neben der künstlerisch-praktischen Umsetzung ist der Beleuchtungsmeister auch für die technische, finanzielle und personelle Realisierung der Konzepte verantwortlich. Er weist Mitarbeiter ein, erstellt deren Dienstpläne, kümmert sich um Abrechnungen und koordiniert die Wartung, Instandhaltung, Reinigung und Erneuerung der beleuchtungstechnischen Geräte. Da sich die lichttechnischen Möglichkeiten stetig weiterentwickeln, arbeiten zunehmend auch Lichtgestalter oder Lichtdesigner mit Beleuchtungsmeistern zusammen. Sie kommen meist eher aus der künstlerisch-gestalterischen Richtung statt aus der technischen.

Voraussetzungen

Ein angehender Beleuchtungsmeister sollte sich mit mechanischen und elektronischen Abläufen auskennen und sowohl Erfahrung als

auch Fertigkeiten in diesen Bereichen mitbringen. Er sollte gut organisieren können und zuverlässig, engagiert und selbstständig arbeiten. Auch eine hohe Einsatzbereitschaft und Teamfähigkeit werden von Beleuchtungsmeistern erwartet – während der Probenzeit ebenso wie bei den Vorstellungen. Nicht zuletzt sollte er auch ein ausgeprägtes Verständnis und einen Zugang zu künstlerischen Prozessen und Abläufen haben.

Ausbildung

Beleuchtungsmeister haben in der Regel eine Meisterprüfung im Fachbereich Veranstaltungstechnik abgelegt, mit einer Spezialisierung auf den Bereich Beleuchtung. Der Weg zu dieser Meisterprüfung kann sehr unterschiedlich aussehen. Zum einen können ausgebildete Beleuchter oder Facharbeiter mit einem Abschluss in einem Bau-, Maschinenbau- oder Elektroberuf eine staatlich anerkannte Fortbildung zum Veranstaltungstechniker absolvieren. Dazu müssen sie mindestens 25 Jahre alt sein und etwa zwei Jahre Berufserfahrung vorweisen.

Derartige Weiterbildungen dauern in etwa zwölf bis 14 Monate. Darin lernen die angehenden Beleuchtungsmeister etwa Sicherheitsbestimmungen, Arbeits- und Gewerberecht, Organisation, Mathematik und Lichtdesign. Auch technische und künstlerische Fragen werden behandelt. Weitere Wege können über ein Studium der Theater- und Veranstaltungstechnik oder der Veranstaltungstechnik und Management führen. Diese Studiengänge dauern in der Regel etwa vier Jahre und umfassen unter anderem die Bereiche Mathematik, Elektrotechnik, Hydraulik, Betriebswirtschaftslehre, Arbeits- und Baurecht, Theater- und Bautechnik, Personalführung und Dramaturgie.

Beleuchtungsmeister arbeiten meist in Theatern, Konzert- oder Opernhäusern, bei Musicalaufführungen oder im Filmgewerbe. Sie können aber auch für Betriebe in der Medien- und Konferenztechnik arbeiten oder in gewerblichen Kultur- und Kongresszentren. Auch Ausstellungs- und Messegesellschaften sind denkbare Arbeitgeber. Mit weiterer Berufserfahrung am Theater können Beleuchtungsmeister zum Technischen Direktor aufsteigen. In der Beleuchtungsabteilung eines Theaters arbeiten je nach Größe mehrere Meister und Beleuchter.

5.4.3 Betriebstechniker

Der Betriebstechniker behält den Überblick und weiß, wann die haustechnischen Anlagen am Theater überholt, repariert oder ausgetauscht werden müssen. Dazu kennt er sich sowohl mit den kommunikationstechnischen Geräten als auch mit der Lüftungstechnik aus.

Berufsbild

Der Betriebstechniker wartet die elektronisch-haustechnischen Anlagen eines Theaterbetriebes und betreut das gesamte Betriebsgebäude. Er kümmert sich vom Service über die Instandhaltung bis hin zur Qualitätssicherung um alle erforderlichen Anlagen. Dazu zählen beispielsweise Kommunikations- und Beleuchtungstechnik, Brandmeldeanlage, Notruf, Notstromanlage oder auch die Lüftungs- und Heizungsanlage. Aufgrund seines Aufgabenbereichs steht er besonders mit dem technischen Personal des Theaterbetriebs in Kontakt, wie etwa dem Bühnenmeister, Tontechniker, Beleuchter, Bühnenhandwerker oder auch dem Technischen Assistenten oder dem Technischen Direktor.

Steht eine Anlage still oder zeigt Fehlermeldungen auf, ist er es, der gerufen wird, um sie zu reparieren. Müssen beispielsweise Ersatzteile bestellt werden, nimmt er dies in die Hand. Um bei den unterschiedlichen Anlagen den Überblick über Zustand und Wartungsstand zu behalten, führt der Betriebstechniker so genannte Wartungs- und Störungsbücher. Fällt eine Anlage aus, kann er hier sofort nachsehen, wann sie zum letzten Mal gewartet oder repariert wurde. Auch anstehende technische Überprüfungen oder Unterhaltsarbeiten übernimmt oder organisiert er. Wenn dafür externe Firmen beauftragt werden müssen, liegt dies in seiner Vollmacht – vorausgesetzt es sind nicht allzu große Summen im Spiel.

Neben diesen technischen Aufgaben plant und koordiniert er Hauswarts- und Reinigungsarbeiten. Unter Umständen teilt er auch den Bereitschaftsdienst ein und ist mitverantwortlich für die Hausverwaltung. Mit all diesen Aufgaben unterstützt er den Spielbetrieb auf der Bühne und der Probebühne.

Voraussetzungen

Technisch-handwerkliches Geschick ist die Grundvoraussetzung für die Aufgaben des Betriebstechnikers. Hinzu kommt eine selbststän-

dige Arbeitsweise und flexibles Einarbeiten in neue Aufgaben. Darüber hinaus stehen eigenverantwortliches Handeln und Selbstorganisation auf seinem Tagesprogramm. Wie die meisten Berufe im Theaterbetrieb muss auch er sich auf teils unregelmäßige Arbeitszeiten einstellen und beispielsweise Wochenenddienste übernehmen. Des Weiteren sind gefragt: Team- und Kommunikationsfähigkeit und die Bereitschaft, sich in einen künstlerischen Betrieb einzufinden.

Ausbildung

In den meisten Fällen wird von einem Betriebstechniker eine abgeschlossene Berufsausbildung in einem handwerklich-technischen Beruf erwartet, etwa als Elektromechaniker, Elektrotechniker, Elektroniker, Monteur oder Installateur. Darüber hinaus werden Kenntnisse computergesteuerter Anlagen, Kran- und Fördertechnik, Hydraulik und Pneumatik vorausgesetzt. Auch Weiterbildungen werden in diesem Bereich angeboten, etwa zum Elektroniker – Betriebstechnik. Im künstlerischen Arbeitsfeld können Betriebstechniker in Theatern, Schauspielhäusern, Opernhäusern, bei Musicalbühnen oder Festspielen arbeiten. Aber auch bei großen Firmen werden Betriebstechniker gebraucht.

5.4.4 Digital Imaging Engineer

Der Digital Imaging Engineer/Digital Imaging Technician arbeitet beim Film und kümmert sich um die Sicherheit der Daten beim Dreh und sorgt auch für eine gute Qualität der Bilder. Erst durch die zunehmende Digitalisierung der Kinowelt ist der Beruf des Digital Imaging Technician (kurz: DIT) aufgekommen. Er arbeitet als eigenständiger, spezialisierter Techniker und berät die Kamera-Crew. Er arbeitet direkt dem Kameramann zu beziehungsweise unterstützt ihn in technischen Abstimmungsprozessen mit der elektronischen Kamera.

Berufsbild

Bereits bei den Vorbereitungen für einen Dreh ist er eingebunden. Gemeinsam mit der Kameraassistenten wählt er die Geräte aus. Hierzu nimmt er vorbereitende technische Tests vor und stimmt gegebenenfalls die Technik der ausgewählten Geräte aufeinander ab (Kalibrierung). Auch beim Auf- und Umbau der Technik am Set ist er beteiligt.

Eine weitere wichtige Aufgabe des Digital Image Technicians ist es, den Workflow zu planen und ihn mit der Postproduktion abzustimmen. Beim Dreh unterstützt er den Kameramann dabei, die gewünschte Bildcharakteristik zu erzeugen, sichtet das Bildmaterial nach dem Dreh und nimmt gegebenenfalls bereits erste technische Qualitätskontrollen vor, bevor die Postproduktion einsetzt und der Cutter und der Colorist ihre Arbeit aufnehmen. Originaldaten sichert er direkt nach dem Dreh und baut dafür eine eigene erste Infrastruktur auf. Er erstellt Muster der Farbkorrektur und überprüft die Schärfe des aufgezeichneten Materials. Nach dem Dreh unterstützt er gegebenenfalls die Postproduktion bei verschiedenen Arbeiten. Sollten Geräte und Kameras ausgeliehen worden sein, kümmert er sich darum, diese beispielsweise an den Kameraverleiher zurückzugeben. Auch mit den Tontechnikern, Tonmeistern und den Toningenieuren arbeitet er zusammen.

Voraussetzungen

Technikaffinität ist wohl die wichtigste Voraussetzung, die ein DIT mitbringen sollte. Darüber hinaus muss er sich sowohl mit Computern als auch mit Kameras und unterschiedlichen Speichermedien auskennen. Mit den Abläufen bei Film- und Fernsehproduktionen sollte er vertraut sein; bestenfalls auch mit den unterschiedlichen Produktions- bzw. Postproduktionstechniken. Wichtiges Grundlagenwissen ist es für den DIT, sich mit der Farbenlehre und unterschiedlichen Lichttechniken auszukennen. Also: Wo werden Lichter gesetzt oder wo können Filter eingesetzt werden. Auch sollte er über fundierte Kenntnisse der Video- bzw. Digitaltechnik verfügen und sich mit Messtechnik auskennen.

Ausbildung

Eine geregelte und anerkannte berufliche Ausbildung beziehungsweise ein Studium zum Digital Image Technician gibt es in Deutschland nicht. Allerdings kann eine technische Ausbildung oder die zum Mediengestalter Bild und Ton ein guter Einstieg sein oder ein Studium, beispielsweise Medientechnik, Medieninformatik oder Elektrotechnik. Auch ein Praktikum, etwa bei einem Kameraverleiher, kann hilfreich sein, um erste Erfahrungen zu sammeln.

Der DIT arbeitet meist bei Kinoproduktionen, hochwertigen Werbefilmen und aufwändig produzierten Filmproduktionen mit. Im Prinzip überall dort, wo ein größeres Budget zur Verfügung steht. Bei kleineren Produktionen werden die Aufgaben des DIT meist von anderen übernommen, etwa Technikern, Kameraassistenten oder Kameramännern. Im MedienWiki gibt es dazu unter www.medienwiki.org ein Video über den Berufsalltag.

5.4.5 Fachkraft für Veranstaltungstechnik

Während die Zuschauer ein Konzert oder eine Show voll und ganz genießen, beginnt für die Fachkraft für Veranstaltungstechnik die entscheidende Phase des Events. Jetzt muss alles stimmen: Licht, Ton und Kulisse sowie eine perfekte Organisation und ein störungsfreier Ablauf.

Berufsbild

Fachkräfte für Veranstaltungstechnik planen und organisieren Events, Konzerte, Shows, Messen und Ausstellungen. Sie wählen das Veranstaltungsgelände aus, holen Genehmigungen ein und kümmern sich um die Sicherheitsvorschriften und deren Einhaltung. Sie planen den Personalbedarf, engagieren Fachfirmen und organisieren Einrichtung, Deko und Technik. Die Durchführung einzelner Marketingmaßnahmen fällt ebenso in den Aufgabenbereich der Fachkräfte für Veranstaltungstechnik wie die Mitarbeit beim Aufbau und der Montage von Bühnen, Ausstattung, Licht und Ton.

Wenn es darauf ankommt, arrangieren Veranstaltungstechniker auch das Catering samt Bedienpersonal und Hilfskräften, die für die Bewirtung der Gäste bei einem Event gebraucht werden. Kurzum: Sie sind Allrounder und Ansprechpartner Nummer eins bei Veranstaltungen. Ihre Arbeitgeber sind Messe- oder Kongressveranstalter, Event- bzw. Veranstaltungsagenturen, kulturelle kommunale Einrichtungen wie etwa Theater, Oper oder Schauspielhaus, Filmstudios und Konzertveranstalter.

Voraussetzungen

Für den Einstieg in die bunte Welt der Veranstaltungstechnik wird ein guter Hauptschulabschluss vorausgesetzt. Bessere Chancen auf

einen der begehrten Ausbildungsplätze hat, wer Mittlere Reife oder sogar Abitur mitbringt. Das Mindestalter bei Ausbildungsantritt beträgt 14 Jahre. Zu Beginn der Ausbildung bereits 17 Jahre alt zu sein, ist jedoch von Vorteil, da im zweiten Ausbildungsjahr auch abends und nachts gearbeitet wird und Überstunden anfallen können. Neben der Bereitschaft zu Wochenend- und Feiertagsarbeit, flexiblen Arbeits- bzw. Einsatzzeiten und wechselnden Arbeitsorten sind in diesem Beruf vor allem technisches Verständnis und handwerkliches Geschick sowie Teamfähigkeit, Verantwortungsbewusstsein, Zuverlässigkeit, Kreativität und Spaß an organisatorischen Aufgaben gefragt. Hinzu kommen gute Sprachkenntnisse, auch in Englisch, da bei vielen Veranstaltungen eine Zusammenarbeit mit internationalen Kollegen erforderlich ist.

Ausbildung

Im Ausbildungsberuf der Fachkraft für Veranstaltungstechnik sind die Berufsbilder des Bühnentechnikers, des Tontechnikers und des Beleuchters zusammengefasst. Die Ausbildung dauert drei Jahre, die Wahl des Betriebes ist für die Richtung entscheidend. Ein Ausbildungsrahmenplan der Handelskammer legt die Ausbildungsinhalte genau fest. Dabei liegt der Fokus mehr auf der technischen Umsetzung eines Events denn auf der Planung und Konzeptionierung. Die Ausbildung wird im ersten Ausbildungsjahr mit 531 Euro, im zweiten mit 619 Euro und im dritten mit 707 Euro vergütet. Nach der Ausbildung arbeitet der Veranstaltungstechniker meist als Freiberufler für einzelne Projekte, da nur wenige feste Stellen vorhanden sind. Weiterbildungen zum Veranstaltungsmeister, Veranstaltungs-Operator, Assistenten für Veranstaltungstechnik, Sachkundigen für Veranstaltungsrigging oder zum Projektleiter Messebau und Marketing-Event sind möglich.

Weiterführender Link:

Übersicht über Jobbörsen: www.medienwiki.org

Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern:
www.muenchen.ihk.de

5.4.6 Industriebuchbinder

Ein Industriebuchbinder arbeitet im Verlags- und Druckwesen und ist dafür verantwortlich, Bücher zu schneiden, zu falzen oder zusammenzukleben – alles natürlich mit Hilfe von speziellen Maschinen. Auch für die Qualitätskontrolle und das Maschinenwarten ist er zuständig.

Berufsbild

Industriebuchbinder sind mit der materiellen Serienherstellung von Büchern und sonstigen Drucksachen beschäftigt. Mit speziellen Maschinen und Automaten falzen sie die Druckbogen, die sie anschließend schneiden, heften und kleben. Während des Herstellungsprozesses bedienen, steuern und überwachen sie die Maschinen, die sie auch pflegen und warten. Industriebuchbinder berechnen zudem die für die Produktion nötigen Werk- und Hilfsstoffe und wählen das Material aus. Auch die Qualitätskontrolle, der Versand und die Lagerung der Ware gehört zu ihren Aufgaben.

In handwerklichen oder industriellen Betrieben werden Industriebuchbinder eingesetzt, zum Beispiel in Druckereien zur Herstellung von Büchern, Broschüren und Prospekten. Häufig geschieht dies in Schichtarbeit.

Tätigkeiten sind das Einrichten der Maschinen und die Durchführung der verschiedenen buchbinderischen Tätigkeiten wie Schneiden, Falzen, Heften und Stanzen, Prüfung und Beurteilung der angelieferten Waren auf ihre Verarbeitungsfähigkeit sowie die Festlegung der Verfahrenswege und des Materialflusses.

Voraussetzungen

Neben Interesse an Mechanik, Elektrotechnik, Physik und Chemie sollten die Bewerber mindestens den qualifizierenden Hauptschulabschluss besitzen. Industriebuchbinder benötigen zudem technisches Verständnis und räumliches Vorstellungsvermögen. Verantwortungsbewusstsein, Kommunikationsfähigkeit, Teamfähigkeit und Flexibilität runden das Profil ab. Industriebuchbinder arbeiten viel im Stehen, deshalb sollten sie belastbar sein.

Ausbildung

Beim Industriebuchbinder handelt es sich um einen Ausbildungsberuf. Dieser kann beispielsweise bei der Würzburger Medienakademie erlernt werden. Ausbildungsbeginn ist in der Regel jeweils am 1. September.

Weiterführende Links:

Berufsporträt auf n-tv.de: www.n-tv.de/ratgeber/jobkarriere/wiewerdeich/

Buchbinder-article942679.html

Würzburger Medienakademie: www.wuema.de

5.4.7 IP-Manager

Ein IP-Manager (IP kommt aus dem Englischen und steht für Intellectual Property) kümmert sich um das geistige Eigentum eines Unternehmens. Darunter fallen zum Beispiel Marken, Patente und Know-how. In der Regel handelt es sich hierbei um einen Juristen mit Hochschulabschluss.

Das „Gabler Wirtschaftslexikon“ sieht im geistigen Eigentum den Treiber von Wachstum und globaler Konkurrenzfähigkeit einer Volkswirtschaft: „Im einzelnen Unternehmen bilden die Werte, die z.B. in Marken oder Patenten liegen, zunehmend einen wesentlichen Teil des Unternehmensvermögens.“ Damit könne die richtige Handhabung und Nutzung von IP entscheidend dazu beitragen, die Position eines Unternehmens im Wettbewerb bedeutend zu verbessern und seinen Wert fühlbar zu steigern. „IP-Management ist zu einem zentralen Faktor des Unternehmenserfolgs geworden.“

5.4.8 Kameraassistent

➤ siehe **Film und Fernsehen: Kameraassistent** (Seite 38)

5.4.9 Kameramann

➤ siehe **Film und Fernsehen: Kameramann** (Seite 40)

5.4.10 Lichtdesigner

Durch indirekte Beleuchtung taucht er die Bühne in diffuse Lichtstimmungen, mit dem Fußrampenlicht vorne an der Bühne übersteigert er die Gesichter der Schauspieler ins Surreale und mit schnell

aufflackernden Lichtern kann er für Spannung sorgen. Egal ob auf einer Theaterbühne oder einem großen Event, der Lichtdesigner rückt alles ins rechte Licht.

Berufsbild

Mit unzähligen Scheinwerfern, Farbfolien, Effektscheinwerfern oder auch Moving-Lights kreiert der Lichtdesigner komplette Licht- und Beleuchtungskonzepte. Damit kann er bei Bühnenaufführungen die künstlerischen Vorstellungen des Regisseurs oder des Choreographen unterstreichen. Er kann die Architektur eines Gebäudes in pompösem Licht erstrahlen lassen, Innenräume harmonisch ausleuchten oder bei Großveranstaltungen für den richtigen Glamour sorgen. Je nachdem, wo ein Lichtdesigner arbeitet, stehen ihm unterschiedliche Gestaltungsmöglichkeiten offen. Gleich bleibt jedoch bei all seinen Konzepten, dass er Licht nicht nur als funktionales, sondern als künstlerisches Mittel einsetzt, um Räume zu gestalten. Er schafft Stimmungen und Emotionen und lenkt damit stets die Aufmerksamkeit des Publikums. Seine Arbeit spielt sich meist vor der Premiere eines Theaterstücks oder einem Eventabend ab. Wenn alle Vorbereitungen auf Hochtouren laufen, überlegt und entwirft er das passende Lichtkonzept für eine Veranstaltung oder Vorstellung.

Während der Veranstaltung selbst überlässt er die technische Umsetzung seines Konzepts meist den Beleuchtern oder Beleuchtungsmeistern. Der Lichtdesigner ist demnach für die konzeptionelle und künstlerische Arbeit zuständig. Der Beleuchter und der Beleuchtungsmeister hingegen sind für die handwerkliche und technische Umsetzung verantwortlich. Da die meisten Scheinwerfer heutzutage automatisch gesteuert werden, reicht während der Veranstaltung meist nur noch ein kleiner Knopfdruck, um eine voreingestellte Lichteinstellung auf der Bühne erstrahlen zu lassen.

Voraussetzungen

Wer Lichtgestaltung zu seinem Beruf machen will, der sollte ein künstlerisches Gespür für Farben, Formen und Design besitzen. Dazu zählt es auch, kreativ, fantasievoll und einfallsreich zu sein. Des Weiteren ist ein gutes technisches Verständnis eine wichtige Voraussetzung für diesen Beruf.

Ausbildung

Sowohl ein Studium als auch berufsbegleitende Weiterbildungen können zum Lichtdesigner ausbilden. Bachelor- und Masterabschlüsse werden an mehreren Hochschulen, Akademien und Universitäten angeboten. Studiengänge tragen beispielsweise Namen wie Lichtgestaltung oder Lightdesign. Vermittelt werden in diesen Studiengängen unter anderem Grundlagen des Lichts und der Lichtplanung, Unterschiede und Möglichkeiten von Tageslicht und Kunstlicht, Farbdesign und technische Grundlagen. Darüber hinaus stehen bei manchen Studiengängen auch betriebswirtschaftliche Grundlagen und strategisches Projektmanagement auf dem Lehrplan. Dies ist besonders für die Arbeit im Eventbereich gedacht.

Lichtdesigner sind meist an Theatern, Opernhäusern, in Architektur- oder Innenarchitekturbüros tätig. Aber auch bei Eventagenturen oder im Messebau ist eine Anstellung denkbar.

► siehe auch **Beleuchter, Beleuchtungsmeister** (Seiten 140, 141)

5.4.11 Mediengestalter Bild und Ton

Mediengestalter nehmen Bilder und Töne auf, bearbeiten diese Aufzeichnungen und können bei Live-Übertragungen Bild und Ton mischen. Sie planen und führen Medienproduktionen durch und arbeiten mit Beleuchtung, Schnitt und Kameras. Zum Teil können sie die Aufgaben selbstständig durchführen und gestalten. Teilweise sind sie auch von Vorgaben von Regisseuren, Kameraleuten oder Redakteuren abhängig.

Berufsbild

Mediengestalter Bild und Ton können in Film- oder Tonstudios, bei Rundfunkveranstaltern oder in Werbeagenturen tätig sein. Darüber hinaus kommen Korrespondenz- und Nachrichtenbüros als Arbeitgeber in Frage. Firmen der Multimediaetechnik, die Ton-, Bild- und Datenträger vervielfältigen, eröffnen weitere Möglichkeiten.

Je nach Ausbildungsbetrieb haben sie unterschiedliche Qualifikationen und Tätigkeitsfelder. Bei einem Radiosender arbeiten Mediengestalter vor allem mit Ton. Bei einer Fernsehanstalt oder einer Fernsehproduktionsfirma bearbeiten sie Bild und Ton. Ihr Arbeitsge-

biet umfasst die Planung, Produktion und Gestaltung von Bild- und Tonmedien. Sie recherchieren Informationen und bereiten Arbeitsabläufe und -techniken vor. Auch Aufwand sowie Kosten ermitteln sie und stimmen Termine ab. Sie wählen Aufnahmegeräte, Übertragungs- und Kommunikationseinrichtungen aus, nehmen sie in Betrieb und bedienen sie. Darüber hinaus stellen sie die nötige Software bereit und konfigurieren sie. Die medialen Aufzeichnungen sichten bzw. prüfen sie und bearbeiten sie nach dem redaktionellen Konzept. Auch gestalterische, produktionstechnische und medienspezifische Aspekte beziehen sie dabei mit ein.

Voraussetzungen

Technisches Verständnis, optisches Vorstellungsvermögen und gestalterisches Talent sollten die Bewerber haben. Mediengestalter benötigen ein gutes Hör- und Sehvermögen. Die Schulen legen eigene Zugangskriterien fest. Teilweise wird die Hochschulreife vorausgesetzt.

Ausbildung

Die duale Berufsausbildung dauert drei Jahre. Je nach Ausbildungsbetrieb liegt der Schwerpunkt entweder bei Ton und/oder Bild. Am Ende der Ausbildung gibt es eine Prüfung der IHK. Weitere Informationen zu den dualen Berufsausbildungen gibt es auch im „Medien Magazin“ des MedienCampus Bayern, das unter info@mediencampus.de kostenfrei angefordert werden kann.

Weiterführender Link:

Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern:
www.muenchen.ihk.de

5.4.12 Mediengestalter Digital und Print

Mediengestalter Digital und Print arbeiten mit digitalen und gedruckten Medien. Sie planen die Produktionsabläufe, bereiten Medienelemente auf und fügen Texte, Bilder, Grafiken, Animationen und Audiodateien zu einem Medienprodukt zusammen. Hierzu müssen sie die entsprechenden Programme wie Photoshop, Illustrator, Flash und Dreamweaver beherrschen.

Berufsbild

Mediengestalter Digital und Print arbeiten in Medienagenturen, Werbeagenturen oder Werbeabteilungen von Unternehmen, in Verlagen, Druckereien oder bei Film- und Fernsehanstalten.

Je nach Ausbildungsbetrieb sind die Aufgabenschwerpunkte unterschiedlich: Beratung und Planung, Konzeption und Visualisierung, Gestaltung und Technik. In der Beratung und Planung konzipieren sie Projekte für Medienprodukte, betreuen und beraten Kunden, erstellen Angebote sowie präsentieren ihre Projekte. In der Konzeption und Visualisierung analysieren sie Kundenaufträge, recherchieren Umfeldbedingungen und Zielgruppen, präsentieren Ideen und Entwürfe und setzen mediengerechte Kontrollverfahren zur Qualitätssicherung ein. In der Fachrichtung Gestaltung und Technik planen sie Produktionsabläufe, kombinieren Medienelemente und stellen sie für unterschiedliche Medien bereit und stimmen Arbeitsergebnisse mit den Kunden ab.

Voraussetzungen

Technisches Verständnis, optisches Vorstellungsvermögen und gestalterisches Talent sollten die Bewerber haben. Mediengestalter Digital und Print sollten Erfahrung in der Anwendung von Grafikprogrammen haben und Interesse an Film und Foto. Die Schulen legen eigene Zugangskriterien fest. Teilweise wird ein mittlerer Bildungsabschluss vorausgesetzt.

Ausbildung

Die duale Berufsausbildung dauert drei Jahre. Je nach Ausbildungsbetrieb liegt der Schwerpunkt entweder bei Beratung und Planung, Konzeption und Visualisierung oder Gestaltung und Technik. Weitere Informationen zu den dualen Berufsausbildungen gibt es auch im „Medien Magazin“ des MedienCampus Bayern, das unter info@mediencampus.de kostenfrei angefordert werden kann.

Weiterführender Link:

Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern:
www.muenchen.ihk.de

5.4.13 Medientechnologe Druckverarbeitung

Medientechnologen der Druckverarbeitung stellen aus gedruckten Produkten fertige Zeitschriften, Zeitungen oder andere Printmedien her.

Berufsbild

Medientechnologen Druckverarbeitung sind mit der materiellen Serienherstellung von Büchern und sonstigen Drucksachen beschäftigt. Mit speziellen Maschinen und Automaten falzen sie die Druckbogen, die sie anschließend schneiden, heften und kleben. Während des Herstellungsprozesses bedienen, steuern und überwachen sie die Maschinen, die sie auch pflegen und warten. Industriebuchbinder berechnen zudem die für die Produktion nötigen Werk- und Hilfsstoffe und wählen das Material aus (siehe Berufsbild Industriebuchbinder). Auch die Qualitätskontrolle, der Versand und die Lagerung der Ware gehört zu ihren Aufgaben.

Zumeist findet der Einsatz in handwerklichen oder industriellen Betrieben statt, zum Beispiel in Druckereien zur Herstellung von Büchern, Broschüren und Prospekten. Häufig erfolgt die Arbeit in Schichtarbeit.

Einrichten der Maschinen und Durchführung der verschiedenen buchbinderischen Tätigkeiten wie Schneiden, Falzen, Heften und Stanzen sind die Hauptaufgaben. Daneben müssen die Medientechnologen Druckverarbeitung die angelieferten Waren auf ihre Verarbeitungsfähigkeit prüfen sowie die Verfahrenswege und den Materialfluss festlegen.

Voraussetzungen

Neben Interesse an Mechanik, Elektrotechnik, Physik und Chemie sollten die Bewerber mindestens den qualifizierenden Hauptschulabschluss besitzen. Medientechnologen Druckverarbeitung (ehemals Industriebuchbinder) benötigen zudem technisches Verständnis und räumliches Vorstellungsvermögen. Verantwortungsbewusstsein, Kommunikationsfähigkeit, Teamfähigkeit und Flexibilität runden das Profil ab. Industriebuchbinder arbeiten viel im Stehen, deshalb sollten sie belastbar sein.

Ausbildung

Schwerpunkte sind die Planung und Vorbereitung der Arbeitsabläufe. Schneid- und Falztechniken sowie die Pflege und Wartung der Maschinen werden erlernt. Zudem trägt man Verantwortung über Verpackungsauswahl und Versandmöglichkeiten.

5.4.14 Medientechniker

Ob interaktive Anwendungen, Druck, Video, Audio oder Apps: Medientechniker wissen, was geht. Das Hochschulstudium hat sie praxisnah auf die technischen wie inhaltlichen Herausforderungen in Medienberufen vorbereitet. Oft satteln ausgebildete Mediengestalter Print/Online oder Bild/Ton im Anschluss an die Berufsausbildung noch ein Studium der Medientechnik drauf.

Berufsbild

Medientechniker entwickeln und konzipieren in Teamarbeit Medien, konstruieren, programmieren und produzieren dabei selbst Oberflächen und Medienanwendungen. Sie stehen an der Kamera oder im Tonstudio, entwickeln den Workflow, bauen IT-Netzwerke, Online-Anwendungen oder digitale Animationen.

Im Zeitalter des Medienwandels und der Medienkonvergenz kommt Medientechnikern mit Hochschulabschluss immer mehr Bedeutung beim Entwickeln von Medien zu. Ihre Aufgabe ist auch konzeptionelles, kreatives Denken in technischen Möglichkeiten.

Medientechniker sind Generalisten: Die Spezialisierung erfolgt erst im Verlauf des Studiums oder im Beruf.

Voraussetzungen

Die Medientechnik zählt zu den Ingenieurwissenschaften. Gute Leistungen in den Naturwissenschaften, insbesondere Mathematik, Informatik und Physik, sollten vorhanden sein, zusammen mit kreativen Fähigkeiten. Praktische Erfahrungen mit Sound, Video, Games und Online sind hilfreich.

Da Medientechnik-Studiengänge oft dem Numerus clausus unterliegen, ist meist ein sehr guter Abiturdurchschnitt erforderlich.

Ausbildung

Ein Studium der Medientechnik vermittelt unter inhaltlichen, gestalterischen und technischen Aspekten die Fertigkeiten zum Entwickeln von Medien. Der Studiengang umfasst zunächst naturwissenschaftlich-technische, informationstechnologische und gestalterische Grundkenntnisse. Kaufmännisches Wissen sowie Kenntnisse im Projektmanagement kommen hinzu. Oft ist nach einem Praxissemester eine Spezialisierung möglich. Medientechnik kann man beispielsweise an der Technischen Hochschule in Deggendorf, der HTWK Leipzig oder an der OTH Amberg-Weiden studieren.

Zu den Studieninhalten zählen mit unterschiedlicher Gewichtung an den verschiedenen Studienorten:

- Grundlagen in Mathematik, Informatik, Physik
- Medieninhalte und Medienkonzeption
- Grundlagen der Kommunikationswissenschaften und der Medientheorie
- Fernsehjournalismus, Videotechnik und Videoproduktion
- Onlineredaktion, Webtechnologien und Interfacedesign
- Lichttechnik, Kamera und Filmproduktion
- Radiojournalismus, Audiotechnik und Sounddesign
- Visualisierung und Animation
- Druck-, Nachrichten- und Veranstaltungstechnik
- Medienrecht, Projektmanagement und weiteres Managementwissen

Im Anschluss an das Bachelor-Studium bietet sich ein Masterstudium im Bereich Medienmanagement oder Crossmedia an.

5.4.15 Mischtonmeister

Mischtonmeister sind aktiv an der künstlerischen und technischen Gestaltung eines akustischen Endprodukts im Videospiel-, Fernseh- oder Filmbereich beteiligt.

Berufsbild

Verantwortlich für den Gesamteindruck, den ein Film in den Ohren des Zuschauers hinterlässt, ist der Mischtonmeister. So wie sich der Colorist um die optische Feinabstimmung kümmert, sorgt der Misch-

tonmeister dafür, dass zum Beispiel alle Schauspieler gut zu hören sind und mit der Musik ein stimmiges Gesamtbild entsteht. Sie achten also darauf, dass die Tonspuren mit dem verwendeten Bildmaterial übereinstimmen und somit ein stimmiges Gesamtbild des TV- oder Kinofilms, zunehmend auch Games entsteht. Sowohl technisch als auch dramaturgisch üben Mischtonmeister einen großen Einfluss auf das Endprodukt aus.

Töne und Sprache, welche von den Soundeditoren bereitgestellt werden, werden von ihm mit dem Bildmaterial zusammengelegt. Die zwei wichtigsten Anliegen des Mischtonmeisters sind dabei die Sprachverständlichkeit und die emotionale Ansprache des Films. Am Audioschnittplatz baut er durch den Einbau von Tonsequenzen in den entscheidenden Szenen Spannung auf oder löst Konflikte. Mit einer sauberen Tonwiedergabe bringt er den dialogorientierten Handlungsplan des Films voran. Er vollendet damit die künstlerische Idee des Regisseurs, des Produzenten sowie des Cutters.

Dass die Tätigkeiten des Mischtonmeister sehr handwerklich und technisch orientiert sind, wird im englischen Sprachgebrauch noch deutlicher: Dort wird der Beruf als re-recording mixer (am. engl.) und dubbing mixer (br. Engl.) bezeichnet.

Aufgaben des Mischtonmeisters sind unter anderem:

- Regeln der Lautstärke
- Filtern und Entzerren (equalising)
- Bearbeiten der Dynamik (Kompression)
- Entrauschen (denoising)
- Erstellen des Raumklangs
- Überwachen und Realisierung der technischen Normen

Voraussetzungen

Neben den fast schon obligatorischen Soft Skills Kommunikations- und Teamfähigkeit, Organisationsvermögen, Belastbarkeit und Flexibilität sind weitere persönliche Eigenschaften bei der Ausübung des Berufs von Vorteil. Dazu gehören ein technisches Grundverständnis, Musikalität, einwandfreies Hörvermögen, Kreativität und Einfühlungsvermögen.

Ausbildung

Wer eine Karriere im postproduktionellen Tonbereich anstrebt, kann dies über den Ausbildungsweg als auch über das Studium erreichen. Absolventen eines Medientechnik-Studienganges mit dem Schwerpunkt Tontechnik, (Diplom-)Tontechniker (heute: Bachelor oder Master) oder Toningenieure verfügen über die entscheidenden Qualifikationen und können als Mischtonmeister tätig werden. Ebenso steht das Arbeitsfeld Mediengestalter in Bild und Ton, Tontechnikern oder Nachrichtentechnikern offen.

Eine Ausbildung mit dem offiziellen Bildungsziel „Mischtonmeister“ existiert allerdings nicht.

5.4.16 Rigger

Rigger für Bühnentechnik sind Experten für Traversensysteme. Bei Veranstaltungen installieren sie damit verbundenes Equipment wie Scheinwerfer, Lautsprecherboxen, Multimediatechnik oder Special Effects in luftiger Höhe.

Als Rigging wird – darum soll es in diesem Kapitel allerdings nicht gehen – außerdem eine Arbeitstechnik im Bereich der 3D-Animation bezeichnet. Mit einer speziellen Software wird ein so genanntes Skelett bzw. Rig aus Knochen oder Gelenken erstellt, das festlegt, wie die einzelnen Teile eines Polygonnetzes bewegt werden können.

► siehe **Animator** (Seiten 167) und **CGI-Operator** (Seite 172)

Berufsbild

Die Aufgabe der Rigger ist es, im Vorfeld von Events Aluminiumkonstruktionen aufzubauen, an denen in bis zu 50 Meter Höhe Scheinwerfer, Lautsprecher und Videowände hängen können. Dabei kann es sich, je nach Art der Veranstaltung, um sehr unterschiedliche Konstruktionen verschiedener Größe handeln. Rigger müssen auch Spezialgerüste, die zum Bau der Konstruktionen benötigt werden, auf- und abbauen. Sie sind dafür verantwortlich, dass zusätzliche Apparaturen, wie Seilzüge, Schlingen, Winden und Flaschenzüge, angebracht werden.

Voraussetzungen

Die allerwichtigste Voraussetzung für Rigger ist, absolut höhentauglich zu sein. Natürlich müssen Rigger auch ein breites Fachwissen in ihrem speziellen Arbeitsbereich aufweisen können. Sie müssen in der Lage sein, sowohl allein als auch im Team effektiv zu arbeiten, weshalb sie auch über ausgeprägte kommunikative Fähigkeiten verfügen sollten. Selbstverständlich brauchen Rigger aufgrund ihrer schweren und gefährlichen Arbeit eine sehr gute körperliche Verfassung und bestes Verständnis in Sicherheitsbelangen.

Ausbildung

Für den Beruf des Riggers gibt es keine spezielle Ausbildung im eigentlichen Sinn. In der Regel werden Weiterbildungen besucht, um als Rigger arbeiten zu dürfen. Solche Zusatzausbildungen richten sich beispielsweise an Fachkräfte für Veranstaltungstechnik. Die Thüringer Event Akademie bietet zum Beispiel unterschiedliche Riggingseminare an, deren Schwerpunkte unter anderem Veranstaltungsrigging, Anschlagstechniken oder Umgang mit Traversen sein können. Die Seminare reichen von einfachen Riggertätigkeiten bis hin zu besonderen fachlichen Qualifikationen mit hohem Gefährdungsgrad. In der Regel sind Rigger Freiberufler, die von den Veranstaltern gebucht werden und bei größeren Events auch bis zu zehnt vor Ort sein können.

5.4.17 Studiomeister

Lange bevor der Showmaster strahlend sein „Hallo und herzlich willkommen“ ins Publikum und die Kamera schmettert, muss der Beleuchter das Licht richtig eingestellt haben, der Requisiteur die Dekoration perfekt aufgebaut haben, und alle Stolperfallen müssen beseitigt sein. Der Entertainer und seine Gäste können auf der geschickt im Mittelpunkt platzierten Couch jetzt Platz nehmen. Den Überblick über all diese Arbeiten hat der Studiomeister.

Berufsbild

Der Studiomeister organisiert den reibungslosen, termingerechten und sicheren Aufbau. Er koordiniert mit dem Produktionsleiter, dem

Filmarchitekten und dem Regisseur alle notwendigen Maßnahmen und ist auch für die Einhaltung der Sicherheitsvorschriften zuständig. Der Studiomeister trägt außerdem die Verantwortung für das gesamte Personal, er ist Vorgesetzter der verschiedenen Handwerker und Hilfskräfte, die bei Aufbau und Abbau mitwirken.

Studiomeister arbeiten bei Filmproduktionsfirmen, Rundfunk- und Fernsehanstalten, Museen und Theater- und Konzertveranstaltern in fester Anstellung oder als freie Mitarbeiter. Auch eine selbstständige Existenz als Studiomeister ist möglich. In diesem Fall sollte man über zusätzliche kaufmännische Kenntnisse verfügen.

Aufgaben des Studiomeisters sind:

- Planung der Arbeitsabläufe
- Film- und Studiokulissen auf- und abbauen, bedienen, warten und instand halten
- Herstellung von Film- und Studiokulissen überwachen
- Überprüfung von Statik, Tragfähigkeit, Feuersicherheit von Kulissenbauten
- Leitung der Umbauarbeiten während der Aufnahmen
- Durchführung von Reparaturarbeiten
- Bedienung von studioteknischen Anlagen während der Aufnahmen
- Auf- und Abbau sowie Transport der Anlagen

Voraussetzungen

Vorausgesetzt für einen Studiomeister werden Flexibilität, Führungsfähigkeit, Kontaktfähigkeit, Organisationsfähigkeit, unternehmerisches Denken und Verantwortungsbewusstsein.

Ausbildung

Eine handwerkliche Ausbildung als Schreiner, Schlosser oder Bühnentechniker am Theater sind die Grundlage für die Weiterbildung zum staatlich geprüften Studiomeister. Auch eine Ausbildung als (Diplom-)Ingenieur (bzw. heute Bachelor oder Master) mit Schwerpunkt Theater- und Veranstaltungstechnik kann einer Tätigkeit als Studiomeister vorausgehen. Jede Ausbildung muss um die erforderlichen Kenntnisse in Gefahrentechnik und Versicherungsfragen ergänzt werden.

Aufgrund der schnellen Entwicklung in der Medienbranche, insbesondere der Innovationen im Technikbereich, wird die Bereitschaft zur kontinuierlichen Weiterbildung von Studiomeistern gefordert.

5.4.18 Toningenieur

Es gibt Tonmeister, Toningenieure und Tontechniker. Wo genau liegt nun der Unterschied? Im Grunde sind die Aufgaben eines Toningenieurs in weiten Teilen identisch mit denen des Tonmeisters. Die unterschiedliche Bezeichnung drückt nicht etwa eine Rangfolge aus, sie hat vielmehr historische Gründe. Tonmeister/-ingenieur ist ein graduerter Hochschulabschluss.

Berufsbild

Aufgabengebiete sind umfangreiche Musik-, Medien- und Filmtonproduktionen sowie Tätigkeiten in den Bereichen Forschung, Entwicklung und Planung/Beratung. Auf Live-Veranstaltungen mischt der Toningenieur den Live-Sound. Er ist verantwortlich und nimmt konkreten Einfluss auf den Mix, die Lautstärke usw. im Zuschauerbereich. Üblicherweise wählt er Mikrofone, Mischpult, teilweise auch die Beschallungsanlage (P. A.).

Gerade im Bereich Live-Veranstaltungen ist man besonders auf die Erfahrungen der Toningenieure angewiesen, so sind die jeweiligen örtlichen Bedingungen, Musiker und Künstler teilweise komplett anders. Um sich schnell auf die Gegebenheiten einzustellen, benötigt es viel Erfahrung.

Voraussetzungen

Alle tontechnischen Berufe setzen ein Grundwissen voraus über Mikrofone, Schall, Akustik und Wiedergabe.

Weitere Voraussetzungen sind eine gute körperliche Konstitution, Belastbarkeit, Flexibilität, Fähigkeit zur Teamarbeit, handwerklich-technisches Interesse und Engagement.

Ausbildung

Das Studium des Toningenieurs umfasst eine Ausbildung in künstlerisch-praktischen, in musiktheoretischen und musikwissenschaft-

lichen sowie in mathematisch-naturwissenschaftlichen Fächern, zum Beispiel künstlerische Aufnahmeleitung, Musikübertragung, Aufnahmepraxis, Instrumentalpraxis, Gehörbildung, Musiktheorie und -wissenschaft, Tonstudioteknik, Medientechnik und Beschallung. Daneben sind Wahlpflichtfächer bzw. -module zu belegen, wie zum Beispiel Kommunikationsstrategien, Chor, Orchester, Musiktheorie, technische Aufnahme- und Interpretationskritik, Raumakustik, Musikinformatik und Film- bzw. Fernsehproduktion.

Vor allem an Hochschulen sind eine oder mehrere Praxisphasen in das Studium integriert. Dabei kann es sich um ein mehrwöchiges Praktikum in einem Betrieb, eine Projektarbeit oder um ein ganzes Praxissemester handeln. Ziel ist es, das an der Hochschule erworbene theoretische Wissen praktisch anzuwenden.

5.4.19 Verpackungstechniker

Wer immer im Discounter oder Baumarkt einkauft oder online im Versandhandel bestellt, hält ein Produkt der Druck- bzw. Verpackungstechnik in Händen. Diese medienbezogene Ingenieurwissenschaft ist im Online-Zeitalter unverzichtbar.

Berufsbild

Verpackungstechniker mit Hochschulstudium konzipieren, gestalten und bedrucken Verpackungsmaterialien. Das Studium stellt eine Modernisierung und Erweiterung des Drucktechnik-Studiums dar.

Ingenieure, die den Studiengang Verpackungstechnik absolviert haben, findet man in Unternehmen, die Packmittel herstellen, aber auch in Unternehmen, in denen Massengüter produziert werden, als Betriebsingenieur. Einwicklungsmöglichkeiten gibt es in Richtung Unternehmensführung, aber auch in Forschung und Entwicklung.

Voraussetzungen

Freude an technologischem Denken sowie an Designfragen und entsprechende Fähigkeiten sind Voraussetzungen für ein Studium der Verpackungstechnik. Dazu gehört auch das Gestalten unter Einbeziehung des Verbrauchers sowie das Berücksichtigen von Marketingaspekten.

Ausbildung

Zum Bachelorstudium der Verpackungstechnik wie beispielsweise an der HTWK Leipzig gehören zunächst naturwissenschaftliche Grundlagen, ebenso Grundlagen des Designs sowie kaufmännische Kenntnisse. Die Absolventen eines solchen Studiengangs sind befähigt, interdisziplinär an Aufgabenstellungen in der Industrie zu arbeiten.

Fünf Tipps für angehende Tonmeister

Von Ulli Scuda,
Dipl.-Tonmeister beim
Fraunhofer-Institut
für Integrierte Schaltungen
IIS, Erlangen



➤ **1** Liebe zu Musik, Klängen, Sound Design und Technik

Ohne Leidenschaft geht nichts – Talent, Interesse und Disziplin sind ebenso wichtig. Wer noch nie klanglich überwältigt wurde, wird schwerlich selber eine überzeugende Musikaufnahme durchführen können. Grundlegende Kenntnisse in Musik, Physik, Elektrotechnik und Informatik sind zwingende Voraussetzungen.

➤ **2** Interdisziplinäre Kommunikation

Ton gibt es nicht allein. Im Umgang mit Künstlern, Produzenten, Regisseuren und anderen Kollegen benötigt ein Tonmeister die Fähigkeit, fachfremden Menschen Probleme zu vermitteln und ebenso die Anliegen anderer Abteilungen zu berücksichtigen. Bei Konflikten mit Schauspielern am Film-Set oder bei Star-Allüren von Musikern sollte man einen kühlen Kopf bewahren, schlichtend eingreifen können und immer einen Trick in der Tasche haben, damit man doch noch seine gewünschte Aufnahme in den Kasten bekommt. Da Ton meist in Verbindung mit Bild auftritt, ist es von Vorteil, ein Interesse für Bildgestaltung und Dramaturgie mitzubringen.

➤ **3 Sound ist Wirkung**

Sounddesign und Musik berühren emotional. Warum aber genau eine Wirkung erzielt wird und wie diese Wirkung im Verhältnis zum Gesamtwerk steht, sind wichtige Aspekte der Arbeit.

➤ **4 Flexibel, kreativ, innovativ und noch einmal: flexibel**

Jede Aufgabe ist anders, und nur selten gibt es bereits einen erprobten Weg zum Ziel. Immer gibt es jedoch eine Deadline. Die Bereitschaft, etwas länger oder unter großem Druck zu arbeiten, sollte vorhanden sein. Dafür wird man oft mit schönen Momenten belohnt.

➤ **5 Anerkannte und fundierte Ausbildung**

Es gibt eine Vielzahl von Ausbildungsmöglichkeiten, und auch ein Quereinstieg ist durchaus möglich. Jedoch ist eine gute Ausbildung mit allen nötigen physikalischen Grundlagen durch nichts zu ersetzen. Neben der Ausbildung sind Projekte und Praktika eine tolle Chance, das Gelernte anzuwenden und seine Fähigkeiten zu erweitern. Die Beschäftigungsmöglichkeiten sind vielfältig und sehr dynamisch. Seltener wird man eine feste Stelle finden. Vor Selbstständigkeit sollte man darum keine Scheu haben.

5.5. Design und Animation

Im Bereich Design und Animation sehen die Berufsaussichten nicht schlecht aus. Design ist ein vielfältiges Betätigungsfeld: Es gibt viele Schnittmengen mit Medien. Designer (wie Architekten oder Produktdesigner) arbeiten aber auch in ganz anderen Berufen. Der Bereich Animation nimmt in Filmen und Games stetig zu: Schließlich sind Zuschauer es gewohnt, mit aufwändigen und teuren Animationen in Blockbustern unterhalten zu werden. Außerdem ist es inzwischen häufig kostengünstiger, auf mit dem Computer generierte visuelle Effekte zu setzen, als die Szenen für den Filmdreh selbst nachzubilden.

5.5.1 Animator

Der Bedarf an Spezialisten für 3-D-Animation, Visual FX und TV-Design wächst seit einigen Jahren stetig. Der Animator (VFX Artist; VFX steht für visuelle Effekte) beschäftigt sich mit der Erstellung von Filmen aus Einzelbildern (Animation, die entweder von Hand gezeichnet, am Computer generiert, oder mit beliebiger Technik ausgeführt werden). Die früher übliche Bezeichnung Trickfilmzeichner wird allmählich durch „2-D-Animator“ ersetzt, in Abgrenzung zum 3-D-Animator oder Computeranimator (auch CGI-Animator). Weitere übliche Spezialisierungen sind der Puppenanimator und der Knetgummi-animator.

Berufsbild

Die Kunst des Animators besteht darin, Unbelebtes zum Leben zu erwecken. „Ein Animator ist ein Schauspieler mit dem Bleistift“ (Art Babitt), heutzutage zu ergänzen durch „oder mit dem Computer“. Die Ausbildung zum Animator findet heutzutage hauptsächlich als Studium statt.

Je nach Studiogröße und Umfang des Filmprojekts ist ein Animator ein Generalist, der von der Idee über den Figurenentwurf bis Animation und Kamera alles beherrscht, oder er ist ein Spezialist, der unter Anleitung anderer fremde Figuren bewegt. Neben dieser Character Animation gibt es zum Beispiel noch die Special Effects Animation, die wissenschaftliche Visualisierung oder die bewegte

Visualisierung in Design und Architektur. Aufgrund der schnellen Entwicklung auf dem Gebiet der Computeranimation können auch Menschen ohne klassische Ausbildung als Animatoren arbeiten, sofern sie nur genügend Talent oder Eignung vorweisen können.

Ausbildung

Animation kann man an Hochschulen und an Akademien studieren. In Bayern gilt vor allem die Technische Hochschule Nürnberg Georg Simon Ohm mit ihrem Bachelor-Studiengang Design als renommiert (www.th-nuernberg.de). Als Akademie bietet ein einjähriges Studium die Bayerische Akademie für Fernsehen in Unterföhring an (www.fernsehakademie.de). Auch die Technische Universität München hat für ihren Studiengang Games Engineering in Garching einen Animations-Professor berufen.

Das Animations-Studium vermittelt Techniken der 2D/3D-Animation, den Umgang mit Software wie Cinema 4D, Maya und Shake, Grundwissen in der Bild- und Tonaufzeichnungstechnik ebenso wie bild-ästhetisches Urteilsvermögen und dramaturgische Kenntnisse. Dies gewährleistet den höchstmöglichen Bezug zur Berufswirklichkeit. Die Produktionen realisieren sie in Eigenregie und in Zusammenarbeit mit ihren Kommilitonen.

- siehe auch **CGI-Operator** (Seite 172) und **Computer-Animator** (Seite 175)

5.5.2 Architekt/Innenraumdesigner

Wer aufmerksam die Neubauten in seiner Stadt verfolgt, betrachtet möglicherweise fasziniert die Verbindung von Technik und Kreativität und fantasiert darüber, selbst einmal solche Häuser zu bauen. Es bildet sich der Berufswunsch des Architekten heraus. Wer sich um die Ausstattung innerhalb eines Gebäudes bzw. Raums kümmert, arbeitet als Innenraumdesigner bzw. Innenarchitekt.

Berufsbild

Laut Definition ist der Architekt zuständig für die technische, funktionale, gestalterische und wirtschaftliche Planung sowie die Einrichtung von Bauwerken und Gebäuden. Neben der Bauplanung

spielt die ästhetische und effiziente Gestaltung eine große Rolle. Lässt sich das Berufsbild vom Architekten einerseits den Ingenieurwissenschaften zuordnen, ist es doch auch Bestandteil der bildenden Künste. Auf alle Fälle ist Architekt einer der vielseitigsten Berufe, und schon während der Ausbildung ist es nötig, sich auf einen bestimmten Teil zu spezialisieren.

Spezielle Fachrichtungen sind unter anderem Hochbau, Städtebau, Landschaftsarchitektur, Innenarchitektur und Bauphysik. Architekt darf sich nennen, wer in der Architektenliste einer deutschen Architektenkammer eingetragen ist. Neben einem abgeschlossenen Studium sind dazu mindestens zwei Jahre Berufserfahrung (beispielsweise als AiP – Architekt im Praktikum) erforderlich.

Wer als Architekt erfolgreich sein will, muss sich auf große Konkurrenz gefasst machen. Egal ob als freier Architekt oder in einem Architekturbüro angestellt – um die besten Aufträge wird hart gekämpft. Demnach muss ein Architekt sich für jedes Projekt neu bewerben. Das Berufsbild Architekt erfordert Kreativität – was bereits in der Bewerbung sichtbar werden sollte. In seinem Portfolio zeigt man, was man als Architekt macht, welche Projekte man bereits abgeschlossen hat und wie der eigene Stil ist. Rund 300.000 Architekten gibt es in Deutschland, so viele wie in keinem anderen europäischen Land. Wer glaubt, er könne mit einer 40-Stunden-Woche auskommen, der wird es in diesem Beruf nicht schaffen.

Hauptaufgabenbereiche von Architekten sind:

- Entwurf von Neubauten
- künstlerisch-gestalterische Planung
- Bautechnische Planung
- Beratung von Bauherren
- Umsetzung und Koordinierung des Baus
- Auftragsausschreibung
- Beauftragen von Baufirmen und Handwerkern
- Einreichung von Bauanträgen
- Überwachung und Dirigieren des Baus
- Berechnung und Kontrolle der Baukosten
- Qualitätssicherung aller Arbeiten am Bau
- Bauabnahme

Voraussetzungen

Von Architekten wird ein hohes Verantwortungsbewusstsein genauso gefordert wie Kommunikationsfähigkeit, Einfühlungsvermögen, die Fähigkeit zu Koordinieren sowie zum Konzeptionieren und Gestalten und wirtschaftlich orientiertes Denken. Außerdem sollte er redigewandt sein.

Als Grundwissen wird erwartet, dass man sich auskennt in Baurecht, dem Bauablauf, der Bauausführung und Fragen des Umweltschutzes. Er sollte technische und konstruktive Kenntnisse haben, CAD-Programme genauso beherrschen wie Technisches Zeichnen. Planungsfertigkeiten und organisatorische Fähigkeiten runden das Bild ab.

Ausbildung

Die beiden möglichen Abschlussformen des Studiums sind der Bachelor of Arts Architecture und der Master of Arts Architecture. Der Beruf des Architekten kann auch an Hochschulen (wie der Technischen Hochschule Nürnberg Georg Simon Ohm) oder Kunstakademien erlernt werden. Für eine mehr praxisorientierte Ausbildung gibt es auch die Bildungswege an Berufsakademien. Die Dauer des Bachelor- bzw. Master-Studiums beträgt zwischen sechs und zwölf Semester.

5.5.3 Art Director

„Unser Blatt braucht ein neues Gesicht“ – so könnte der Auftrag lauten. Nun macht sich ein Team aus Grafikdesignern und Textern an die Arbeit. Die Leitung übernimmt der Art Director. Von der Planung bis zur Fertigstellung wird er die Entwicklung überwachen und koordinieren.

Berufsbild

Der Art Director plant mit den Fotografen Termine für Fotoshootings, bespricht mit den Grafikern und Layoutern das Corporate Design und legt die zeitlichen Fristen fest. Er überwacht die Produktionsvorgänge, sei es das Drehen eines Werbefilmes, das Layout und Set-Design. Er beurteilt die kreativen Fortschritte, macht Verbesserungsvorschläge oder gibt die Arbeiten frei.

Aufgaben des Art Directors sind:

- Entwicklung von kreativen Gestaltungsideen
- Entwicklung von Konzept- und Kreativansätzen
- Ressourcenplanung
- Werbemaßnahmen
- Mustererstellung
- Layout und Reinlayouts
- Führung des Grafikteams
- kompetenter Ansprechpartner für Geschäftsleitung und Kundenberatung
- Projektmanagement

Der Art Director ist verantwortlich für die Optik, ihm obliegt die Konzeption. Die praktische Umsetzung seiner Vorstellungen erledigt sein Team, das ihm zuarbeitet, dessen Chef er ist. Gleichzeitig ist er dem Creative Director unterstellt. Dieser ist für den Kundenkontakt zuständig und richtungweisend für das ganze Projekt.

Voraussetzungen

Für den Beruf als Art Director sind umfassende gestalterische Kenntnisse erforderlich, Kreativität, Teamfähigkeit, ästhetisches Empfinden und die Fähigkeit zum konzeptionellen Arbeiten. Art-Direktoren sind hauptsächlich in Werbe- und Medienagenturen tätig, in Rundfunk- und Fernsehanstalten sowie in Verlagen und Repro- und Lithografieanstalten.

Erforderliche Fähigkeiten sind ein aktuelles Grafik-Know-how, das Beherrschen von Composing und Bildbearbeitung, Layout und Typografie sowie gängiger Programme (Photoshop, InDesign, Acrobat, Illustrator). Er sollte fit sein in Print- und Onlineproduktion, Reinzeichnung und Druckdatenerstellung sowie Social Media und Mobile Applications.

Persönliche Voraussetzungen sind eine große Kreativität, eine hohe Eigenmotivation, Qualitätsbewusstsein, Teamfähigkeit, Flexibilität, eine hohe Belastbarkeit, Zuverlässigkeit, Verantwortungsbewusstsein und sorgfältige Arbeitsweise.

Ausbildung

Eine einheitliche Ausbildung zum Art Director gibt es nicht. Der Zugang zum Beruf erfolgt meist über ein Studium in Grafikdesign oder eine Ausbildung an einer Fachhochschule für Gestaltung. In Bayern gibt es außerdem Akademien, die für diesen Beruf vorbereiten. Zu nennen ist hier vor allem die Akademie U5 an der Einsteinstraße in München (www.akademie-u5.de).

5.5.4 CGI-Operator (3D-Artist)

C – G – I. Die drei Buchstaben, englisch ausgesprochen, stehen als Abkürzung für Computer Generated Imagery. Zu Deutsch: Virtuelle Darstellungsverfahren, die mit Computergrafik statische oder bewegte Bilder in 2- oder 3-D erzeugen. In vielen Kinoproduktionen ist CGI ebenso selbstverständlich und üblich geworden wie in den meisten Computerspielen, Industriefilmen oder Werbespots. Man spricht hier von einem CGI-Operator bzw. 3D-Artist.

Berufsbild

Neben Gamedesignern verwenden auch Fotografen diese Verfahren bei der Produktion und Überarbeitung von Aufnahmen. Experten, die auf diese Weise Ufos landen lassen, Monster zum Leben erwecken, Film-Fantasy-Welten und noch vieles mehr erschaffen, nennen sich CGI-Operator, 3-D-Artists oder Computer-Animation-Artists. Ihre Arbeit besteht darin, mit entsprechender Software fiktive Bilder oder Filme zu kreieren, die nahezu real wirken. Zu unterscheiden ist der CGI-Operator von Film- und Videoeditoren, die lediglich aufgezeichnetes Bild- und Tonmaterial, ohne fiktiven Inhalt, ansprechend zusammenfügen.

Computer Generated Imagery gibt es in vielen Bereichen der optischen Darstellung: Von Bildern in der Kunst, in Druckwerken, über Videospiele, Kino- und Fernsehfilme, TV-Serien bis hin zu Werbespots und Simulationen für Industrie- und Messfilme. Es kann sich dabei um bewegte Bilder oder Fotografie handeln, meistens wird der Begriff CGI jedoch für das Produzieren von Filmen oder Animationen mit Computergrafik verwendet.

Ähnlich wie bildende Künstler aus Stein oder Ton ihre Werke erschaffen, arbeiten CGI-Operator und 3-D-Artists mit „digitalen Klumpen“.

Aus diesen kreieren sie mit 3-D-Programmen (wie beispielsweise „3ds Max“ oder „Maya“) Figuren, Wesen, Gegenstände oder auch ganze Landschaften. Es geht dabei um Bilder und Filme, die es eigentlich gar nicht gibt oder die mit herkömmlicher Technik nur unter größtem Aufwand zu drehen wären. CGI-Operator und 3-D-Artists übernehmen dabei unterschiedlichste Tätigkeiten: Sie müssen Modelle erstellen, bevor diese beim so genannten Shading eine Oberfläche bekommen. Bewegliche Figuren und Objekte werden animiert und die Daten beim Rendering finalisiert, meist folgt danach auch noch ein Feinschliff.

Nicht jeder, der im Bereich Computer Generated Imagery arbeitet, ist für ganz große Filmproduktionen wie Hollywood-Blockbuster, Trickfilme oder weltbekannte Fantasystreifen tätig. Sowohl Einsatzbereiche als auch Aufgaben sind in diesem Beruf höchst verschieden. So werden Operator immer häufiger bei TV-Sendungen und -serien eingesetzt oder arbeiten für aufwändige Werbespots oder Messfilme. Aus der Industrie gibt es Aufträge für Simulationen, die einen dreidimensionalen Blick in Maschinen- oder Fahrzeuge ermöglichen, während die Games-Branche nach wirklichkeitsnahen Charakteren und Spielumgebungen verlangt. In der Fotografie, wo CGI einen neuen Trend darstellt, perfektionieren Operator die Bilder am Rechner derart, dass ohne geschultes Auge der Unterschied zum unbearbeiteten Foto kaum noch auffällt.

Auftrag- und Arbeitgeber können Filmproduktionsfirmen oder größere und kleinere Agenturen sein, aber auch Industrieunternehmen selbst kommen in Betracht. Nicht bei allen CGI-Operatoren oder 3-D-Artists handelt es sich um Festangestellte. Es gibt auf dem Markt sehr viele selbstständige Freelancer, die in unterschiedlichen Produktionen auf verschiedene Feldern projektbezogen arbeiten.

Voraussetzungen

Anders als man vielleicht aufgrund des Namens vermuten möchte, müssen CGI-Operator oder 3-D-Artists nicht unbedingt Computerfreaks mit besonderen Informatikkenntnissen sein. Da sie jedoch die meiste Zeit vor dem Bildschirm verbringen, ist ein Interesse für die Arbeit mit dem Rechner unabdingbar. Auch sollten CGI-Operatoren keine Scheu davor haben, Software zu bedienen und zu verstehen. Von Vorteil sind weiterhin künstlerische Begabung und gutes Zeich-

nen, noch wichtigere Bedeutung hat aber das gute räumliche und bildnerische Vorstellungsvermögen. CGI-Operator und 3-D-Artists sollten ein Gefühl für Bildkompositionen und ein Bewusstsein für die eigene Umgebung mitbringen. Sie sollten sich leicht in Bewegungsabläufe hineinendenken können und über ein gutes Auge für Formen und Bilder verfügen. Es bedarf jedoch keiner besonderen Abschlüsse oder Ausbildungen, um auf dem Feld der CGI tätig zu werden. Hilfreich für den Berufsweg sind in jedem Fall einschlägige Praktika. Oft wird auch ein Fachstudium empfohlen, um den Einstieg und das Fortkommen im Beruf zu erleichtern.

Ausbildung

Die Arbeitswelt rund um Computer Generated Imagery ist noch relativ jung. Daher existieren hier keine klassischen Berufsbilder oder Ausbildungswege wie etwa in der Medizin oder im Ingenieurwesen. Manche CGI-Operatoren sind ausschließlich über selbst erlernte Softwarekenntnisse und entsprechende Praktika zu ihrem Job gekommen, andere haben mit exzellenten Mustermappen und Showreels den Berufseinstieg geschafft.

Experten raten allerdings zu einschlägigen Fachstudiengängen mit den Schwerpunkten Film und Animation. Eine solche Hochschulausbildung schärft das eigene Profil und erweitert das Fachwissen in den Bereichen Filmwirtschaft und -produktion. In Bayern vermittelt unter anderem der Studiengang Design an der Technischen Hochschule Nürnberg Georg Simon Ohm entsprechende Kenntnisse, des Weiteren bietet die Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation den Bachelorstudiengang „Medien- und Kommunikationsdesign“, der über den nicht-konsekutiven Master „Media and Design“ ergänzt werden kann. Dazu gibt es im Freistaat weitere Angebote an der Mediadesign Hochschule in München oder an der Bayerischen Akademie für Fernsehen, die „Visual Artists“ ausbildet. Für das Feld der Fotografie offeriert ebenfalls die Technische Hochschule Nürnberg in ihrem Fachbereich Design die Ausbildungsrichtung CGI.

Insgesamt sind die Berufsaussichten gut. Es gibt kaum noch große Filmproduktionen, die ohne die Arbeit von Computer-Animatoren auskommen. Immer mehr Fernsehfilme oder -serien sind zudem mit

digitalen Effekten ausgestattet. So ist zu erwarten, dass diese Tendenz weiterhin anhält und damit noch mehr CGI-Operatoren und 3-D-Artists auf dem Markt gebraucht werden. Auch in der Fotografie setzt sich der Trend zu CGI immer mehr durch. Viele in diesem Bereich Tätige sind als Freelancer immer wieder in Projektarbeiten freiberuflich für große Unternehmen oder Agenturen tätig. Bei dieser Form der Arbeit ist die eigene Akquise nicht zu vernachlässigen, um regelmäßig an Aufträge zu kommen.

► siehe auch **Animator** (Seite 167), **Computer-Animator** (unten)

5.5.5 Computer-Animator

Sie schaffen Bewegung auf dem Bildschirm. Computer-Animatoren entwickeln und gestalten digital erzeugte bewegte Bilder. Sie erstellen sowohl einzelne Figuren und Objekte bis hin zu ganzen Trickfilmen am Computer.

Berufsbild

Computer-Animatoren bietet sich ein weites Beschäftigungsfeld an: von Softwarehäusern, Herstellern von Games, Grafikstudios und Werbeagenturen über Ingenieurbüros für technische Fachplanung bis Film-, Fernseh- oder Videoproduktionsfirmen besteht hoher Bedarf an Spezialisten des Fachs.

Aus zweidimensionalen Zeichnungen werden mithilfe einer speziellen Software dreidimensionale Ansichten bzw. Drahtgittermodelle zum Beispiel von Figuren erzeugt, die im virtuellen Raum bewegt werden, also animiert sind.

Für diese Bewegungsabläufe werden passende virtuelle Oberflächen geschaffen, und wie beim Film werden die einzelnen Szenen ausgeleuchtet, Licht und Schatten simuliert. Ton und Special Effects geben dem ganzen den letzten Schliff. Dazu werden unter anderem folgende Techniken verwendet: Starrkörperrotationen, Rotationsmatrizen, Eulerrotation, Quaternionen, Kinematik, inverse Kinematik, Motion-capturing und Gesichtsanimation.

Voraussetzungen

Wer Computer-Animator werden will, muss üblicherweise eine Aus- oder Weiterbildung vorweisen können, zum Beispiel als Medien-

designer bzw. ein Studium im Bereich Grafik- und Mediendesign. Allgemein sollte man Erfahrungen mit Bildbearbeitungsprogrammen haben, eine gute Vorstellungskraft sowie räumliches Vorstellungsvermögen und auch unter Zeitdruck arbeiten können.

Ausbildung

Die Dauer der Ausbildung wie auch der Inhalt sind unterschiedlich. Hier eine kleine Auswahl von Themen, wie sie an der Bayerischen Akademie für Fernsehen vermittelt werden:

- Techniken der 2D/3D Animation
- Visual FX
- Compositing
- Bildgestaltung
- Farbgestaltung
- Typographie
- Aktzeichnen
- Character Animation
- Modeling
- Texturing
- Animation
- Lighting
- Rendering

Die unter anderem dafür verwendete Software ist Maya, Cinema 4D, Shake, After Effects, Stopmotion, FinalCut Pro und ProTools.

Da gilt es also ein gewaltiges Pensum zu bewältigen. Wer diesen Weg gehen will, hat aber auch gute Aussichten auf einen Job, denn der Bedarf an Spezialisten für Animation, On Air Design und TV-Design wächst immer noch.

➤ siehe auch **Animator** (Seite 167) und **CGI-Operator** (Seite 172)

5.5.6 Designmanager

Designmanager kümmern sich um die Design-Ressourcen und -Aktivitäten eines Unternehmens. Sie nutzen Projektmanagement-, Design-, Strategie- und Supply-Chain-Techniken, um einen kreativen Prozess zu steuern, eine Kreativitätskultur zu unterstützen und eine Organisationsstruktur für Design aufzubauen. Mit Hilfe des Design-

managements soll ein Unternehmen seine strategischen Ziele durch Design erreichen. Voraussetzung ist dafür ein Design-Studium, das je nach konkretem Aufgabengebiet eine unterschiedliche Fachrichtung umfassen kann.

Weiterführende Links:

BayernDesign: <http://bayern-design.de>

Neuigkeiten aus der Design-Branche: www.mediennetzwerk-bayern.de

5.5.7 Grafiker/Grafikdesigner

Grafiker konzeptionieren und gestalten, entwerfen und layouten, illustrieren und designen. Ihre Arbeit begegnet uns ständig im Alltag. Ob bei Printprodukten, in der Werbung oder im Web – Grafikdesign ist überall.

Berufsbild

Ursprünglich zeichneten Grafiker von Hand und waren Bildende Künstler. Heute hat der Computer mit seinen vielfältigen Gestaltungsmöglichkeiten von Text und Bild den klassischen Beruf des Grafikers abgelöst. Der Grafiker heute fertigt keine Unikate, sondern Gebrauchskunst, deren Design er selbst entwirft. Er ist also Grafiker und Designer in einem, weshalb sich der Begriff Grafikdesigner für diese Berufssparte durchgesetzt hat. Sein Tätigkeitsfeld ist so vielfältig wie die Produkte, für die seine grafischen Entwürfe Anwendung finden: Bücher, Zeitschriften, Verpackungsmaterialien, Werbeprospekte, Anzeigen, Webseiten oder Online-Medien. Um seine Ideen zu realisieren, bedient er sich verschiedener Techniken wie etwa Zeichnen, Malen, Fotografieren und digital Gestalten. Potenzielle Arbeitsbereiche des Grafikers sind Werbe- und PR-Agenturen, Konzert- und Veranstaltungsagenturen, kulturelle Einrichtungen, Film und Fernsehen, Druckereien, Verlage, öffentlicher Dienst und Tourismusbranche. Häufig ist der Grafiker/Grafikdesigner freiberuflich im Auftrag verschiedener Unternehmen und Einrichtungen tätig.

Voraussetzungen

Mit einem mittleren Bildungsabschluss in der Tasche kann man sich zum Grafiker ausbilden lassen. Wer sich lieber gleich für ein Studium

entscheidet, sollte für die Aufnahme an einer Hochschule für angewandte Wissenschaften die Fachhochschulreife und für ein Studium an einer Kunsthochschule die allgemeine oder fachgebundene Hochschulreife mitbringen. Aufnahmekriterien können darüber hinaus das Einreichen einer Mappe mit eigenen Gestaltungsvorlagen sowie ein Eignungstest der jeweiligen Hochschule sein. Neben der Fähigkeit, eigene Ideen zu entwickeln und diese manuell-zeichnerisch bzw. digital-gestalterisch umsetzen zu können, sind für den Grafiker/ Grafikdesigner Kommunikations- und Teamfähigkeit, Genauigkeit, ein Gespür für Trends und Offenheit für Neues von Vorteil. Kreatives Können und gestalterische Kompetenz setzt dieser Beruf voraus.

Ausbildung

Die Ausbildung zum Grafikdesigner an einer Berufsfachschule oder einem Berufskolleg dauert zwei bis vier Jahre. Das Studium an einer Hochschule nimmt drei Jahre bzw. sechs Semester in Anspruch. Es vermittelt und vertieft alle Fertigkeiten, die Grafikdesigner im Berufsalltag benötigen und schließt mit dem Titel „Bachelor of Arts“ ab. Ein Masterstudium zum Kommunikations- oder Mediadesigner im Anschluss ist möglich.

Weiterführender Link:

Porträt des Berufsbilds auf „Spiegel online“:

<http://www.spiegel.de/schulspiegel/abi/beruf-grafiker-man-muss-ideen-haben-a-370467.html>

5.5.8 Lighting Artist

➤ siehe **Lichtdesigner** (Seite 150)

5.5.9 Produktdesigner/Möbeldesigner

Der Bedarf an integriert ausgebildeten Produktdesignern wird weiter ansteigen. Einerseits wachsen die Entwicklungsdisziplinen Design, Engineering und Wirtschaft zusammen. Andererseits nimmt die Bedeutung des Faktors Design in einer globalisierten und digitalisierten Welt weiter zu. International und multidisziplinär ausgerichtete Arbeitsweisen werden in Zukunft von besonderer Bedeutung sein. Studieren kann man Produktdesign unter anderem an der Hochschule Coburg (www.hs-coburg.de). Die Arbeiten der Coburger Studierenden

werden regelmäßig prämiert oder in Kooperation mit Unternehmen tatsächlich umgesetzt.

Als Tätigkeitsbereiche bieten für Produktdesigner sich beispielsweise an:

- Design- und Produktentwicklungsbüros für Konsum- und Investitionsgüter
- produzierende Industrieunternehmen
- freie Designbüros
- Unternehmen der neuen Medien/Designmanagement/ Designconsulting
- eigene Unternehmensgründung

Weiterführender Link:

Bayern Design: <http://bayern-design.de>

5.5.10 Screen-Designer

Die Berufsbezeichnung des Screen-Designers umreißt das Gestalten von Bildschirmoberflächen mittels DTP-, Bild-, Paint- und Textverarbeitungsprogrammen. So wie viele neue Berufe des Multimedia-Online-Zeitalters ist auch dieser Beruf kaum in ein klassisches Berufsfeld mit klar abgrenzbaren Aufgaben zu zwingen. Überschneidungen finden sich mit vielen neuen Grafik-Berufen, die meisten wohl mit dem Web-Designer. Ein ähnliches Berufsfeld ist das des Desktop Publishers.

Berufsbild

Screen-Designer arbeiten an der Entwicklung von Programmen und Anwendungen auf (langsam aussterbend) CD-ROM und Internetauftritten mit. Aber auch die Anzeige des Geldautomaten oder Werbebanner im Internet gehören zum Aufgabenfeld. In Unternehmen arbeiten die Screen-Designer eng mit Programmierern, Konzeptionisten und Producern von der Konzeption bis zur Endfassung zusammen. Besonders eng ist die Zusammenarbeit mit den Grafikern, die häufig zuerst das Layout auf Papier entwickeln. Das „Roh-Layout“ setzt der Screen-Designer dann auf dem Bildschirm um.

Ob Computerspiel oder Unternehmensdarstellung im Web, das Design entscheidet in den meisten Fällen, ob eine Anwendung angenommen

oder abgelehnt wird. Der Beruf bietet viele Möglichkeiten der künstlerischen Gestaltung. Je mehr Informationen jedoch auf dem Screen präsentiert werden, umso wichtiger ist es, diese sinnvoll zu strukturieren, um dem interessierten Besucher schnell und problemlos einen Überblick anzubieten.

Voraussetzungen

Persönliche Voraussetzungen für den Beruf als Screen-Designer sind Kreativität, gute gestalterische Fähigkeiten, exzellentes technisches Verständnis, Gefühl für Farben und Layout, Anpassungsfähigkeit, Teamfähigkeit, Flexibilität und Belastbarkeit.

Fachliche Voraussetzungen sind ein sicherer Umgang mit Computer und Internet, Kenntnisse diverser Software-Anwendungen wie zum Beispiel Photoshop, Freehand, Illustrator, Fireworks, Grundkenntnisse in der Anwendungsprogrammierung, journalistisches Geschick und Kenntnisse von Autorenprogrammen.

Ausbildung

Screen-Designer ist kein klassischer Beruf, den man in einer gesetzlich vorgeschriebenen Ausbildung erlernen kann. Häufig kommen Screen-Designer aus der Werbebranche oder den Printmedien. Voraussetzung ist aber im Allgemeinen ein Studium im Bereich Grafik-Design auf einer Kunsthochschule oder eine abgeschlossene Berufsausbildung zum Beispiel als Texter oder Informatiker, Layouter, Grafiker/Grafikdesigner oder Journalist. An mehreren Universitäten und Hochschulen werden Studiengänge wie „Multimedia-Design“ oder „Kommunikations-Design“ angeboten. Auch Grafik-Designer spezialisieren sich häufig nach Studium oder Ausbildung im Bereich Multimedia. Darüber hinaus bieten verschiedene Bildungsträger einschlägige Weiterbildungen an.

Um seine Chancen auf einen guten Job zu erhöhen, sollte man mehrere Praktika im Bereich Neue Medien, wie zum Beispiel bei Multimedia- oder Werbe-Agenturen, aufweisen können. Auch ein Volontariat ist möglich für denjenigen, der bereits ein Hochschul- bzw. Fachhochschulstudium abgeschlossen hat.

Beschäftigung finden Screen-Designer bei Software- und Internetfirmen, Werbeagenturen oder Verlagen, PR-Abteilungen oder als

Freiberufler auf Honorarbasis. Screen-Designern, die ein feines Gespür für Nutzerwünsche entwickeln und die Fähigkeit besitzen, einen immer komplexer werdenden Informationsberg zu strukturieren, stehen im Multimedia-Bereich alle Möglichkeiten offen. So gibt es auch die Möglichkeit, zum Art Director (siehe Berufsbild Art Director) oder Creative Director aufzusteigen. Auch die Chancen, als Freiberufler zu arbeiten, sind gut, denn aufgrund höherer Effizienz splitten viele Firmen mittlerweile die Produktion auf und übergeben einzelne Aufträge an freie Screen-Designer.

► siehe auch **User Interface Designer** (Seite 131)

5.5.11 Sounddesigner

Kaum ein Kinozuschauer nimmt sie bewusst wahr, aber sobald sie fehlen, fällt es auf. Die Rede ist von den Geräuschen. Sie machen den Film (aber auch Computer- und Videospiele) erst authentisch und sind neben der Musik verantwortlich für Spannung und Emotionen. Derjenige, der sie auswählt und erstellt, ist der Sounddesigner.

Berufsbild

Der Sounddesigner erstellt die Geräusche, die dem Zuschauer vermitteln sollen, der Film sei real. Ästernacken, Türenklappern oder der Start eines Flugzeugs: das alles ist wichtig, um die richtige Atmosphäre zu vermitteln. Die Geschichte wird dadurch glaubhaft. Um die erforderlichen Geräusche zu erzeugen, greift der Sounddesigner oft zu ungewöhnlichen Mitteln: ein Klatschen wird zu einer Ohrfeige oder ein in Bewegung versetztes Metallblech erzeugt ein Gewitter. Dies alles nimmt er im Studio auf, nachdem der Film fertig gedreht ist. Viele Geräusche werden so nachträglich erzeugt, weil sie so besser hörbar sind und besser wirken. Auch die Nachbearbeitung von Dialogen der Schauspieler gehört zum Aufgabenbereich eines Sounddesigners.

Mittlerweile gibt es viele fertige Geräusch-CDs, von denen fertige Sounds übernommen werden können. Aber auch hier gibt es unzählige Möglichkeiten, sie zu verfremden und für völlig andere Zwecke einzusetzen. Denn wer weiß schon, wie ein Raumschiff in der Zukunft klingt?

Heutzutage gibt es auch in vielen großen Unternehmen Sounddesigner, die das Produkt auf Kundenbedürfnisse abstimmen. Zum Beispiel bei Autoherstellern. Diese investieren viel Geld in die Entwicklung möglichst geräuschlos schließender Autotüren oder angenehm klickender Handschuhfächer. Dafür sind die Sounddesigner zuständig, die sich bestens mit den Eigenschaften der Materialien auskennen und diese so zusammenfügen, dass ein formvollendeter Klang entsteht.

Voraussetzungen

Als Sounddesigner ist Musikalität und ein perfektes Gehör unbedingt erforderlich, da er auf kleinste Feinheiten achten muss. Auch technische Begabung und Teamfähigkeit bringen in diesem Beruf viele Vorteile. Der Schulabschluss sollte mindestens die Mittlere Reife, besser noch Abitur sein.

Ausbildung

Gute Einstiegsmöglichkeiten für den Beruf des Sounddesigners bieten ein Musikstudium oder eine Ausbildung zum Tonmeister. Mittlerweile gibt es aber auch spezielle Studiengänge oder Ausbildungen an Ergänzungsschulen für den Beruf Sounddesigner. Immer hilfreich sind, wie sonst auch in der Medienbranche, Praktika und Volontariate.

Weiterführende Links:

Grundbegriffe des Sounddesign: www.film-sound-design.de/SoundSet.html
Berufsporträt auf „Zeit online“: www.zeit.de/karriere/beruf/2010-10/beruf-sounddesigner

5.5.12 Storyworld-Autor

➤ siehe **Transmedia Producer** (Seite 287)

5.5.13 VFX Artist

➤ siehe **Animator** (Seite 167)

Fünf Tipps für angehende Visual Effects Artists

Von Jürgen Schopper, Professor für Film & Animation an der Fakultät Design der TH Nürnberg Georg Simon Ohm und Creative Director für Visual Effects bei ARRI Film & TV München



➤ **1** Liebe zum Film

Du siehst gerne Filme im Kino? Nicht nur aktuelle Blockbuster, sondern auch Filmklassiker, Autorenfilme und abgefahrene Experimente? Hauptsache Kino? Gut! Visuelle Effekte sind nur eine kleine Facette im Prozess der Filmherstellung. Je größer Deine Begeisterung für das Filmmachen als Ganzes ist, umso besser wirst Du später die Zusammenhänge und Schnittstellen innerhalb eines Workflows verstehen und ein Projekt im Kontext der Filmgeschichte einordnen können.

➤ **2** Zeit vergessen

Plötzlich sind nach dem Zeichnen von Storyboards oder dem Ausprobieren von Animationen oder Compositing-Software Stunden vergangen, ohne dass Du es gemerkt hast? Das ist gut. Es zeigt Deine Begeisterung und Leidenschaft für das Thema. Bleib dran!

➤ **3** Kontakte knüpfen

Je mehr Personen aus allen Bereichen des Filmmachens Du kennst, umso besser ist es. Teilnahmen an Foren, Workshops, Messen und Fachkongressen sind ein erster Schritt; danach ein

Job als Praktikant (egal wo: am Set oder in der Postproduction; es muss nur das Filmemachen sein). Von erfahrenen Machern kann man viel lernen, und wenn man höflich fragt, wird einem in der Regel auch alles erklärt. Später sollte man sich allerdings daran erinnern und auch bereit sein, jungen Interessierten zu helfen.

➤ **4 Teamfähig sein**

Filme macht man nicht alleine, sondern ist immer Teil eines Teams. Dabei können sich Positionen stark verändern und manchmal auch komplett umkehren. Man sollte die eigene Arbeit vertreten und begründen können, aber unbedingt kritikfähig sein. Das Wichtigste ist der respektvolle Austausch im Team, der dazu dient, die eigene und die Arbeit der anderen zu verbessern.

➤ **5 Fundierte Ausbildung**

Im Bereich VFX gibt es von Hochschul-Absolventen über Quereinsteiger und Praktikanten-Karrieren alle Erfolgs-Varianten. Empfehlen würde ich ein Studium, da es eine solide Basis und die Möglichkeit eines Entwicklungsprozesses bietet. Informiere Dich vorher, welche Studiengänge für Dich speziell in Frage kommen.

5.6. Musik

Als Rockstar in den Stadien dieser Welt auftreten, als Orchestermusiker in den berühmtesten Opernhäusern spielen oder als Musikproduzent die Nachfolge von Dieter Bohlen antreten – mit der Musikbranche sind sehr viele Träume verknüpft. Wer sich auf den Weg in diese Branche macht, muss sich aber auf ein hartes Geschäft einstellen. Sehr große Konkurrenz und finanzielle Einbrüche in der Plattenindustrie machen die Musikbranche zu einem hart umkämpften Gebiet, wo zum Erfolg auch eine große Portion Glück nötig ist. Wer von einer Musikkarriere träumt, sollte daher früh anfangen und stets einen Plan B in der Tasche haben – und sich bei Misserfolgen auch nicht zu schnell entmutigen lassen.

5.6.1 A&R-Manager

Er entscheidet, wer zum Star gemacht wird und wer nicht. Bei ihm landen die Demotapes, die hoffnungsvolle Bands an die Musiklabels schicken: beim A&R-Manager.

Berufsbild

A steht für Artist (Künstler) und das R bedeutet Repertoire. Der A&R-Manager stellt sozusagen das Bindeglied zwischen den Musikern und der Plattenfirma dar. Er ist ständig auf der Suche nach Newcomern, die möglichst viel Hitpotenzial mitbringen und viele Einnahmen beschieren sollen. Bei ihm landen die Demotapes der Künstler, die sich mit ihren Songs und Stimmen um einen Plattenvertrag bewerben. Aufgrund der immensen Menge an CDs und MP3s, die jeden Tag auf seinem Schreibtisch landet, kann der A&R-Manager eines großen Labels sich gar nicht alle anhören – oder zumindest nicht in dem Maß, wie es die Musik oft verdient hätte. Bei kleineren Plattenfirmen, den sogenannten Independent Labels, ist die Situation besser. Er verlässt sich aber nicht nur auf das Material, das ihm freiwillig zugeschickt wird: ein A&R-Manager beobachtet ständig die Musikszene und ist auf der Suche nach neuen Trends.

Wenn er einen neuen potentiellen Star gefunden hat, ist seine Arbeit nach dem Vertragsabschluss aber noch nicht getan. Er begleitet die Musiker bei ihren ersten Schritten, ist bei den Aufnahmen dabei und entscheidet über das Image, das nach außen getragen werden soll.

Wichtig ist auch die passende PR, für die er strategische Entscheidungen trifft und geeignete Promoter sucht. Im Anschluss versucht er, die neuen Talente gewinnbringend auf dem Markt zu platzieren. Jede Plattenfirma hat einen oder mehrere A&R-Manager fest angestellt. Für sie ist ein funktionierendes Netzwerk aus Kontaktpersonen und Informanten entscheidend. Deshalb arbeitet er auch nicht nur am Schreibtisch, sondern ist der Kontaktpflege wegen auf allen möglichen Veranstaltungen, wie z. B. After-Show-Partys, anzutreffen. Neben dem Vorteil eines sehr spannenden und abwechslungsreichen Arbeitsalltags, trägt ein A&R-Manager aber auch große Risiken. Denn in den Aufbau neuer Künstler investieren Plattenfirmen viel Geld. Wenn daraus ein Flop wird, ist viel verloren. Mehrere Fehlschläge darf sich ein A&R-Manager folglich nicht erlauben. Ob die neue Boygroup aber tatsächlich einschlägt, ist im Vorfeld nicht mit Sicherheit zu beurteilen – ein schwieriger Balance-Akt zwischen riesigem Erfolg und Jobverlust.

Voraussetzungen

Wer A&R-Manager werden will, muss ein sehr gutes Gespür für Musik und Trends haben, um bei Entscheidungen die richtige Wahl zu treffen. Weil dabei auch die richtigen Kontakte entscheidend sind, sollte er kommunikativ sein, über ein großes Netzwerk verfügen sowie sich in der Musikerszene sehr gut auskennen. Da er auch finanzielle Budgets zu verwalten hat, muss er zudem kaufmännische Kenntnisse mitbringen. Risiken darf kein A&R-Manager scheuen, denn sie bestimmen seinen Arbeitsalltag. Auch mit Stress sollte er umgehen können, ebenso dürfen lange Arbeitszeiten kein Problem darstellen, auch zu ungewöhnlichen Zeiten.

Ausbildung

Für den Beruf des A&R-Managers gibt es keinen geregelten Zugang. Als Grundlage bietet sich eine Ausbildung zum Kaufmann für audiovisuelle Medien an, auch ein BWL-Studium kann sich als nützlich erweisen. Entscheidend sind aber bereits beim Berufseinstieg ein gutes Netzwerk und die richtigen Kontakte. Denn oft sind auch Praktika nur auf diese Weise zu bekommen. Und diese sind auch in der Musikbranche nötig, um einen Fuß in die Tür der Plattenfirma zu setzen.

Weiterführender Link:

Forum und Plattform für Musiker: www.musiker-board.de

5.6.2 Musik-Arrangeur

Ein Arrangeur bearbeitet das Werk eines Komponisten, er fügt es zusammen, glättet Harmonien und verfeinert einzelne Stimmen.

Berufsbild

Arrangieren bedeutet, das Werk aus seinem Rohzustand so aufzubereiten, dass es vom Orchester spielbar wird. Nicht jeder Komponist übernimmt diese Aufgabe selbst, sei es aus Zeitgründen oder mangelndem Wissen. Dafür gibt es den Arrangeur, der gemeinsam mit dem Komponisten über die gewünschte Stimmung spricht und diese dann in die Instrumentenstimmen einarbeitet. Dafür gestaltet er einzelne harmonische Elemente genauer aus oder fügt ganz neue Teile hinzu. Auch die Ausarbeitung einzelner Stimmen fällt in seinen Aufgabenbereich. Oft dirigiert ein Arrangeur auch selbst und erarbeitet gemeinsam mit den Musikern die gewünschte Interpretation des Werkes.

Bis in die Siebzigerjahre war Arrangeur ein sehr gefragter Beruf, sowohl für Orchester als auch für die Big Bands der Jazz-Musik. Dann folgte die Erfindung der Keyboards und Synthesizer, die es möglich machte, Instrumente elektronisch zu erzeugen. Seit der Digitalisierung wird noch mehr am Computer erzeugt. Spezielle Programme übernehmen viele Aufgaben des Arrangeurs, machen große Orchester überflüssig und lassen sie auf wenige Mitglieder zusammenschrumpfen, die dann elektronisch verstärkt werden. Daher werden heutzutage auch nur noch wenige Arrangeure benötigt. Diese arbeiten dann hauptsächlich im Bereich der Filmmusik und bei der Erstellung von Musicals.

Ein heutiger Arrangeur ist oft Komponist, Musiker und Produzent zugleich. Er arrangiert seine Werke am PC. Dabei erstellt er ein sogenanntes musikalisches Layout am Computer, das definiert, mit welchem Instrument wann welche Melodie gespielt wird. Weil Orchestermusiker teuer sind und es die Technik ermöglicht, werden bei CD-Produktionen viele Stimmen aus vorgefertigten Sound-Libraries – das sind Musikdateiverzeichnisse – übernommen. Die Aufgaben

eines Arrangeurs ähneln dem des Mischtonmeisters, wobei dieser sich mehr um den technischen Bereich kümmert.

Voraussetzungen

Um eine Komposition gut auszugestalten, muss ein Arrangeur perfekte Kenntnis der Noten- und Harmonielehre besitzen. Am besten spielt er selbst mehrere Instrumente und kennt sich mit deren Gegebenheiten aus. Da er aber für viele unterschiedliche Stimmen schreibt, sollte er sich generell mit den Anforderungen und Einsatzmöglichkeiten der einzelnen Musikinstrumente auskennen. Denn ein Trompeter kann den Ton nicht so lange halten wie beispielsweise ein Violinist. Zwar spezialisieren sich die meisten Arrangeure auf einen Bereich, dennoch ist es wichtig, sich in den verschiedensten Stilen auszukennen, also in der Klassik, im Jazz oder Pop. Da in diesem Beruf heutzutage viel digital geschieht, sollten sich angehende Arrangeure auch nicht vor dem Computer scheuen.

Ausbildung

Die meisten Arrangeure sind selbst Musiker, die über ein klassisches Instrumentenstudium zu diesem Beruf gelangt sind. Dabei ist es allerdings wichtig, sich mit allen und nicht nur mit einzelnen Instrumenten auszukennen. Mittlerweile gibt es auch private Hochschulen, zum Beispiel in München, die ein direktes Studium zum Arrangeur anbieten.

5.6.3 Dirigent

Im schwarzen Frack, mit ausladender Gestik und fliegenden Haaren fuchtelt er für den Laien unverständliche Muster in die Luft – der Dirigent. Das Orchester aber achtet auf jede seiner Bewegungen, denn er gibt die Anweisungen, wann sie spielen sollen.

Berufsbild

Was für den Zuschauer bisweilen wie Zauberei aussehen mag, verlangt neben musikalischem Einfühlungsvermögen die Beherrschung eines Handwerkzeugs: des Taktstocks. Mit diesem zierlichen Stab gibt der Dirigent die Einsätze für die verschiedenen Instrumentengruppen, bestimmt das Tempo oder Tempowechsel und zeigt die Taktart an.

Für jede Taktart gibt es eine geometrische Figur, die der Dirigent in der Luft schlägt. Je nachdem, wo die Spitze des Taktstocks ist, wissen die Musiker an welcher Zählzeit eines Taktes sie sich befinden. Die Aufgaben eines Dirigenten gehen jedoch weit über das reine Takt-schlagen hinaus. Er regelt die Dynamik einer Aufführung sowie das Lautstärkeverhältnis der einzelnen Instrumentalgruppen zueinander. Er stellt gewissermaßen die Balance eines Ensembles her. Dazu gehört auch anzuzeigen, ob das Orchester piano oder forte, also leise oder laut, spielen soll.

Den Beruf des Dirigenten gibt es erst seit Mitte des 19. Jahrhunderts. Der Komponist Carl-Maria von Weber führte eine bis heute gültige Orchestersitzordnung ein, die beispielsweise festlegt, dass die Violinen vom Zuschauerraum gesehen vorne links platziert sind. Auch der Taktstock ist seine Erfindung. Denn zuvor hatten der erste Violinist mit seinem Geigenbogen oder der Cembalist mit seiner Notenrolle die Einsätze angezeigt. Als die Orchester dann immer größer und die Partituren wegen der vielen Stimmen immer unübersichtlicher wurden, kamen die ersten Dirigenten zum Einsatz.

Ein Dirigent leitet das Orchester oder den Chor und gibt nicht nur während der Aufführungen, sondern auch in den Proben bereits den Takt an. Er kümmert sich um eine kontinuierliche Erweiterung des musikalischen Repertoires und studiert im Vorfeld die Partituren. Auch bei Vorspielen für Neubesetzungen ist er anwesend und entscheidet entweder alleine oder gemeinsam mit dem Intendanten. Der ranghöchste Dirigent ist der Generalmusikdirektor, er dirigiert meist die wichtigsten Aufführungen.

Voraussetzungen

Dirigenten müssen neben musikalischer Begabung ein extrem gutes Rhythmusgefühl und ausgeprägtes musikwissenschaftliches Wissen mitbringen. Um aus einem Orchester, das mit seinen vielen Stimmen einen großen Klangkörper darstellt, die Fehlerquelle richtig orten zu können, braucht ein Dirigent ein sehr feines Gehör. Da er leitende Aufgaben übernimmt, sollte er Führungstalent und Durchsetzungsvermögen mitbringen sowie ein gewisses pädagogisches Geschick. Außerdem muss ein Dirigent unbedingt Klavier spielen können, um dort Melodien wiedergeben und mit den Musikern einstudieren zu

können. Dirigieren ist auch körperlich anstrengend, daher sollten Interessenten auf jeden Fall körperlich fit sein, um eine mehrstündige Aufführung gut leiten zu können.

Ausbildung

Dirigat kann an einer Universität oder Musikhochschule in einer sogenannten Kapellmeisterklasse studiert werden. Vor der Aufnahme eines Studiums muss eine umfangreiche Prüfung abgelegt werden, die die Tauglichkeit des Bewerbers feststellen soll. Dafür ist meist ein Abitur zu empfehlen, begabte Bewerber werden aber auch mit Mittlerer Reife angenommen. Das Studium unterscheidet sich, je nachdem ob es zum Orchester- oder Chordirigenten führen soll. Ein Zugang zum Beruf ist auch über die Laufbahn als Korrepetitor möglich.

Weiterführender Link:

Deutscher Bühnenverein – Verband der Theater und Orchester:
www.buehnenverein.de/de/1.html

5.6.4 Discjockey

Den Kopfhörer an einem Ohr, die Hände lässig auf die Plattenteller gelegt und unten eine tanzende Menschenmasse – dieses Bild eines DJs hat wohl jeder im Kopf, der schon einmal in einem Club feiern war.

Berufsbild

Aber zu diesem Beruf gehört ein wenig mehr als cooles Auftreten und die Fähigkeit, einen CD-Spieler anzuschalten. Hinter seinem oft erhöht stehenden Pult voller Regler und Knöpfe versucht der DJ, die Musik so zu gestalten, dass sein Publikum möglichst viel Spaß beim Tanzen hat. Dabei spielt er die Lieder nicht einfach nur ab, sondern verändert sie mithilfe elektronischer oder mechanischer Tricks. Das können beispielsweise Loops sein, dabei wiederholt er eine beliebte Passage oder Refrain mehrmals hintereinander, oder spannungsvolle Unterbrechungen. Der DJ hat zwei Plattenspieler vor sich stehen, die es ihm ermöglichen, die Platten anzuhalten, schneller oder sogar zurückzudrehen. Dies kann entweder analog geschehen, dann legt er echte Platten auf, oder elektronisch. Bei letzterem sind die Platten-

teller dann nur berührungsempfindliche Oberflächen, die den Impuls von seiner Hand an den nebenstehenden Computer weiterleiten, der es dann wie gewünscht abspielt. Der DJ kann die beiden Platten dann wie er möchte gleichzeitig oder getrennt einsetzen. Beliebt ist beispielsweise das Backspinning, dabei wird eine Platte zurückgezogen oder zurückgedreht und dadurch interessante Soundeffekte erzeugt. Beim Beatjuggling werden die Platten, in diesem Fall die zwei gleichen, als Rhythmusseinheiten genutzt. Dabei hält er DJ eine Platte am Taktanfang fest und lässt sie über das Mischpult abspielen. Währenddessen nimmt er die zweite Platte, die bis dahin noch stumm lief, dreht sie auf den gleichen Taktanfang und lässt sie dann einblenden, wenn der Takt der ersten Platte vorbei ist. Dieses Vorgehen wiederholt er immer wieder. Das bekannteste DJ-Instrument ist wohl das Scratching. Dabei wird eine Platte immer wieder rhythmisch hin und her bewegt, die aufliegende Nadel erzeugt dann die typischen Geräusche. Wichtig ist bei allem aber immer, die Stimmung der Menge im Blick zu behalten und entsprechend darauf zu reagieren. Wer als DJ erfolgreich sein will, muss seinen eigenen Stil entwickeln und dadurch Fans gewinnen, um an Auftritte zu gelangen. Die meisten DJs arbeiten allerdings nur nebenberuflich, da die geringen Verdienste für den Lebensunterhalt nicht ausreichen. Viele arbeiten daher zusätzlich beim Radio, in Plattenläden oder in der Musikbranche. Am meisten verdienen diejenigen, die neben dem Auflegen noch eigene Tracks produzieren.

Voraussetzungen

Wer DJ werden will, muss sich zuerst das passende Equipment besorgen. Dafür braucht man zwei Plattenspieler (analog oder digital), bei analogen zusätzlich ein Mischpult mit Audio Interface, Laptop und Kopfhörer. Um zuhause zu üben, sind auch möglichst gute Lautsprecherboxen von Vorteil. Zwar ist das digitale Equipment günstiger, allerdings muss man trotzdem recht tief in die Tasche greifen, um sich die passende Ausrüstung zusammenzustellen. Extrem wichtig ist eine große Musiksammlung, die auch erst erworben werden muss. Allgemein sollten sich angehende DJs auf lange Arbeitszeiten einstellen – sie arbeiten immer dann, wenn andere Feierabend haben – und auf harte Konkurrenz, denn die meisten Clubs können sich vor

Bewerbungen kaum retten. Interessenten sollten Durchhaltewillen und Musikalität mitbringen, denn ohne Rhythmusgefühl geht in diesem Beruf generell nichts.

Ausbildung

DJ ist in Deutschland kein anerkannter Ausbildungsberuf. Gebucht wird, wer die Plattenteller beherrscht, für gute Stimmung sorgen kann und Fans mitbringt. Der Einstieg gelingt am besten über viel Übung zuhause und anschließenden Auftritten in kleineren Locations, um sich einen Namen aufzubauen. Fachleute sagen, dass Anfänger mindestens ein Jahr brauchen, um sich genügend Fähigkeiten und eine respektable Musiksammlung für erste Auftritte anzueignen. Es gibt aber auch einige private Institute, die Ausbildungen zum DJ anbieten und die technischen sowie musikalischen Grundlagen vermitteln.

Weiterführender Link:

Informationsblog über den Einstieg als DJ: www.dj-werden.de

5.6.5 Generalmusikdirektor

Er ist der ranghöchste Dirigent und übernimmt die künstlerisch-musikalische Leitung eines Orchesters, Chores oder Theaters – der Generalmusikdirektor. Er wird oft auch Chefdirigent oder Musikdirektor genannt.

Berufsbild

Gemeinsam mit den Musikern einer Spielstätte probt, studiert und erarbeitet der Generalmusikdirektor die Stücke. Während der Proben spricht er sich mit dem Regisseur und dem Spielleiter einer Inszenierung ab. Als Führungsperson arbeitet er auch eng mit dem Intendanten und Dramaturgen zusammen und ist an wichtigen Entscheidungen beteiligt. Seine Aufgaben reichen weit über einzelne Konzerte oder die vorangehenden Proben hinaus. Meist ist er fest angestellt, diese Position nennt sich auch Bestallung. Dabei gehört es zu den Aufgaben eines Generalmusikdirektors, das musikalische Programm zu gestalten und zu planen. Er ist also maßgeblich an der Entscheidung beteiligt, welche Stücke das Orchester in der nächsten Saison

aufführt. Auch Personalvorschläge für Solisten oder Gastdirigenten kann er einbringen und entscheidet über Vertragsverlängerungen von Musikern oder Ensemblesängern.

Generalmusikdirektoren arbeiten häufig an Opernhäusern oder an anderen großen Spielstätten wie etwa Staatstheatern oder Mehrspartenspielstätten. Letzteres bedeutet, dass ein Theater nicht nur Schauspiel, sondern auch Operninszenierungen, Operetten, Musicals und Ballett im Programm hat. Wie Dirigenten auch, wechselt ein Generalmusikdirektor während seiner beruflichen Laufbahn immer wieder die Spielstätte. Durch diesen Wechsel hat er die Möglichkeit, sich neuen Herausforderungen zu stellen und zunehmend verantwortungsvollere Aufgaben zu übernehmen.

Voraussetzungen

Neben einer großen musikalischen Begabung werden für diese Position viel Ehrgeiz und Engagement gefordert. Um Generalmusikdirektor zu werden, muss man eine langjährige Berufserfahrung als Dirigent mitbringen. Dabei werden meist Persönlichkeiten gesucht, die über weitreichende Erfahrungen im Bereich von Oper und Konzerten verfügen. Weil ein Generalmusikdirektor ein viele Mitglieder starkes Orchester leitet, sind auch Führungs- und Managementqualitäten gefragt, wie beispielsweise Durchsetzungsfähigkeit.

Ausbildung

Um die Laufbahn eines Generalmusikdirektors einzuschlagen, sind verschiedene Wege möglich. Meist ist dafür ein Studium erforderlich. Dabei kann beispielsweise Komposition studiert werden oder Orchesterleitung. Quereinstiege besonders begabter Musiker, die auch bereits als Dirigent tätig waren, sind ebenfalls möglich. Wichtig ist auf jeden Fall immer eine mehrjährige Erfahrung als Dirigent eines größeren Orchesters.

Weiterführende Links:

Genossenschaft Deutscher Bühnen-Angehöriger: www.buehnengenossenschaft.de
Deutscher Bühnenverein – Verband der Theater und Orchester:
www.buehnenverein.de

5.6.6 Komponist

Aus ihrer Feder stammen Opern, Orchesterstücke oder Filmmusik. Komponisten schaffen meist abendfüllende Werke, was sie von den Songwritern unterscheidet, deren Stücke im Allgemeinen circa drei Minuten dauern.

Berufsbild

Der Komponistenberuf besteht daraus, Werke zu schreiben, die von anderen aufgeführt werden. Komponisten finden ein reichhaltiges Betätigungsfeld vor, sie schreiben für Ballettgruppen, Symphonie- und Rundfunkorchester, Kapellen und Chöre, Opern- und Schauspielhäuser oder Theater- und Konzertveranstalter. Ebenso komponieren sie für Musikvereine, Musikhochschulen und -akademien oder kreieren Filmmusik. Auch Werbemelodien, die sogenannten Jingles, werden von ihnen geschrieben. Komponisten haben in der Regel ein Werkverzeichnis, das Stücke verschiedener Gattungen enthält. Sie arbeiten oft mit Musikverlegern zusammen, die ihre Kompositionen für Aufführungen bereitstellen und rechtliche Abwicklungen übernehmen.

Häufig handelt es sich bei den Werken des Komponisten um Auftragsarbeiten. Das bedeutet, er entwickelt die Tonfolgen und Melodien nach den Vorgaben seiner Auftraggeber. Im Anschluss legt er ihnen die fertige Komposition vor und überarbeitet das Stück gemäß den Änderungswünschen. Wenn ein Komponist von sich aus ohne konkreten Auftrag ein Stück schreibt, bietet er es potentiellen Abnehmern an, um auch damit Geld zu verdienen. Als Kunden bieten sich Opernhäuser, Filmstudios oder Werbeagenturen an.

Die Berufsbezeichnung des Komponisten ist staatlich nicht geschützt, daher kann jeder seine musikalischen Werke zum Verkauf anbieten. Fast alle Komponisten arbeiten freiberuflich.

Voraussetzungen

Wer Komponist werden möchte, sollte neben großer Musikalität auch Wissen über Musiktheorie, Harmonielehre und die Besonderheiten der einzelnen Instrumente mitbringen. Ideenreichtum und Kreativität sind für diesen Beruf unentbehrlich. Auch Fantasie und Einfühlungsvermögen sind beim Komponieren wichtig. Weil Komponisten oft

Durststrecken überstehen müssen, zum Beispiel, wenn es anfangs darum geht, sich einen Namen aufzubauen, ist außerdem Geduld gefragt.

Ausbildung

Komposition kann an Musikhochschulen studiert werden, entweder als eigenständiger Studiengang oder im Rahmen eines Musikstudiums. Bewerber müssen sich, ebenso wie angehende Musiker, einer strengen Aufnahmeprüfung unterziehen, die die Eignung feststellen soll. Normalerweise wird für ein Komponistenstudium Abitur gefordert, bei Nachweis einer besonderen künstlerischen Begabung ermöglichen einige Hochschulen die Aufnahme aber auch unabhängig von der Schulbildung.

Wer in dieses Business einsteigen will, braucht ein gutes Netzwerk und Kontakte in allen möglichen Bereichen. Wegen der oft schwierigen finanziellen Situation in diesem Beruf ist es ratsam, sich ein zweites Standbein zu schaffen, beispielsweise als Musiklehrer. Wer zeitgenössische Stücke komponieren will, sollte sich auf jeden Fall in den Bereichen der Film-, Bühnen- oder Werbemusik umsehen und möglichst einen Verlag finden, mit dem er einen Autorenexklusivvertrag abschließen kann. Auch die Teilnahme an Wettbewerben ist empfehlenswert, da durch einschlägige Preise die Bekanntheit des eigenen Namens gesteigert wird.

Weiterführende Links:

Deutscher Komponistenverband (DKV): www.komponistenverband.de

CC Composers Club e.V. – Berufsverband der Auftragskomponisten in Deutschland:
www.composers-club.de

Deutsches Musikinformationszentrum: www.miz.org

Deutscher Musikrat: www.musikrat.de

Deutscher Bühnenverein: www.buehnenverein.de

5.6.7 Korrepetitor

Ein Korrepetitor unterstützt die Vorbereitungen und Proben einer Inszenierung musikalisch. Dabei spielt er Klavier und studiert mit den Schauspielern, Tänzern oder Sängern Gesangspartien ein und geht mit ihnen die Noten durch.

Berufsbild

Bereits beim ersten Vorsingen für eine Inszenierung ist der Korrepetitor dabei. Er übernimmt die musikalische Begleitung der Bewerber am Klavier. Während der Proben unterstützt er die Sänger und Schauspieler einzeln dabei, ihre Stücke musikalisch auszuarbeiten. Er achtet auch darauf, dass sie die einzelnen Worte deutlich betonen und korrekt aussprechen. Denn oft sind die Opern und Musikstücke nicht in Deutsch, sondern Italienisch oder Französisch verfasst. Bei den szenischen Proben ersetzt der Korrepetitor das Orchester, indem er dessen Melodie auf dem Klavier spielt. Er unterstützt die Sänger und Schauspieler dabei, eigene Ideen und Interpretationen zu entwickeln und sie auf der Bühne zu realisieren. Dabei gibt er Ratschläge zur technischen Umsetzung einer Gesangspartie. Das letzte Wort bei der Inszenierung und Umsetzung hat jedoch immer der Dirigent oder Regisseur. Der Korrepetitor hilft den Sängern dabei vielmehr, sich in ihrer Rolle einzufinden. Wenn der Dirigent oder Choreograph während der Proben Tempoänderungen vornehmen, muss er auf diese sofort reagieren und sie weitergeben. Manchmal dirigiert ein Korrepetitor auch selbst oder übernimmt Aufgaben eines Chorleiters, dies hängt von seinen Verpflichtungen je nach Arbeitsstätte ab.

Der leitende Korrepetitor eines Theaters oder einer Oper wird Studienleiter genannt. In seinen Tätigkeitsbereich fallen zusätzlich noch organisatorische Aufgaben, wie die Koordination der Probenpläne und die Einteilung der übrigen Korrepetitoren. Ein Beleuchtungsrepetitor übernimmt dagegen andere Aufgaben. Er kümmert sich um die musikalisch festgelegten Lichtwechsel und steuert das Einspielen von Geräuschen.

Voraussetzungen

Ein angehender Korrepetitor muss in jedem Fall musikalisch begabt sein. Dazu zählt nicht nur die Musikalität selbst, sondern auch ein Gespür für Klangwahrnehmung und -wirkung. Wer Korrepetitor werden möchte, sollte schon früh begonnen haben, Klavier zu spielen, denn dieses stellt später sein Hauptarbeitswerkzeug dar. Für seine Arbeit ist es zwingend notwendig, Orchesterpartituren lesen und auf dem Klavier auch spielen zu können.

Ebenso ist ein Gespür für Sprachen wichtig, um bei den Sängern Fehler in der Aussprache erkennen und verbessern zu können. Besonders Französisch- und Italienischkenntnisse werden gern gesehen, da viele Opern in diesen Sprachen verfasst sind. Da ein Korrepetitor mit vielen verschiedenen Personen zusammenarbeitet und sie anleitet, sind auch ein gewisses pädagogisches Geschick und Improvisationstalent gefragt.

Ausbildung

Korrepetitoren haben in der Regel ein Studium im Bereich Dirigieren oder Chorleitung absolviert. Ein reines Klavierstudium reicht meist nicht aus, denn die für diesen Beruf erforderliche Flexibilität und das Improvisationsvermögen werden dort nicht vermittelt. An einigen Musikhochschulen wird auch ein eigener Studiengang im Fach Korrepetition angeboten. Nicht selten steigt ein Korrepetitor nach einigen Jahren beruflicher Erfahrung zum Dirigenten auf. Wer also Dirigent werden will, für den ist auch der Berufseinstieg über eine Korrepetitor-Stelle eine Möglichkeit.

Weiterführender Link:

Deutscher Bühnenverein – Verband der Theater und Orchester:
www.buehnenverein.de/de/1.html

5.6.8 Managing Director

Er steht an der Spitze eines Plattenlabels und trifft alle wichtigen Entscheidungen: der Managing Director. Er ist vergleichbar mit dem Geschäftsführer eines Unternehmens.

Berufsbild

Der Managing Director ist der Chef einer Plattenfirma, er legt die Ziele des Konzerns fest und plant die dafür notwendigen Strategien. Daher ist er auch derjenige, der entscheidet, welche Bands oder Musiker unter Vertrag genommen werden. Denn aus der Vielzahl der täglich eingesandten Demo-Tapes von hoffnungsvollen Nachwuchskünstlern haben nur wenige das Glück, tatsächlich einen Plattenvertrag zu erhalten. Zwar sichten zuvor seine Mitarbeiter, wie beispielsweise der A&R-Manager, die Demo-Tapes, die endgültige

Entscheidung trifft aber der Managing Director. Er kalkuliert, wie viel Geld der Aufbau des Künstlers kosten würde und was er dem Plattenlabel nach einiger Zeit einbringen wird – je höher der mögliche Gewinn, desto höher die Wahrscheinlichkeit, dass der Musiker einen Vertrag bekommt. Um solche Entscheidungen abschätzen zu können, muss der Managing Director die Marktsituation sehr gut kennen und wissen, was gerade bei welcher Zielgruppe angesagt ist. Er entwickelt auch Verkaufskonzepte, also wie man mit den Musikern möglichst viel Geld einnehmen kann. Dazu gehören neben geschickten Werbestrategien zum Album auch Besonderheiten in der Tourplanung und die Verbreitung von Merchandise-Artikeln. Er hat auch bei finanziellen Entscheidungen das letzte Wort und handelt oft selbst die Konditionen aus.

Der Managing Director ist verantwortlich für den Erfolg des Unternehmens. Dafür gibt er für alle übrigen Führungskräfte und Mitarbeiter die strategische Richtung vor. Sein Ziel ist es, mit den unter Vertrag genommenen Musikern möglichst erfolgreich und somit profitabel zu sein. Oft vertritt der Managing Director sein Unternehmen auch in der Öffentlichkeit, um dessen Erfolge publik zu machen.

Voraussetzungen

Ein Managing Director braucht ausgezeichnete Kenntnisse der Musikbranche, um sein Unternehmen erfolgreich führen und die richtigen Entscheidungen treffen zu können. Auch betriebswirtschaftliches Wissen, strategisches Denken und unternehmerisches Verständnis sind für diesen Beruf wichtig. Weil er als Leiter einer Plattenfirma seine Mitarbeiter führt, muss er zudem Durchsetzungsfähigkeit, Entscheidungsfreude und Motivationsfähigkeit mitbringen.

Ausbildung

Zur Position des Managing Directors führt kein festgelegter Ausbildungsweg. Da es sich aber um den höchsten Führungsposten in der Musikbranche handelt, ist er als oberste Sprosse der Karriereleiter zu sehen. Zuvor sind also eine Menge Berufserfahrung und viele Jahre Arbeit auf anderen Positionen erforderlich, beispielsweise als A&R-Manager.

5.6.9 Musicaldarsteller

Sich in „Tarzan“ von Liane zu Liane schwingen, bei „Starlight Express“ in Rollschuhen über die Bühne düsen oder in „Cats“ mit Samtpfötchen auftreten – ein Musicaldarsteller kann in die unterschiedlichsten Rollen schlüpfen.

Berufsbild

Singen, tanzen, schauspielern – das alles muss ein Musicaldarsteller im Repertoire haben, wenn er auf großen Bühnen auftreten will. Während sich Sänger oder Schauspieler meist auf ein Gebiet beschränken, muss ein Musicaldarsteller in jedem Bereich fit sein. Je nach Produktion kommen noch zusätzliche Fähigkeiten hinzu, die er einstudiert – zum Beispiel Rollschuhlaufen, Akrobatik oder Fechten. In einem solchen Bühnenauftritt steckt viel harte Arbeit. Der Berufsalltag eines Musicaldarstellers ist mit Proben und Aufführungen gefüllt, die oft bis in den späten Abend oder die Nacht hinein reichen können. Es wird so lange geprobt, bis der Regisseur einverstanden ist und alle Szenen sitzen. In der Aufführungsphase, die bei Musicals oft jahrelang dauert, werden meist zwei Vorstellungen pro Tag gegeben, sieben Tage die Woche. Dies kann für die Darsteller sehr anstrengend sein. Für Krankheitsfälle gibt es für jede Rolle eine Zweitbesetzung. Während am Theater diese Reserve nur im tatsächlichen Krankheitsfall einspringt, werden bei großen Musicals die Rollen oft gleichmäßig aufgeteilt. Das bedeutet, dass je nach Tag der Vorstellung ein anderer Darsteller den Part übernimmt oder sie sich periodisch abwechseln. Wie lange ein Engagement bei einem Musical dauert, ist sehr unterschiedlich. Dies ist ähnlich wie bei Schauspielern, Sängern, Musikern oder auch technischen Berufen im Theater- und Schauspielbereich, wie etwa Tontechnikern. Die Möglichkeiten reichen von Verträgen, die über eine oder zwei Spielzeiten andauern, bis hin zu längerfristigen Engagements bei großen und erfolgreichen Produktionen. Da der Beruf in den meisten Fällen aus befristeten Anstellungen besteht, müssen sich Musicaldarsteller stets nach neuen Rollen umsehen. Dafür gehen sie zu Castings und Auditions, den sogenannten Vorsprechen.

Voraussetzungen

Angehende Musicaldarsteller müssen Begabung im Singen, Tanzen und Schauspielern mitbringen. Dazu gehören auch eine gewisse Ausstrahlung und künstlerischer Instinkt. Musikalität, Rhythmusgefühl und körperliche Fitness sind in diesem Beruf ebenfalls wichtig, genauso wie Flexibilität. Denn oft dauern die Proben und Aufführungen bis in die Nacht hinein oder finden an Sonn- und Feiertagen statt. Wegen der wechselnden Engagements ist häufig ein Umzug in eine andere Stadt notwendig.

Grundvoraussetzungen für eine Karriere als Musicaldarsteller sind auch Engagement, viel Energie, Durchhaltevermögen sowie Disziplin und Ehrgeiz. Denn allein die Aufnahme an einer Musicalschule, wo man den Beruf erlernen kann, stellt oft schon eine Herausforderung dar.

Ausbildung

Im deutschsprachigen Raum gibt es ein paar Hochschulen, die explizit zum Musicaldarsteller ausbilden. An diesen staatlichen Hochschulen erhalten die Studenten ein Diplom als Abschluss. Darüber hinaus gibt es eine Vielzahl von privaten Musicalschulen, die im Vergleich zu den staatlichen jedoch um einiges teurer sind. Um bei einer der Hochschulen aufgenommen zu werden, müssen sich die Bewerber in mehrtätigen Bewerbungsverfahren beweisen. Denn die Bewerberzahlen sind hoch, freie Plätze gibt es dagegen nur wenige. Die Ausbildung selbst dauert meist drei bis vier Jahre und umfasst Fächer wie schauspielerische Grundausbildung, Jazz- und Stepptanz, Sprecherziehung, Gesangsunterricht und Ensemblearbeit im Chor. Darüber hinaus stehen Musiktheorie, Musical- und Theatergeschichte sowie Bewegungstheorie auf dem Stundenplan.

Auch ausgebildete Sänger, Tänzer oder Schauspieler können, mit entsprechender Qualifikation, für ein Musical engagiert werden.

5.6.10 Musiker

Mit flinken Fingern Bachs Sonaten auf dem Klavier zaubern oder als Rockgitarrist von zehntausenden Menschen bejubelt werden – von einer Tätigkeit als Musiker träumen viele.

Berufsbild

Die Arbeitsmöglichkeiten für Musiker sind extrem vielfältig. Ob Pop, Hip Hop, Rock, Klassik oder volkstümliche Musik, das sind nur einige Beispiele. Aber nicht nur durch die Stilrichtungen oder Instrumente lassen sich die Tätigkeitsbereiche der Musiker unterscheiden. Denn je nachdem, wo man arbeitet, gibt es unterschiedliche Dinge zu tun.

Musiker Populärmusik: Die Populärmusik umfasst nicht nur den gemeinhin als „Pop“ bekannten Musikstil, sondern alle modernen Musikrichtungen wie Electro, Dance, Rock und Co. In diesem Bereich kann man als Solosänger, als Band oder Duett durchstarten, es gibt keine festen Regeln. Dafür ist der Markt extrem hart umkämpft. Um einen der begehrten Plattenverträge zu bekommen, müssen Musiker nicht nur sehr gut sein, sondern noch viele andere Eigenschaften wie ein gutes Netzwerk, Hartnäckigkeit und Wiedererkennungswert mitbringen. Zusätzlich braucht es noch eine große Portion Glück. Auch wenn täglich hunderte Demo-Tapes verschickt werden, so ist die Chance, als Unbekannter von einem großen Label angenommen zu werden, sehr gering. Besser fährt man oft, wenn man bei einem kleinen oder Independent-Plattenlabel startet und dann abgeworben wird. Und nicht nur die Musik bestimmt den Alltag eines Musikers, denn viele andere finanzielle und organisatorische Dinge müssen beachtet werden. So sollte sich zum Beispiel jeder, der eigene Songs schreibt oder spielt, bei der GEMA anmelden. Denn so bekommt er für jedes Mal, wenn das Lied gespielt wird, einen gewissen Betrag ausgezahlt, die sogenannten Tantiemen. Wer es schon so weit geschafft hat, dass er viele Konzerte spielt und in Kontakt mit Plattenlabels steht, für den ist oft ein Manager hilfreich. Dieser kennt sich bestens mit den rechtlichen und finanziellen Gegebenheiten aus, handelt für die Musiker Verträge aus und plant Termine.

Studios Musiker: Neben den Stars auf der Bühne gibt es noch eine andere Möglichkeit, in diesem Bereich sein Geld zu verdienen: als Studios Musiker. Für viele Plattenaufnahmen brauchen die Künstler mehr Instrumente, als sie selbst haben oder spielen können. Beispielsweise einzelne Sänger werden so begleitet, oder das übliche Band-repertoire durch zusätzliche Instrumente erweitert. Studios Musiker sind entweder im Studio angestellt oder werden für einzelne Produk-

tionen gebucht. Obwohl ohne sie viele Platten nicht so gut klingen würden, agieren Studiomusiker im Hintergrund und bekommen wenig vom großen Ruhm mit, denn auf den meisten Alben finden sie keinerlei Erwähnung.

Orchestermusiker: Im Theater und der Oper sitzen sie vor der Bühne, verborgen vor den meisten Zuschauerblicken, im schwarzen Frack oder Kleid. Gehört werden sie mit ihren Bratschen, Geigen, Querflöten, Harfen oder Cellos hingegen vom gesamten Publikum – die Orchestermusiker. Bei einzelnen Konzerten gehört ihnen die gesamte Bühne. Gemeinsam mit dem Dirigenten studieren sie musikalische Stücke ein und führen sie am Konzert- oder Vorstellungsabend auf. Unabhängig davon, welches Instrument ein Orchestermusiker spielt, nimmt er an allen gemeinsamen Proben teil. Wenn seine Abschnitte und Passagen gerade nicht geprobt werden, verfolgt er die restlichen Abläufe, Einsätze und Vorgaben des Dirigenten und liest die Noten mit. Denn damit das Orchester harmonisch zusammenspielen kann, müssen alle Musiker die Abläufe kennen. Zusätzlich zu den gemeinsamen Proben, übt jeder eigenverantwortlich seine Passagen. Da es bei diesen Konzerten um die gemeinsame Klangwirkung geht, sollten Orchestermusiker nicht auf eine Solokarriere aus sein. Dennoch gibt es auch im Orchester eine Rangfolge unter den Musikern, beispielsweise die erste und zweite Violine. Arbeit für ausgebildete Orchestermusiker gibt es bei Sinfonie-, Opern- und Kammerorchestern sowie bei Rundfunkanstalten. Dort sind sie entweder fest angestellt oder freiberuflich als sogenannte Springer tätig. Das bedeutet, sie werden für die unterschiedlichsten Produktionen eingesetzt, beispielsweise wo gerade ein Posaunist benötigt wird.

Voraussetzungen

Eine Musikerkarriere beginnt nicht erst mit dem Eintritt ins Berufsleben. Fast alle erfolgreichen Musiker haben bereits als Kind angefangen, ihr Instrument zu lernen und sich durch stetiges Üben verbessert. Für die verschiedenen Musikinstrumente gibt es unterschiedliche Einstiegsalter, die empfehlen, ab wann man beginnen sollte bzw. die körperlichen Gegebenheiten es möglich machen. Geige und Klavier können bereits Sechsjährige spielen, für ein Cello muss man naturgemäß bereits etwas größer sein, es bietet sich ab einem Alter

von zehn Jahren an. Trompete beispielsweise sollte man aber erst mit zwölf Jahren beginnen, denn für den festen Druck, der dabei ausgeübt werden muss, sollten die Zähne fertig ausgebildet sein. Regelmäßiges Üben ist auf jeden Fall unabdingbar, egal welches Instrument man spielt. Um Erfahrungen zu sammeln, bieten sich dabei neben Privatunterricht, Musikgymnasien und städtischen Musikschulen auch Schul- oder freie Jugendorchester an. Dort lernt man auch, mit anderen zusammen zu spielen. Generell ist für eine Musikerkarriere allerdings eine Menge Disziplin und Durchhaltewillen nötig, Eigenschaften die auch im späteren Berufsleben immens wichtig sind, um beispielsweise Durststrecken zu überstehen.

Während es für Orchester- und Studiomusiker sogar wichtig ist, teamfähig und nicht auf eine Solokarriere aus zu sein, gelten für Pop- und Rockmusiker andere Bedingungen. Weil sie alleine, oder nur zu wenigen, im Rampenlicht stehen, müssen sie Aufmerksamkeit auf sich ziehen können. Sie müssen neben Talent also auch das gewisse Etwas mitbringen. Das besteht aus einer Mischung aus Charisma, Kontaktfreudigkeit und sogar einer Portion Verrückt- oder Ausgefallenheit. Weil die Plattenfirmen Musiker in diesem Bereich auf möglichst allen Kanälen vermarkten wollen, sind für Populärmusiker auch gutes Aussehen oder Wiedererkennungswert von Vorteil.

Leider ist aber auch mit großem Talent und hervorragenden Kenntnissen noch keine große Musikerkarriere garantiert. Deshalb sollten angehende Musiker möglichst kreativ und vielseitig sein sowie ein funktionierendes Netzwerk besitzen, um überhaupt die Chance für ein Vorspiel zu bekommen. Wer Musiker werden möchte, sollte sich auf ein hartes Geschäft einstellen und auch mit Konkurrenzsituationen umgehen können.

Ausbildung

Um Musiker zu werden, werden die unterschiedlichsten Ausbildungen angeboten. Zusammengefasst gibt es drei unterschiedliche Zugänge: über eine private schulische Ausbildung, die je nach Bundesland unterschiedlich geregelt ist, über ein Hochschulstudium oder als Quereinsteiger. Während im Klassikbereich fast immer ein Studium vorausgesetzt wird, gibt es besonders im Bereich der Rock- und Popmusik sehr viele Quereinsteiger.

Die schulischen Ausbildungen zum Musiker gibt es in drei Bereichen: als Musiker/Musikerin Jazz, als Musiker/Musikerin Pop/Rock und als Musiker/Musikerin Kirchenmusik. Die ersten beiden Ausbildungsrichtungen dauern jeweils ca. zwei Jahre und finden an privaten Schulen statt. Die Lehre zum Musiker Kirchenmusik hingegen findet an Berufsfachschulen oder Kirchenmusikschulen statt und dauert ebenfalls zwei Jahre. Pop und Rockmusik kann mittlerweile auch an vielen privaten Hochschulen studiert werden.

Als Orchestermusiker wird fast immer ein Studium verlangt. Dieses kann an Universitäten oder Musikhochschulen absolviert werden. Neben der allgemeinen oder fachgebundenen Hochschulreife muss in einer Aufnahmeprüfung das musikalische Können in einem Haupt- und einem Nebeninstrument gezeigt werden. Dafür müssen mehrere Stücke aus unterschiedlichen Epochen gespielt sowie Klausuren zu Musiktheorie geschrieben werden. Ein fehlendes Abitur ist dabei aber kein Hindernis, denn wenn eine außergewöhnliche musikalische Begabung nachgewiesen werden kann, können Studenten auch ohne Hochschulreife zugelassen werden. Das gleiche gilt für besonders talentierte Jugendliche, die so bereits während der Schulzeit nebenher studieren können. Für den Berufseinstieg nach dem Studium empfehlen sich Probespiele bei Orchestern, die im Internet und Fachzeitschriften ausgeschrieben sind. Auch die Zusammenarbeit mit einer Künstleragentur bietet sich an. Mit zusätzlichen Kenntnissen, z. B. im Bereich Filmmusik, kann man auch als Arrangeur arbeiten.

Weiterführende Links:

Deutscher Bühnenverein – Bundesverband der Theater und Orchester:

www.buehnenverein.de

Forum und Plattform für Musiker: www.musiker-board.de

5.6.11 Musiklehrer

Sie unterrichten Gesang oder Gitarre, Schlagzeug oder Trompete und begeistern so manches junge Talent für die Musik – die Musiklehrer.

Berufsbild

An jeder staatlichen Schule, also Grund-, Haupt-, Real- oder Förderschulen und Gymnasien, arbeiten Musiklehrer. Weitere Arbeitsmög-

lichkeiten für sie gibt es an städtischen oder privaten Musikschulen oder als komplett selbstständige Tätigkeit. Musiklehrer bringen ihren Schülern das Singen oder die verschiedensten Instrumente bei, je nach ihrem eigenen Können. Auch die Notenlehre und Grundkenntnisse in Musiktheorie und Musikgeschichte vermitteln sie. Es gibt auch viele Konzert- und Orchestermusiker, die neben ihrer Bühnentätigkeit privat besonders begabte Kinder und Jugendliche unterrichten.

Je nach Arbeitsort unterscheiden sich die Tätigkeiten von Musiklehrern. So sind an staatlichen Schulen die Unterrichtsinhalte durch Lehrpläne festgelegt und an das Alter der Kinder angepasst. Während an Grundschulen mit einfachen praktischen Übungen das Interesse der Schüler geweckt werden soll, werden an Gymnasien auch tiefergehende wissenschaftliche Aspekte der Musiktheorie gelehrt. An den städtischen bzw. privaten Musikschulen und im Privatunterricht richtet sich das Vorgehen nach dem individuellen Können der Schüler. So werden beispielsweise Kleinkinder spielerisch an erste Instrumente wie Xylophon herangeführt, während begabte ältere Schüler schon für Konzerte oder Aufnahmeprüfungen vorbereitet werden. Der Vorteil des privaten Musikunterrichts ergibt sich für die Lehrer dadurch, dass die Schüler diesen meist freiwillig besuchen und meist auch besonders begabt sind.

Voraussetzungen

Angehende Musiklehrer sollten musikalisches Talent besitzen und möglichst mehrere Instrumente spielen können. Außerdem sind pädagogisches und didaktisches Geschick sehr wichtig. Das bedeutet, dass sie gerne mit Kindern und Jugendlichen zusammenarbeiten sollten und in der Lage sein müssen, ihr Fachwissen auch entsprechend weiterzugeben.

Ausbildung

Es gibt die Möglichkeit, Lehramt Musik zu studieren. Dieses wird an Musikhochschulen angeboten und unterscheidet sich von der Länge her je nach der gewählten Schulform, an der später unterrichtet werden soll. Für Realschulen muss in der Regel sieben Semester und für Gymnasien neun Semester lang studiert werden. Vor Aufnahme des Studiums gilt es, erfolgreich ein Eignungsverfahren zu absolvieren.

Dabei sind eine künstlerisch-praktische und eine schriftliche Prüfung im theoretischen Bereich zu bestehen.

An städtischen oder privaten Musikschulen arbeiten viele Musiklehrer, die früher selbst Musiker waren – oder es nebenbei immer noch sind. Diese sind über ein reines Musikstudium ihres Instruments zu diesem Beruf gelangt.

5.6.12 Musikproduzent

Er sitzt an einem riesigen Mischpult voller Regler und Knöpfe, während der Sänger hinter der Glasscheibe seine Lieder einsingt. Der Musikproduzent leitet die Aufnahme einer Platte, im künstlerischen und technischen Bereich.

Berufsbild

Ein Musikproduzent fertigt mit den Sängern und Musikern die Aufnahme eines Albums an. Dies beginnt bereits mit der Songauswahl. Er diskutiert mit den Künstlern, welche Lieder am besten zu ihrer Stimme passen, welche sich für das Album oder für eine Singleauskopplung eignen. Bei den Songs selbst redet der Produzent auch mit. Er macht Vorschläge zu harmonischen Verbesserungen oder Textänderungen. Viele Produzenten schreiben auch eigene Songs. Wenn sich alle geeinigt haben, beginnt die Aufnahme im Studio, wobei dort oft nochmals Änderungen vorgenommen werden. Wenn zusätzliche Studiomusiker benötigt werden, kümmert sich der Musikproduzent um die Organisation. Während die Künstler spielen und singen, pegelt er die Lautstärken und mischt die Tonspuren. Dabei unterstützt ihn oft ein Tontechniker. Gemeinsam feilen sie so lange an einem Song, bis er das Maximum an Ausdruck erreicht hat.

Der Musikproduzent ist verantwortlich für die Qualität des Produkts gegenüber der Plattenfirma. Das bedeutet, dass er eine Balance finden muss zwischen den inhaltlichen Vorgaben der Plattenfirma, die meist kommerziell ausgerichtet sind, und den musikalischen Wünschen der Künstler. Der Job des Musikproduzenten beinhaltet auch einen psychologischen Aspekt, den er sich mit dem A&R-Manager teilt – die Künstler zu motivieren, zu lenken und eventuelle Streitigkeiten zu schlichten. Musikproduzenten arbeiten in den meisten Fällen selbstständig.

Oft beauftragt die Plattenfirma auch einen sogenannten Executive Producer. Dieser soll die Aufnahme finanziell und zeitlich überwachen. Er organisiert und finanziert die Produktion gewissermaßen, wobei er als Mittler zwischen Künstler und Plattenfirma agiert. Im Gegensatz zum Musikproduzenten übernimmt der Executive Producer aber nur administrative Aufgaben, die Entwicklung oder Verbesserung eines Songs fallen nicht in seinen Tätigkeitsbereich.

Voraussetzungen

Ein Musikproduzent muss über ein hervorragendes Gehör verfügen und Wissen über Komposition und Songwriting mitbringen. Im Idealfall sind Musikproduzenten selbst Musiker oder können mindestens ein Instrument spielen, da sie so das richtige Gefühl für Musik entwickeln. Weil ein Produzent ebenso wie die Künstler, die er betreut, auf Erfolge angewiesen ist, sollte er außerdem ein Gespür für musikalische Hits besitzen. Er braucht auch Einfühlungsvermögen und diplomatisches Geschick, um den Musikern seine Änderungsvorschläge angemessen vermitteln zu können. Sehr wichtig in diesem Beruf ist auch ein gut funktionierendes Netzwerk aus Kontakten.

Ausbildung

Die meisten Musikproduzenten sind als Quereinsteiger zu diesem Beruf gelangt. Viele waren zuvor – oder sind es nebenbei noch – Musiker, Tontechniker oder Musikverleger. Mittlerweile bieten aber zahlreiche, hauptsächlich private Institute, eine Ausbildung oder ein Studium zum Musikproduzenten an. Wie bei allen Medienberufen, sollten Interessenten für diesen Bereich auf jeden Fall Praktika bei Musikproduzenten oder Tonstudios machen.

5.6.13 Musikverleger

Im Booklet einer CD ist sein Name nur im Kleingedruckten zu finden, dennoch spielt er für die Arbeit von Komponisten und Musikern eine große Rolle: der Musikverleger.

Berufsbild

Ein Musikverleger begleitet den Weg eines Songs von der ersten Demo-Aufnahme bis zur Aufführung oder Abspielung im Radio. Er

engagiert, wenn nötig, einen Arrangeur für das Stück, veröffentlicht die Noten sowie die Platte und kümmert sich um rechtliche Fragen. Bei Opern klärt er dabei die Aufführungsrechte mit den Spielstätten ab, das sogenannte „Große Recht“. Bei Bands oder Sängern, die ihr Werk auf einer CD veröffentlichen, nennt sich die Vereinbarung „Kleines Recht“. Das bedeutet, dass sich der Musikverleger um die Abwicklung mit den Verwertungsgesellschaften wie GEMA und GVL kümmert. Dadurch erhalten die Künstler und Urheber durch die GEMA und alle übrigen an der Produktion Beteiligten durch die GVL ihren Anteil, wenn der Song öffentlich im Radio, Fernsehen oder auf Veranstaltungen gespielt wird. Diese Ausschüttung nennt sich Tantiemen. Der Musikverleger verkauft folglich die Rechte zur Nutzung von Musiktiteln an Radio, Film, Funk, Fernsehen und andere Interpreten und verschafft so dem Urheber und Künstler regelmäßige Einkünfte über die Tantiemen.

Zudem sind Musikverleger für die strategische Programmplanung des Musikverlages zuständig und entwickeln neue Produkte und Werbestrategien. Denn sie vermarkten die Werke der Musiker und kümmern sich um die Promotion. Sie sind auch zuständig für Kooperationen, zum Beispiel mit Musikproduzenten oder den Druckereien des CD-Booklets.

Es gibt in Deutschland über 4.500 Musikverlage. Zum einen die traditionellen Verleger, die sich vor allem um die ‚Ernste Musik‘ kümmern und ihren Umsatz mit dem Druck und Vertrieb von Noten machen. Dazu zählt vor allem die Klassische Musik. Auf der anderen Seite die ‚U-Musik‘-Verlage, die sich um die Unterhaltungsmusik kümmern. Diese umfasst alle Bereiche der Pop- und Rockmusik. Deren Kerngeschäft liegt im Handel mit Musikrechten. Sie vermitteln ihre Kompositionen an Interpreten und Tonträgerhersteller, vergeben Rechte an Filmproduzenten, Werbeagenturen, Klingeltonhersteller und Entwickler von Computerspielen. Außerdem gibt es Online-musikverlage, die Noten-Grafiken als Datei zur Verfügung stellen.

Voraussetzungen

Ein Musikverleger muss mit der Musikszene bestens vertraut sein, neue Trends im Blick behalten und deren Beweggründe verstehen. Weil es sich um eine strategische Managementposition handelt, sollte

er außerdem Organisationstalent und Führungsstärke mitbringen. Ein ausgeprägter Geschäftssinn ist ebenfalls wichtig.

Ausbildung

Zum Beruf des Musikverlegers führt kein festgelegter Ausbildungsweg. Da ein Musikverleger sehr viel mit rechtlichen Dingen zu tun hat – er muss beispielsweise wissen, was einen Produzentenvertrag von einem Autorenexklusivvertrag unterscheidet – bietet sich ein Jura-Studium als Grundlage an. Auch Betriebswirtschaft ist ein geeigneter Studiengang, um sich auf diesen Beruf vorzubereiten. Wichtig bei beidem ist, sich bereits während des Studiums durch Zusatzkurse, wie beispielsweise Medien-, Musik- und Urheberrecht, entsprechend zu spezialisieren. Durch Praktika in einem Musikverlag lernen Interessenten auch die praktische Seite des Berufs kennen.

Weiterführende Links:

Deutscher Musikverlag: www.deutscher-musikverlag.de

Deutscher Musikverlegerverband: www.dmv-online.com

5.6.14 Promoter

Er ist ständig Gast auf Promi-Partys, hängt stundenlang am Telefon oder lauert vor dem Mail-Account – der Musikpromoter. Er sorgt dafür, dass die von ihm vertretenen Musiker bekannt und berühmt werden.

Berufsbild

Ohne Promoter läuft im Musikgeschäft nichts. Sie sind unermüdlich damit beschäftigt, die Musiker ins Gespräch zu bringen, in Zeitschriften zu platzieren oder in Promi-Magazinen erwähnt zu sehen. Allgemein wird zwischen Presse-, TV- und Radiopromotern unterschieden, je nach Arbeitsbereich, auf den sich die Promoter spezialisiert haben. Aber wer erfolgreich sein möchte, sollte sich in allen Bereichen auskennen und in jedem Medium präsent sein, um die größtmögliche Aufmerksamkeit zu erreichen.

Eine der wichtigsten Aufgaben eines Promoters ist die Bemusterung von Fachmagazinen und Publikumszeitschriften. Bemusterung bedeutet, dass er Promo-Material an die Redaktionen schickt und auf

dessen Veröffentlichung oder zumindest eine Erwähnung hofft. Das Promo-Material kann bis zur Größe eines kleinen Päckchens reichen, wenn beispielsweise das aktuelle Album eines Künstlers, Infomagazine, Fotos, Poster und Flyer verschickt werden. Auch Radio- und TV-Sender werden bemustert, dorthin schickt der Promoter dann Videos und Audio-Dateien. Weil das Internet einen immer größeren Stellenwert gewinnt, werden auch Internetmagazine, einschlägige Websites oder bekannte Blogs mit Werbematerial versorgt. Ein Promoter kümmert sich zudem um Interviews mit den Musikern. Denn bevor sich die Medien um einen Star reißen, ist es meist umgekehrt, und der Promoter bietet jeder Zeitung und jedem Sender ein Interview an. Auch hier gilt, Medienpräsenz schafft Bekanntheit, und diese spült wiederum Geld in die Kassen der Plattenfirma. Der Promoter begleitet die Künstler auch zu den Medienaktivitäten und achtet dabei auf einen im Sinne der Plattenfirma reibungslosen Ablauf. Die Organisation und Abwicklung von Pressekonferenzen fällt ebenfalls in seinen Aufgabenbereich. Damit es ihm gelingt, viele Informationen über „seine“ Musiker in wichtigen Medien zu platzieren, hält der Promoter Kontakt zu möglichst vielen Medienschaffenden und pflegt sein Netzwerk.

Eine weitere Möglichkeit der Aufmerksamkeitsgenerierung ist die Cross-Promotion. Dabei wird gemeinsam mit einem anderen Unternehmen geworben, beispielsweise wenn ein Musiker in einem Werbespot für Limonade mitspielt. So muss jeder nur die Hälfte der Werbekosten tragen und profitiert gleichzeitig vom Image des Werbepartners. Es werden also sowohl mehr Limonade als auch Musik-CDs verkauft.

Voraussetzungen

Wer als Promoter arbeiten will, muss sehr aufgeschlossen, kontaktfreudig und auch durchsetzungsfähig sein. Da er oft auf Ablehnung stoßen wird, sollte er hartnäckig sein und nicht zu schnell aufgeben. Um erfolgreich zu sein, braucht er zudem eine sehr gute Kenntnis der Musik- und Medienbranche. Weil seine Arbeit sowohl tagsüber als auch mitten in der Nacht auf Veranstaltungen stattfinden kann, sollten Promoter kein Problem mit ungewöhnlichen Arbeitszeiten haben und sehr flexibel sein.

Ausbildung

Die Ausbildung zum Kaufmann für audiovisuelle Medien mit dem Schwerpunkt Promotion bereitet auf diese Position vor. Dennoch sind die meisten Promoter über einen anderen Weg zu ihrem Beruf gelangt, beispielsweise über eine eigene Musikertätigkeit. Außerdem gibt es die Möglichkeit, Musik- und Medienwissenschaft zu studieren. Interessenten sollten allerdings beachten, dass wie bei allen Jobs in der Musikbranche, auch der Berufseinstieg zum Promoter schwierig ist. Promotion-Agenturen beschäftigen meist nur wenige Mitarbeiter, und Musiklabels geben Aufträge oft an Freiberufler, sogenannte Freelancer, ab. Wer es versuchen möchte, sollte sich um Praktika in der Musikbranche oder musiknahen Medien bemühen, da dies immer noch der bestmögliche Einstieg ist, und so bereits erste Kontakte geknüpft werden können.

Weiterführender Link:

Musik Promotion Network: www.musik-promotion.net

5.6.15 Sänger

Sie stehen auf der Bühne im Rampenlicht, solo oder von anderen Sängern und Musikern begleitet, und zaubern allein mit ihrer Stimme wunderbare Melodien.

Berufsbild

Sänger interpretieren und präsentieren Musikstücke für Bühnenauftritte. Dabei können sie allein vorne stehen oder als Gruppe oder Chor auftreten. Meist werden sie dabei von anderen Musikern begleitet. Je nach Genre – ob Pop-, Rock- oder Jazzmusik, Musical, Operette oder Klassik – variiert auch die musikalische Begleitung. In welcher Stilrichtung er tätig ist, bestimmt jeder Sänger bereits während seiner Ausbildung. Eine erste Richtung legt allerdings die Stimmlage fest, also ob man Sopran, Mezzosopran, Alt, Tenor, Bariton oder Bass ist. Auch das Stimmvolumen eines Sängers ist entscheidend bei der Wahl des Genres, denn nicht alle Arten von Gesang sind gleich schwer oder erfordern die gleichen Bedingungen.

Vor jedem glamourösen Bühnenauftritt stehen harte Arbeit und stundenlange Gesangsproben an. Ein Sänger muss stets seine Stimme

pflügen, täglich Stimmübungen durchführen und Stücke einstudieren. Denn seine Stimme ist sein Arbeitswerkzeug und muss daher auch ständig trainiert werden. Ein Sänger übt entweder in Eigenregie oder mit einem Gesangslehrer, der korrigierend und unterstützend eingreift. Beherrscht er seine Stücke soweit, probt er auf der Bühne mit dem Korrepetitor weiter. Wenn es szenische Bestandteile gibt, wie bei einer Oper, dann studiert der Sänger diese unter Anweisungen des Dramaturgen und Regisseurs ein.

Da viele Engagements zeitlich begrenzt sind, müssen sich Sänger darauf einstellen, stets zu neuen Vorsingen oder Castings zu gehen. Wer kein Vollzeitengagement erhält, kann sich mehrere Standbeine schaffen. Das können beispielsweise zusätzliche Auftritte mit Chören sein oder Studioaufnahmen für CDs oder Fernsehshows, die auch Geld in die Kasse spülen. Sängern muss bewusst sein, dass die Karriere meist nicht bis zum Rentenalter andauert. Vielmehr konzentriert sie sich auf eher jugendliche Berufsjahre. Daher sind Zusatzqualifikationen sinnvoll, um auch später ein Auskommen zu haben. Viele ehemalige Sänger arbeiten dann beispielsweise als Gesangspädagogen oder Gesangslehrer.

Voraussetzungen

Wer Sänger werden will, muss auf jeden Fall eine außergewöhnliche musikalische Begabung, Stimmtalent und Rhythmusgefühl mitbringen. Aber auch Bühnenpräsenz, Ausstrahlung und ein gutes äußeres Erscheinungsbild sind für Sänger extrem wichtig. Was das Äußere betrifft, so gelten in der Oper und Klassik natürlich andere Voraussetzungen als für Rockmusiker. Sänger sollten wie Schauspieler möglichst wandelbar sein, deshalb sind zum Beispiel Tattoos an gut sichtbaren Stellen oft hinderlich. Neben musikalischem Können ist meist auch darstellerisches Talent gefragt, um eine überzeugende Bühnenshow liefern zu können. Dies ist besonders bei Musicaldarstellern entscheidend, da diese singen, tanzen und schauspielern können müssen. In der klassischen Musik wird dies in geringerem Maß vorausgesetzt. Um langfristig als Sänger erfolgreich zu sein, sollten Interessenten Ausdauer, Disziplin und Willensstärke besitzen. Auch muss die Leidenschaft für die Musik groß genug sein, um auch in schwierigen Zeiten nicht den Mut zu verlieren. Denn in diesem Bereich ist die

Konkurrenz sehr groß. Für den Berufsalltag sollten Sänger außerdem eine hohe Belastbarkeit mitbringen sowie mit Stress und Leistungsdruck umgehen können.

Ausbildung

Je nachdem in welcher Sparte ein Sänger arbeiten möchte, gibt es unterschiedliche Ausbildungswege. Eine Gesangsausbildung ist jedoch in jedem Fall ratsam. Dafür ist auch nicht unbedingt ein Abitur erforderlich. Egal wo man sich bewirbt, die meisten Musikhochschulen und Institute haben anspruchsvolle Aufnahmeprüfungen, zu denen sich viele Bewerber melden. Dabei müssen mehrere Stücke vorgesungen werden, vorbereitet und vom Blatt, und auch Gehörbildung sowie Wissen über Musiktheorie werden geprüft.

Klassik: Wer einmal wie Anna Netrebko klassische Arien schmettern will, sollte den Weg über ein Studium an einer Musikhochschule wählen. Oft kann dort sogar eine eigene Opernklasse besucht werden. Neben der musikalischen Ausbildung muss dabei auch Italienisch gelernt werden, denn viele Opern und Operetten sind im Original in Italienisch verfasst. Die Studienzeit dauert für einen Bachelor mindestens acht Semester, das sind vier Jahre. Anschließend kann ein Masterstudium angeschlossen werden. Ohne ein abgeschlossenes Studium gestaltet sich die Jobsuche in diesem Bereich schwierig, feste Engagements sind so kaum zu bekommen.

Musical: Mehr Informationen darüber gibt es beim Berufsbild des Musicaldarstellers.

Pop: Auch im Bereich Popmusik gibt es verschiedene Studiengänge, die inhaltlich allerdings etwas anders ausgerichtet sind. Diese lehren neben Komposition, Arrangement, Songwriting und Musiktheorie auch Medienwissenschaft und -management. Studiengänge im Bereich Pop- oder Rockmusik sind fast ausschließlich an privaten Hochschulen zu finden, die monatlich oder semesterweise Studiengebühren verlangen.

Weiterführende Links:

Deutschlands zentrales Musikregister: www.musiker-in-deiner-stadt.de
 Bürger-Sänger-Zunft München e.V. – Verein zur Förderung begabter Laien:

www.buergersaengerzunft.de

Musikerforum Deutschland: www.musikerforum.de

5.6.16 Singer/Songwriter

Ihn trifft man meist alleine auf der Bühne, nur mit einer Gitarre oder einem Keyboard ausgestattet: den Singer/Songwriter. Er schreibt Lieder im Rock- oder Popbereich und präsentiert diese auch selbst.

Berufsbild

Der Begriff des Singer/Songwriters stammt aus den USA. Ein reiner Songwriter schreibt nur Lieder, und eventuell die zugehörigen Texte, lässt sie aber von anderen präsentieren. Vom Komponisten unterscheidet er sich dadurch, dass seine Stücke nur drei bis vier Minuten dauern, während der Komponist abendfüllende Werke schafft. Ein Singer/Songwriter erfüllt hingegen alle Funktionen in einer Person. Er arbeitet ohne Arrangeur, der das Werk verfeinert, und benötigt keine Sänger oder Musiker. Er schreibt eigene Lieder und singt sie auch, klassischerweise begleitet er sich dabei selbst auf einer Gitarre, einem Keyboard oder Klavier. Die Wahl der Instrumente ergibt sich hauptsächlich dadurch, dass beim Klavier- und Gitarrenspielen nebenher noch gesungen werden kann. Am Schlagzeug oder mit einer Geige auf der Schulter ist das bei Weitem nicht so einfach möglich. Auch die Texte seiner Songs schreibt ein Singer/Songwriter meist selbst.

Aber nicht nur die Arbeits- und Präsentationsweise prägen seinen Stil. Auch an der Art der Lieder sind Singer/Songwriter oft zu erkennen. Weil sie nur mit einer Stimme und einem Instrument auftreten, sind sie viel leiser als zum Beispiel eine zehnköpfige Metal-Band. Gerade deswegen können sie gut besonders empfindsame Songs darbieten. Sie spielen außerdem in den meisten Fällen unplugged, das bedeutet mit Akkustikgitarre ohne Verstärker. Oft schreiben Singer/Songwriter auch gesellschaftskritische oder sehr persönliche Texte, die nicht selten eher traurig oder düster gehalten sind.

Songschreiben: Als Ansatz für einen Song können eine Textzeile, eine Melodie oder eine Akkordfolge dienen, die eine Stimmung ausdrücken. Ob zu einem Text eine Melodie geschrieben wird oder andersherum, bleibt jedem selbst überlassen, beides ist möglich. Der Refrain eines Liedes stellt die Hauptaussage dar, dieser Teil wird Chorus genannt. Aus diesem entsteht meist auch der Titel eines Songs,

der möglichst aussagekräftig sein soll, denn er zieht die Aufmerksamkeit der Zuhörer auf sich. Der Teil eines Liedes mit dem größten Wiedererkennungswert nennt sich Hook. Dass dieser gut gelingt, ist besonders wichtig. Denn er sorgt dafür, dass sich viele Menschen die Melodie merken und ein Lied zum Hit wird. Den Hook bildet oft der Refrain, es kann aber auch eine Melodielinie ohne Text sein. In den folgenden zwei Beispielen sind die Hooks so gut gelungen, dass sie auch Jahrzehnte nach ihrer Entstehung noch jeder aus dem Stegreif summen kann: „The Final Countdown“ von Europe und Deep Purples „Smoke on the Water“.

Die meisten Songs sind nach einem bestimmten Schema aufgebaut, welches die Abfolge von Strophen und Refrain regelt. Das häufigste und bekannteste lautet: VCVCBC (V = Verse, das ist die Strophe; C = Chorus oder Refrain; B = Bridge). Bridge ist der Teil eines Liedes, der anders klingt als der Rest und sich offenkundig davon abhebt. Das kann beispielsweise durch einen Tonartwechsel geschehen. Zu einem Lied mit dieser Struktur können dann noch eine instrumentale Einleitung, das sogenannte Intro, und ein ausklingender Schluss, das Outro, hinzugefügt werden.

Voraussetzungen

Die wichtigste Voraussetzung zum Songschreiben ist das innere Bedürfnis, seine Gefühle oder Gedanken durch Songs ausdrücken zu wollen. Musikalität und eine schöne Stimme sind als Singer/Songwriter natürlich von Vorteil, wenn man damit auch Erfolg haben möchte. Man sollte auf jeden Fall mindestens ein Instrument gut beherrschen. Am besten eignen sich dafür Klavier oder Gitarre, da dabei der Gesang gut begleitet werden kann. Um gute Songs zu produzieren, sollte man außerdem ein Gespür für Harmonien haben. Fähigkeiten im Umgang mit Musiksoftware sind ebenfalls vorteilhaft.

Ausbildung

Die meisten Singer/Songwriter haben sich ihr Handwerk selbst beigebracht. Sie haben aus einem inneren Mitteilungsbedürfnis heraus begonnen, Lieder zu schreiben. Musikunterricht zum Lernen eines oder mehrerer Instrumente ist aber auf jeden Fall vorteilhaft. Mitt-

lerweile gibt es auch private Institute, die Kurse zum Songwriting anbieten.

Weiterführender Link:

Tipps zum eigenen Songwriting: www.delamar.de/category/songwriting

5.6.17 Tänzer

Ob klassisch auf Spitzenschuhen, mit Mütze und Baggy pants oder im goldenen Glitzerdress – den Beruf des Tänzers gibt es in den unterschiedlichsten Stilrichtungen.

Berufsbild

Kaum ein Musiker tritt heutzutage ohne Tänzer auf, in Musikvideos sind sie überall präsent und auch im Fernsehen haben sie regelmäßig Auftritte. Ganz zu schweigen von den klassischen Ballet- und Opernbühnen. Auch bei Musicals sind Tänzer gefragt, ebenso können sie sich im Theater, bei reinen Tanzaufführungen und experimentellen Formen wie Ausdruckstanz verwirklichen. Was für den Zuschauer möglichst leicht und schwerelos aussehen soll, ist in Wirklichkeit harte Arbeit. Tänzer sind Leistungssportler. Ihr Berufsalltag ist geprägt von ständigem Üben und Proben für Aufführungen. Dies gilt für Ensembles und Solisten. Je nachdem in welchem Bereich er tätig ist, kommen auf den Tänzer sehr unterschiedliche Anforderungen und Aufgaben zu. So arbeitet beispielsweise ein Hip-Hop-Tänzer als Freiberufler, der möglichst seinen eigenen Stil entwickeln will, ganz anders als eine Balletttänzerin, die in einer Compagnie fest angestellt ist und historische Stücke aufführt. Allen gemeinsam ist aber das regelmäßige Training.

Balletttanz: Wie Chor und Orchester bildet auch das Ballett ein eigenes Ensemble. In Deutschland wird es sowohl in Musiktheaterproduktionen, wie zum Beispiel Opern, als auch für eigene Ballettaufführungen eingesetzt. Eine Ballettcompagnie ist hierarchisch aufgebaut, die Tänzer sind in den meisten Fällen am Theater fest angestellt. Ein Nachwuchstänzer, der seine Ausbildung abgeschlossen hat, wird als Gruppentänzer aufgenommen. Dafür erhält er 75 Prozent der üblichen Gage. Manchmal bekommen besonders begabte Tänzer auch

die Chance, bereits vor Ende ihrer Ausbildung als sogenannte Eleven aufgenommen zu werden. Wer eine lange Erfahrung und besonderes Talent vorzuweisen hat, kann Vortänzer werden und begehrte Solorollen erhalten.

Der Ballettdirektor leitet das Ensemble, entscheidet über das Engagement der Tänzer und ist gemeinsam mit dem Intendanten an der Gestaltung des Ballettspielplans beteiligt. Er ist auch der erste Choreograph seiner Compagnie. Da für eine Choreographie noch weit mehr als in der Regie Vertrautheit mit dem künstlerischen Ausdrucksrepertoire gefragt ist, werden im Ballett sämtliche Leitungspositionen mit ehemaligen Tänzern besetzt. Der Ballettmeister begleitet das tägliche Training der Tänzer und überwacht als Spielleiter die Vorstellungen.

Voraussetzungen

Um diesen Beruf auszuüben, braucht man viel Motivation, eiserne Disziplin, starken Willen und gute Nerven, um tagtäglich sein Training zu absolvieren. Körperliche Fitness und Belastbarkeit sind unabdingbar. Beste Voraussetzungen hat, wer bereits im frühen Jugendalter mit einem vorbereitenden Training an einer Tanzschule beginnt. Das Einstiegsalter von Kindern sollte zwischen sechs und spätestens zehn Jahren liegen.

Ausbildung

Eine Ausbildung zum Tänzer kann an unterschiedlichen Schulen erfolgen und dauert je nach Ausrichtung zwei bis vier Jahre. In der Regel wird ein mittlerer Schulabschluss erwartet, für ein Studium ist die allgemeine oder fachgebundene Hochschulreife erforderlich. Je nach Institution können verschiedene Richtungen gelernt werden, zum Beispiel Klassischer Tanz, Moderner Tanz, Improvisation, Folklore oder Stepptanz. Auch Schauspielkurse sind oft Bestandteil der Ausbildung zum Tänzer. Bei allen Ausbildungswegen müssen Bewerber zuerst eine Aufnahmeprüfung absolvieren, um ihre Begabung nachzuweisen.

Weil Tänzer ebenso wie professionelle Sportler meist nur bis zum Alter von 30 bis 35 Jahren in diesem Beruf arbeiten können, sollten Interessenten stets einen Nachfolgeplan in der Tasche haben. Denn nicht jeder Tänzer kann nach seiner aktiven Karriere als Choreograph

tätig werden. Eine weitere Option ist beispielsweise die des Tanzlehrers, der sein Wissen an die Nachfolgeneration weitergibt.

Weiterführender Link:

Tanznetz – das Tanzmagazin im Internet: www.tanznetz.de

Fünf Tipps für Berufseinsteiger in der Musik-Branche

Von Georg Löffler, Musikverleger, Geschäftsführer der ebam Akademie und Dozent an der Hochschule für Musik und Theater in München



➤ **1** Persönliche Leidenschaft für Musik

Dies ist immer zwingende Grundvoraussetzung, auch für den administrativen Bereich. Man sollte aufgeschlossen sein und sich aktiv um seinen Weg in die Musikbranche kümmern, am besten als Einstieg über eine eigene Band. Die Begründung „Ich höre gerne Musik“ ist kein Argument, um in der Musikbranche arbeiten zu wollen.

➤ **2** Nicht darauf warten, bis eine Stelle ausgeschrieben wird

Viele Unternehmen der Musikbranche bekommen regelmäßig auch unaufgefordert Bewerbungen zugeschickt, deshalb werden zu besetzende Stellen oft nicht ausgeschrieben. Man sollte bei den Musiklabels oder Verlagen der gewünschten Musikrichtung einen konkreten Ansprechpartner ausfindig machen und eine Blind-Bewerbung zuschicken. Nach ein bis zwei Wochen kann man dann telefonisch nachfragen.

➤ **3** Umfassend informieren

Zuallererst sollte man sich umfassend informieren, beispielsweise über die Künstler, die bei einem Label unter Vertrag sind. Dies ist besonders wichtig, wenn man zu einem Bewerbungsgespräch eingeladen wird.

➤ **4 Kleinere Labels und Verlage sind oft interessanter**

In großen Unternehmensstrukturen gibt es oft weniger Möglichkeiten, viele verschiedene Tätigkeitsfelder kennenzulernen. Bei kleineren Labels und Verlagen bieten sich mehr Möglichkeiten des Ausprobierens.

➤ **5 Wer unbedingt in die Musikbranche will, wird es auch schaffen**

Auch wenn es nicht auf den ersten Anlauf klappt, mit Konsequenz und Ausdauer wird man an sein Ziel kommen. Sehr gute Sprachkenntnisse in Englisch sind heute unabdingbare Voraussetzung für die meisten Jobs in der Musikbranche, deshalb die Zeit nutzen und durch einen Auslandsaufenthalt die Sprachkenntnisse verbessern.

5.7. Kaufmännische Medienberufe und Public Relations

In Medienunternehmen gibt es – wie in jeder Branche – Mitarbeiter im kaufmännischen Bereich. Mitarbeiter mancher Jobs benötigen relativ wenig Know-how aus der Medienbranche: Manche Recruiter wechseln durchaus von der Pharmaindustrie in die Medienbranche, um später für Textilunternehmen zu arbeiten. Manche Jobs gibt es allerdings nur im Bereich der Medien, bzw. es spezialisieren sich Mitarbeiter speziell auf diesen Sektor.

5.7.1 Affiliate Marketing Manager

Verkaufs- und Vermarktungsstrategien im Onlinebereich sind sein Tagesgeschäft, und Internetlinks sind dabei die Haupteinnahmequelle. Innerhalb eines Unternehmens oder als Dienstleister in einer Agentur ist er stets auf der Suche nach geeigneten Vertriebspartnern (engl. Affiliates), auf deren Seiten Werbelinks gesetzt werden können. Klickt ein Kunde auf diesen Werbelink und kauft sogar ein Produkt, dann rollt der Rubel. Das Affiliate Marketing ist Teil des Online-Marketings. Umsatzsteigerung ist stets sein Ziel.

Berufsbild

Für Vertriebs- und Kooperationspartner entwickelt er attraktive Konditions- und Vertriebsmodelle. Sie alle basieren auf einer Vermittlungsprovision. Integrieren die Vertriebs- oder Kooperationspartner (B2B-Bereich, engl. Business-to-business) einen so genannten Affiliate-Link auf ihrer Seite, erhalten sie eine Provision, wenn beispielsweise ein Kunde auf den Link klickt oder er über einen Online-Shop bis zu einer tatsächlichen Kaufhandlung geführt wird. Der Affiliate Marketing Manager muss sich mit den vielfältigen Provisions- und Bezahlmodellen auskennen und mit Vertriebspartnern das lukrativste Modell in einem Vertrag festhalten.

Dazu muss er analysieren, welche der zur Verfügung stehenden Strategien für ein Produkt und einen Vertriebspartner erfolgsversprechend sind. Ist beispielsweise das Verschicken und Verteilen von Coupons sinnvoll oder eher E-Mailing, um auf ein Produkt aufmerksam zu machen? Oder verspricht ein Vergleichsportal die meiste Aufmerksam-

keit? Des Weiteren kontrolliert und veranlasst er die vereinbarten Provisionszahlungen und trägt somit Budgetverantwortung.

Um dabei erfolgreich zu sein, muss er die Entwicklungen am gesamten Markt im Auge haben. Nur so kann er Trends erkennen und die eigene Strategie gegebenenfalls daran anpassen. Um die Werbeaktivitäten der Vertriebspartner verstehen und analysieren zu können, muss sich der Affiliate Marketing Manager auch mit anderen Bereichen des Online-Marketing auskennen, beispielsweise mit Suchmaschinenoptimierung, Suchmaschinenmarketing, Preisportalen, E-Mail-Marketing, Social Media, Display-Advertising und Content Management. Er fungiert wie eine Schnittstelle zwischen der Technik-, Marketing- und Vertriebsabteilung.

Voraussetzung

Der Affiliate Marketing Manager sollte kommunikations- und kontaktfreudig sein, eigenverantwortlich arbeiten und fundiertes Wissen im Bereich Online-Marketing mitbringen. Gefragt sind auch seine Affinität zu Social Media and New Media und ein gutes technisches Verständnis für Tracking- und Web-Technologien. Ein Affiliate Marketing Manager sollte darüber hinaus grundsätzlich an Trends und Innovationen in den digitalen Medien interessiert sein. Kreativität und Kalkulation sollten für ihn kein Widerspruch sein, denn in beiden Bereichen werden seine Fähigkeiten erwartet, und auch im analytischen Denken sollte er geübt sein. Da sich im Marketingbereich viel auf Englisch abspielt, sollte er dementsprechend gute Englischkenntnisse mitbringen.

Ausbildung

Für diesen Job wird meist ein Studium im Bereich Marketing oder ein kaufmännisches Studium erwartet. Mögliche Studiengänge können sein: Marketing, Betriebswirtschaftslehre, Wirtschafts- oder Kommunikationswissenschaften, Medienmanagement, Marketing Management oder Business Administration. Aber auch eine Ausbildung zum Werbekaufmann für Marketingkommunikation kann bereits auf die Arbeit eines Affiliate Marketing Managers vorbereiten. Affiliate Marketing Manager können bei eCommerce-Unternehmen arbeiten, die eine eigene Online-Marketing-Abteilung haben. Weitere

Arbeitgeber können Full-Service-Media-Agenturen sein, die das Affiliate Marketing als Dienstleistung für Unternehmen anbieten. Berufseinsteiger beginnen meist mit einer Stelle als Junior Affiliate Marketing Manager und können mit Berufserfahrung zum Senior Affiliate Marketing Manager aufsteigen.

5.7.2 Anzeigendisponent

Damit die Werbung für Schoko-Pudding nicht neben dem Bericht über den irischen Schafhirten landet, sondern beim Dessert-Rezept der Woche, bedarf es der Planung und Koordination. Diese Aufgabe übernimmt der Anzeigendisponent bzw. Anzeigenberater. Er plant im Printbereich die Heftstruktur sinnvoll mit.

Berufsbild

Anzeigenberater arbeiten in Anzeigenabteilungen von Medienhäusern. Sie sind die Ansprechpartner für Werbekunden, suchen für diese die beste Werbeform für das gewünschte Medium aus und machen Vorschläge für die Gestaltung. Neben Fachkenntnis der Werbewelt ist für diesen Job Fingerspitzengefühl und Kommunikationsfähigkeit gefragt.

Die Aufgaben des Anzeigendisponenten sind:

- Verkauf von Werberaum in Print- und elektronischen Medien
- Beratung zu Schriften, Logos oder Fotos je nach Zielgruppe des Werbekunden
- Kundenakquise
- Angebotserstellung
- Ablauf von Gestaltung und Produktion
- Abstimmung mit Druckerei und Verlagsabteilungen
- Verwaltung von Adressdatenbanken
- Analyse von Konkurrenztiteln
- Entwicklung von crossmedialen Vermarktungsstrategien

Voraussetzungen

Anzeigendisponenten sollten Kommunikationsgeschick aufweisen, strategisch und unternehmerisch denken können, teamfähig und überzeugend im Auftreten sein. Außerdem sind Erfahrungen im Vertrieb und der Mediaplanung wichtig.

Ausbildung

Eine geregelte Berufsausbildung zum Anzeigendisponenten gibt es nicht. Als Berufseinstieg bietet sich eine Ausbildung zum Medienkaufmann Digital und Print (Verlagskaufmann) oder eine andere kaufmännische Ausbildung an.

5.7.3 Call-Center-Agent

Wenn das Telefon klingelt, eine angenehme Stimme ein Produkt anpreist oder um Zeit für eine Umfrage bittet und dabei von den Hintergrundgeräuschen eines Großraumbüros begleitet wird, dann ist ein Call Center am anderen Ende der Leitung. Aber auch wenn man bei der Service-Hotline eines Unternehmens anruft, landet man bei einem Call-Center-Agenten.

Berufsbild

Bei Call Centern kann zwischen zwei Kategorien unterschieden werden, den „Outbound“- und „Inbound“-Centern. Erstere sind die, die sich aktiv melden. Sie rufen potentielle Kunden an, preisen Produkte ihrer Auftraggeber an, wollen Abonnements verkaufen oder führen Meinungsumfragen zu den unterschiedlichsten Themen durch. Ein Call-Center-Agent bei einem „Inbound“-Center wartet hingegen auf den Anruf eines Kunden. Er sitzt beispielsweise bei der Service-Hotline eines Telekommunikationsunternehmens, gibt Installationstipps bei einem Elektronikhersteller oder nimmt Anfragen bei einer Versicherung entgegen.

„Outbound“-Call-Center-Agenten kümmern sich um die Neugewinnung von Kunden. Sie wollen Menschen, die das von ihnen vertretene Produkt noch nicht besitzen oder kennen, vom Kauf überzeugen. Die Telefonnummern beziehen sie meist aus Marketing-Bundles. Das sind Kundendaten, die bei der Teilnahme von Gewinnspielen angegeben wurden oder durch Adressenhandel von anderen Unternehmen eingekauft wurden. Praktisch an diesen Daten ist, dass gleich sogenannte Metadaten mitgeliefert werden, also Informationen über Alter, Geschlecht und Wohnort. So können potentielle Interessenten für ein Produkt leicht herausgefiltert werden. Auch Umfragen, sei es zur Angebotsverbesserung oder als Hörerbefragung von Radiosendern, werden von „Outbound“-Call Centern durchgeführt. Die

Call-Center-Agenten dort sind bei einem Center angestellt und erhalten ihre Aufträge von externen Kunden.

Als „Inbound“-Call-Center-Agent ist man entweder direkt beim entsprechenden Unternehmen angestellt, beispielsweise bei Versicherungen, oder arbeitet in einem externen Call-Center, das als ausgelagerte Unternehmensabteilung diese Aufgaben übernimmt. Die Call-Center-Agenten dort kümmern sich weniger um Kundenneugewinnung als um die Bindung bereits bestehender Kunden durch Betreuung. Sie nehmen Aufträge an und beraten bei Problemen. Auch Beschwerden nehmen sie entgegen.

Gleich bei welcher Art, Call-Center-Agenten sitzen in einem Großraumbüro, ausgerüstet mit Headsets und telefonieren. Alle Gespräche und Sachverhalte müssen exakt protokolliert werden, ein komplexes Computersystem verteilt und dokumentiert die Anrufe. Außerdem werden die Gespräche nach Dauer, Richtigkeit der Daten und Ergebnissen ausgewertet.

Ein Supervisor überwacht die Arbeit der Agenten. In Call Centern wird meist im Schichtbetrieb gearbeitet, im „Inbound“-Bereich häufig mit einer 24 Stunden-Bereitschaft. Zwischen 120 bis 180 Telefonaten pro Schicht sind keine Seltenheit, Call-Center-Agenten haben also keinen einfachen Job. Im „Outbound“-Bereich werden häufig Provisionen pro erfolgreichem Abschluss statt eines Festgelts bezahlt. Aufstiegsmöglichkeiten bestehen zum Teamleiter, Supervisor oder in andere Abteilungen.

Voraussetzungen

Wer als Call-Center-Agent arbeiten möchte, muss eine angenehme Telefonstimme mitbringen und Verkaufstalent besitzen. Freundlichkeit und Serviceorientierung sind ebenso gefragt wie Geduld. Da sich auch viele Beschwerden an sie richten, sollten Interessenten für diesen Beruf starke Nerven und eine hohe Frustrationstoleranz mitbringen. Denn sie müssen auch bei unfreundlichen Anrufern stets freundlich bleiben.

Da häufig im Schichtbetrieb gearbeitet wird, muss man sich auf ungewöhnliche Arbeitszeiten einstellen. Zudem werden Call-Center-Agenten oft untertariflich bezahlt.

Ausbildung

Eine Berufsausbildung zum Call-Center-Agenten kann bei privaten Instituten absolviert werden, eine staatlich anerkannte Ausbildung existiert nicht. Dabei werden kaufmännische Grundlagen vermittelt und die Auszubildenden in kundenorientierter Kommunikation geschult. Die Ausbildung dauert, je nachdem ob sie in Voll- oder Teilzeit belegt wird, zwischen drei und zehn Monaten. Als Grundlage fordern einige nur den Hauptschlussabschluss, manche wollen eine bereits abgeschlossene Berufsausbildung oder einige Jahre Berufserfahrung.

5.7.4 Corporate Publishing Manager

Es ist ein ansteigender Trend zu beobachten zu kostenloser Information und Unterhaltung. Unternehmen betreiben zunehmend die direkte Ansprache von Communitys über eigene Medien der Unternehmenskommunikation und des Marketings. Unternehmenspublikationen wie (digitale) Kundenzeitschriften, Geschäftsberichte, Firmenwebsites, Social-Media-Kanäle, Apps müssen gestaltet, koordiniert und verwaltet werden. Dafür ist der Corporate Publishing Manager zuständig. Seine zentrale Aufgabe ist nicht das Operative, dafür ist der (Social-Media-)Redakteur zuständig.

Berufsbild

Professionelles Projektmanagement ist das A und O für den Erfolg von Corporate-Publishing-Produkten. Beim Corporate Publishing Manager laufen die Fäden zusammen zwischen den einzelnen Abteilungen des Unternehmens, wie Vertrieb, Marketing, Human Resources (Personalabteilung), interne Kommunikation, Kundenbetreuung, Pressearbeit usw. Er sorgt für einen homogenen Auftritt in den verschiedenen Social-Media-Tools und Plattformen. Dafür nötig sind betriebswirtschaftliches Know-how, Grundwissen im E-Publishing und crossmedialer Content-Aufbereitung ebenso wie Führungskompetenz.

Der Job des Corporate Publishing Manager ist angesiedelt an der Schnittstelle von Public Relations, Marketing und Journalismus. Corporate Media, sei es Print, Web oder TV, ist ein zentrales Element der

Kommunikation von Unternehmen und Organisationen in Wirtschaft, Politik, Verwaltung und Gesellschaft.

Aufgaben des Corporate Publishing Managers sind unter anderem:

- Entwicklung und Realisierung von Corporate-Publishing-Medien
- Strategie und Konzeption
- Design
- Projektmanagement
- Marketingmanagement
- Markenführung
- finanzielle Planung
- Mobile Publishing
- Social-Media-Kundenmanagement und Pitch

Voraussetzungen

Geeignet sind dafür vor allem Leute, die bereits als Redakteure, Journalisten oder Mitarbeiter von Verlagen und Agenturen ihre Fähigkeiten unter Beweis gestellt haben.

Persönliche Voraussetzungen sind Empathie, Kreativität, technisches Verständnis, Fähigkeit zu Change- und Konfliktmanagement sowie ein Gefühl für Märkte und Themen.

Ausbildung

Corporate Publishing Manager ist kein Job für Berufseinsteiger. Es gibt viele Ausbildungswege, sei es als Fernstudium oder in diversen Seminaren und Fortbildungen, von denen es eine große Auswahl gibt (eine Übersicht über bayerische Anbieter gibt es im MedienWiki unter www.medienwiki.org). Die Akademisierung der Ausbildung nimmt zu, und so findet zum Beispiel Social Media in diversen Hochschul-Studiengängen zunehmend Eingang. Immer ist dabei eine langjährige Berufserfahrung von großem Vorteil.

Ein interdisziplinärer Studiengang beinhaltet zum Beispiel CP-Strategie und -Konzeption, CP-Management, CP-Planung und -Redaktion, Public Relations, Marketingmanagement, journalistische Methoden und Darstellungsformen, Konzeption, Produktion und Gestaltung crossmedialer Inhalte, Einsatz von Social Media, Technik der Printmedien und Erfolgskontrolle.

Weiterführende Literatur:

Freese, Walter/Höflich, Michael/Scholz, Ralph (Hrsg.): Praxishandbuch Corporate Magazines, Wiesbaden 2012.

Weiterführende Links:

Intensivkurs der Akademie des Deutschen Buchhandels: www.buchakademie.de
Lehrgang zum Social-Media-Manager: www.baw-online.de

5.7.5 Eventmanager

Das Aufgabengebiet eines Eventmanagers umfasst die Konzeption, Planung, Organisation und schließlich die Durchführung von Veranstaltungen wie Messen und Kongresse, Konzerte und Festivals. Ein Eventmanager hat die Aufgabe, aus einer Veranstaltung etwas ganz Besonderes zu machen und dafür auch die richtige PR zu betreiben. Er hat die führende Rolle hinter den Kulissen.

Berufsbild

Wer Eventmanager werden will, sollte sich darüber im Klaren sein, dass er einen Job anstrebt, der vollen Einsatz verlangt. Die Anforderungen sind sehr hoch, an eine 40-Stunden-Woche ist dabei nicht zu denken. Gefordert sind Flexibilität, Perfektion, Durchsetzungsvermögen und Ehrgeiz, Organisationstalent und starke Nerven.

Wichtig für diesen Beruf sind kaufmännische Grundlagen und Marketingkenntnisse, am besten über ein Studium oder eine Ausbildung im Bereich Eventmanagement oder Kongress- und Messewirtschaft, aber es gilt auch „learning by doing“: möglichst viel Praxiserfahrung sammeln.

Die Veranstaltungsbranche ist ein wachsender Markt. Veranstaltungen und Events werden vorrangig als Marketinginstrumente eingesetzt (Live-Kommunikation), sind aber auch multimediale Ereignisse in der Wirtschaft, in der Freizeit und Kultur, im Sport, in Kommunen, bei wissenschaftlichen Veranstaltungen, in Tourismus und Handel. Weitere Felder sind Freizeitaktivitäten und Incentives, also Veranstaltungen zur Mitarbeitermotivation. Aus diesem riesigen Markt ergibt sich die Anforderung an gut ausgebildete Nachwuchskräfte. Bei größeren Veranstaltungen gibt es eine starke Arbeitsteilung: Der Eventmanager koordiniert die verschiedenen Gewerke wie zum Beispiel Messebau, Licht und Ton.

Voraussetzungen

Ohne ausgeprägte Soft Skills kommt man heute fast nicht mehr weiter. In Studiengängen beigebracht und praktisch vermittelt werden Fächer wie Moderation, Präsentation oder Fremdsprachenunterricht. Wichtig wie in kaum einem anderen Beruf ist Stressresistenz und die Fähigkeit zu improvisieren. Schließlich sollen die Gäste nicht merken, wenn etwas nicht nach Plan läuft.

Ausbildung

Sowohl private Akademien (wie die Bayerische Akademie für Werbung und Marketing oder die ebam) wie auch staatliche Hochschulen bieten ein Eventmanagement-Studium an, das – egal ob privat oder staatlich – in der Regel sieben Semester dauert, bis man einen Bachelor-Abschluss hat. Viele dieser Hochschulen bieten auch Auslandssemester und Auslandspraktika an. Nach diesem Grundstudium kann man entweder ins Berufsleben einsteigen, oder unter Umständen noch einen Master-Abschluss machen.

Die Inhalte eines Eventmanager-Studiums sind:

- Betriebswirtschaftslehre: Nicht nur die betriebswirtschaftlichen Grundlagen, sondern auch spezielle Disziplinen der BWL, wie zum Beispiel Marketing (sehr wichtig für Eventmanager) oder Personalmanagement stehen auf dem Lehrplan
- Volkswirtschaftslehre: Wie funktionieren Volkswirtschaften? Was bedeutet Marktwirtschaft? Die Volkswirtschaftslehre erklärt, wie sich Wirtschaftssysteme und deren Teile entwickeln bzw. am besten entwickeln.
- Recht: Hier werden grundlegende juristische Fähigkeiten, aber auch die speziellen, für Eventmanager wichtigen, rechtlichen Grundlagen wie zum Beispiel Veranstaltungs- und Vertragsrecht gelehrt.
- Eventmanagement: In diesen Vorlesungen und Seminaren werden die speziellen Fächer wie Veranstaltungsmanagement oder Eventlogistik unterrichtet. Weiterhin gibt es zum Beispiel Veranstaltungsmarketing, Public Relations/Öffentlichkeitsarbeit, Messe- und Ausstellungsmanagement oder Budgetierung als Kurse.
- Praktikum / Bachelorarbeit: Fast kein Eventmanagement-Studium kommt ohne verpflichtendes Praktikum aus. Der Zeitraum liegt

meist in einem Rahmen zwischen drei und sechs Monaten. Und natürlich muss am Ende des Studiums eine wissenschaftliche Bachelorarbeit mit zirka 30 bis 40 Seiten Umfang geschrieben werden.

Weiterführende Literatur:

Holzbaur, U./Jettinger, E./Knauß, B./Moser, R./Zeller, M.: Eventmanagement. Veranstaltungen professionell zum Erfolg führen, Wiesbaden 2010 (4. Auflage).

Weiterführender Link:

Bayerische Akademie für Werbung und Marketing: www.baw-online.de
Studienführer: www.eventmanagement-studieren.de

5.7.6 Fachkraft für Lagerlogistik

Fachkräfte für Lagerlogistik optimieren, koordinieren und realisieren den innerbetrieblichen Materialfluss von der Beschaffung bis zum Absatz. Sie nehmen Waren aller Art an und prüfen deren Menge und Beschaffenheit. Sie organisieren die Entladung der Güter, sortieren diese und lagern sie sachgerecht.

Im Warenausgang planen sie Auslieferungstouren und ermitteln die günstigste Versandart. Sie stellen Lieferungen zusammen, verpacken und verladen die Ware und erstellen Begleitpapiere.

Voraussetzungen

Für die Bewerbung zur Fachkraft für Lagerlogistik braucht es mindestens einen guten qualifizierenden Hauptschulabschluss, gute Deutschkenntnisse und ein hohes technisches Verständnis. Wichtig ist auch ein verantwortungsbewusstes und sorgfältiges Arbeiten. Darüber hinaus sollte man flexibel und belastbar sein, da gerade im Logistikbereich häufig unter Zeitdruck gearbeitet wird.

Ausbildung

Es handelt sich hierbei um eine klassische duale Berufsausbildung, die von (Medien-)unternehmen angeboten wird (zum Beispiel von der Würzburger Medienakademie, die die duale Ausbildung der drei Medienhäuser Unternehmensfamilie Robert Krick, Mediengruppe Main-Post und Vogel Business Media plant, organisiert und steuert).

Weiterführender Link:

Würzburger Medienakademie: www.wuema.de

5.7.7 Kaufmann für audiovisuelle Medien

Kaufleute für audiovisuelle Medien betreuen die Herstellung von audiovisuellen Produkten kaufmännisch und organisatorisch. Sie arbeiten an der Schnittstelle von Produktionsorganisation, -kalkulation bzw. -abrechnung und Marketingstrategie, Öffentlichkeitsarbeit, Verleih und Vertrieb.

Berufsbild

Kaufleute für audiovisuelle Medien sind hauptsächlich in Rundfunk- und Fernsehanstalten und Unternehmen der Film- und Videofilmherstellung beschäftigt. Darüber hinaus arbeiten sie in Werbeagenturen, die einen Schwerpunkt auf den Bereich Multimedia legen, oder gelegentlich auch in Buch- und Zeitschriftenverlagen, zum Beispiel in der Lizenzabteilung.

Sie planen und organisieren zum Beispiel für Filmproduktionen den Einsatz von Material und technischer Ausstattung wie Kameras und Mikrofone und koordinieren die zeitliche und personelle Besetzung des Teams. Daneben prüfen Kaufleute für audiovisuelle Medien Finanzierungsmöglichkeiten, erstellen Kalkulationen und wirken bei der Vor- bzw. Nachkalkulation von Produktionen mit. Sie kaufen und sichern Rechte und Lizenzen, um zum Beispiel Musikstücke auf CD oder auf anderen Wegen zu vermarkten. Im Bereich Marketing und Vertrieb beschaffen sie Informationen über Markt und Mitbewerber, werten diese aus und beteiligen sich an Marketingkonzeptionen. In den Bereichen Rechnungswesen und Controlling arbeiten sie in der Buchführung: Sie führen Konten, überwachen Zahlungstermine, werten statistische Daten aus und bereiten sie zu Controllingzwecken auf. Zu ihren Aufgaben gehören auch die Honorarabrechnung und vorbereitende Arbeiten für Liquiditäts- und Kreditsicherungsmaßnahmen.

Voraussetzungen

Grundsätzlich wird keine bestimmte schulische oder berufliche Vorbildung rechtlich vorgeschrieben. Die Schulen legen eigene Zugangskriterien fest. Die Bewerber sollten rechnerisches und analytisches Denken beherrschen sowie kaufmännische und organisatorische Fähigkeiten mitbringen.

Ausbildung

Die duale Berufsausbildung dauert drei Jahre. Informationen zu den klassischen Berufsausbildungen im Medienbereich sowie eine Übersicht über die verschiedenen Möglichkeiten gibt es im „Medien Magazin“ des MedienCampus Bayern. Es kann kostenfrei unter info@mediencampus.de bestellt werden.

Weiterführende Links:

Ausbildung beim Bayerischen Rundfunk: <http://www.br.de/unternehmen/inhalt/karriere/ausbildung-kaufmann-audiovisuelle-medien100.html>

Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern:
www.muenchen.ihk.de

5.7.8 Kaufmann für Bürokommunikation

Im Büro müssen sie sich bestens auskennen, immer den Überblick behalten und kaufmännisches Geschick beweisen. Die Kaufleute für Bürokommunikation sind für alle bürowirtschaftlichen Belange zuständig und kümmern sich um Auftragsbearbeitung, Beschaffung, Rechnungswesen, Marketing und Personalverwaltung.

Berufsbild

Kaufleute für Bürokommunikation sind Organisationstalente: Sie erledigen innerbetrieblich Sekretariats- sowie Assistenzaufgaben und übernehmen bereichsbezogene kaufmännisch-verwaltende Tätigkeiten. Typische Einsatzfelder sind in Verwaltungsabteilungen von Unternehmen aller Wirtschaftsbereiche. Dort führen sie die Korrespondenz, koordinieren Abläufe im Büro, pflegen Datenbanken und unterstützen ihre Kollegen. Auch bei Stress behalten Kaufleute für Bürokommunikation den Überblick.

Typische Tätigkeiten von Kauffrauen bzw. Kaufmännern für Bürokommunikation sind:

- Übernahme von Sekretariats- und Assistenzaufgaben
- Textgestaltung und Kommunikationsübermittlung
- Schriftverkehr mit Kunden, Lieferanten und Geschäftspartnern
- Vorbereitung von Reisen und Besprechungen
- Bearbeitung des Posteingangs und -ausgangs
- Aufgaben des Rechnungswesens, zum Beispiel Rechnungen kontrollieren

- Assistenz bei Verkaufsgesprächen, Tagungen und Seminaren
- Kundenbetreuung

Schwerpunkte sind Bürowirtschaft und Statistik, Informationsverarbeitung und bereichsbezogenes Rechnungswesen. Bereichsbezogene Personalverwaltung sowie Assistenz- und Sekretariatsaufgaben gehören ebenfalls zu den Schwerpunkten.

Voraussetzungen

Kaufleute für Bürokommunikation müssen in erster Linie kommunizieren und organisieren können. Zudem benötigen sie ein gutes Gespür für Zahlen und Sicherheit in deutscher Rechtschreibung und Grammatik. Gute Englischkenntnisse, ein gepflegtes Äußeres und gute Umgangsformen gehören selbstverständlich dazu. Für die Ausbildung ist mindestens die Mittlere Reife Voraussetzung.

Ausbildung

Die duale Berufsausbildung dauert drei Jahre. Informationen zu den klassischen Berufsausbildungen im Medienbereich sowie eine Übersicht über die verschiedenen Möglichkeiten gibt es im „Medien Magazin“ des MedienCampus Bayern. Es kann kostenfrei unter info@mediencampus.de bestellt werden. Die Ausbildung kann sowohl in Medienhäusern als auch anderen Unternehmen absolviert werden.

Weiterführender Link:

Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern:
www.muenchen.ihk.de

5.7.9 Kaufmann für Dialogmarketing

Der Aufbau langfristiger Kundenbeziehungen erfordert eine professionelle Arbeit am und mit Kunden (= Kundenorientierung und -gewinnung sowie Kundenbetreuung und -bindung). Grundlage dafür ist ein professionalisierter Dialog mit Kunden. Dies ist die Aufgabe des Kaufmanns für Dialogmarketing.

Berufsbild

Ziel ist es, Allrounder zur (strategischen) Ausrichtung, Planung, Gestaltung und Steuerung von Kundenkontakten auszubilden. Einsatz-

felder sind dialogorientierte Organisationseinheiten wie Call Center oder (Kunden-) Servicecenter.

Die Tätigkeitsfelder sind sehr breitgefächert und umfassen Kundenkommunikation (Kundenanfragen, Produktpräsentationen, Angebotsgestaltung, Kundenaufträge, Verkauf, Auftragsdurchführung und Kundenreklamationen). Marketinginstrumente wie Markt-, Kunden- und Wettbewerbsbeobachtung und -analysen gehören ebenso dazu wie Kampagnen- und Projektmanagement.

Voraussetzungen

Für die Ausbildung braucht man neben dem Interesse für Medien auch ein großes Verkaufstalent. Kooperations- und Teamfähigkeit, gutes sprachliches Ausdrucksvermögen und engagiertes, selbstständiges und verantwortungsbewusstes Denken gehören ebenso zu den Voraussetzungen. Auch sollten die Bewerber Spaß am Umgang mit Menschen haben und mindestens die Mittlere Reife besitzen.

Ausbildung

Qualifikationsschwerpunkte sind fundierte Kenntnisse über Kommunikation im Allgemeinen und dialogische Kommunikation im Speziellen (kundenorientiertes Arbeiten). Fundierte Kenntnisse über das betriebliche Angebot an Produkten und Dienstleistungen sowie über Prozessorganisation und betriebliche Geschäftsprozesse (prozessorientiertes Arbeiten). Der Umgang mit modernsten Informations- und Kommunikationstechnologien runden die Ausbildung ab.

Die duale Berufsausbildung dauert drei Jahre. Informationen zu den klassischen Berufsausbildungen im Medienbereich sowie eine Übersicht über die verschiedenen Möglichkeiten gibt es im „Medien Magazin“ des MedienCampus Bayern. Es kann kostenfrei unter info@mediencampus.de bestellt werden. Die Ausbildung kann sowohl in Medienhäusern als auch anderen Unternehmen absolviert werden.

Weiterführende Links:

Würzburger Medienakademie: www.wuema.de

Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern:
www.muenchen.ihk.de

5.7.10 Kulturmanager

Wer Kulturmanager werden will, muss seine Augen und Ohren nach zwei oft gegensätzlichen Seiten offen halten: zum einen ist da die Kunst, die für ihre Entfaltung größtmögliche Freiheit benötigt, und zum anderen die nüchterne Ökonomie. Ein Kulturmanager muss viele verschiedene, sich oft widersprechende Interessen koordinieren und miteinander in Beziehung setzen.

Berufsbild

Kulturmanager sind nicht die Schöpfer von Kunst und Kultur, sondern sie ermöglichen den Kunstgenuss unter Einsatz von üblichen Marketinginstrumenten und unter Berücksichtigung kulturanthropologischer, kultursoziologischer und künstlerischer Aspekte. In manchen Bereichen ähnelt sein Aufgabenfeld dem des Eventmanagers (siehe Berufsbild Eventmanager). Um eine Austauschbeziehung zwischen Kunst und Publikum herzustellen, muss der Kulturmanager folgende „Instrumente“ perfekt beherrschen:

- Planungs- und Führungstechniken
- Controlling
- Marketing
- Public Relations
- Personalführung
- Finanzverwaltung
- Vertragswesen

Kulturmanager arbeiten sowohl in öffentlich-rechtlichen Institutionen als auch in der Privatwirtschaft. In diesen Tätigkeitsfeldern wird ihre Kompetenz benötigt und geschätzt: im Theater, im Orchester, bei Festivals, in Agenturen, in Kulturbüros, in Vereinen und Verbänden und auch im Management für einzelne Künstler.

Voraussetzungen

Voraussetzungen für die Arbeit als Kulturmanager sind Interesse an Kunst und Kultur, ein hohes Maß an sozialer Kompetenz, Kommunikationsfähigkeit und die Freude daran, Netzwerke zu bilden.

Wer Kultur managen möchte, muss sich in der Kunstszene tummeln, um mitreden zu können. Ausstellungs- und Theaterbesuche, Premie-

ren, Vernissagen und Dichterlesungen sind Pflichttermine, bei denen außer dem künstlerischen Vortrag Organisation der Veranstaltung, Werbung, Kartenvertrieb etc. Beachtung geschenkt werden sollte.

Ausbildung

Kulturmanager kann man mit und ohne Studium bzw. durch ein Studium mit anschließendem Aufbaustudium werden. Hochschulstudiengänge im Bereich Kulturmanagement werden an Universitäten und Hochschulen angeboten. Abschlüsse sind Bachelor of Arts (B.A.) und Master (M.A.). Wer schon ein Studium abgeschlossen hat, kann ein Aufbau- bzw. Masterstudium an Universitäten oder an Musik- bzw. Kunsthochschulen absolvieren. Immer handelt es sich um eine interdisziplinäre Ausbildung, die aber je nach ausbildender Institution beträchtlich variieren kann. Eine weitere Möglichkeit ist die Abiturientenausbildung mit dem Abschluss „Staatlich anerkannter Kulturmanager/in“ sowie Fort- und Weiterbildungen für Hochschulabsolventen bzw. Mitarbeiter im Kulturbereich, durch die man das IHK-Zertifikat „Kulturmanager“ erlangen kann.

Bildungswerke, Stiftungen und private Institute bieten außerdem Wochenendseminare, Abendkurse, Fern- und Vollzeitstudiengänge sowie berufsbegleitende Maßnahmen an. Bevor man ein Studium zum Kulturmanager beginnt, sollte man unbedingt einige Praktika durchlaufen haben. Ferienjobs in Museum, Galerie oder Theater, Sommerfestivals und Open-Air-Bühnen sind dafür bestens geeignet.

Weiterführender Link:

Übersicht über Stellenbörsen: www.medienwiki.org

5.7.11 Kaufmann für Marketingkommunikation

Kaufleute für Marketingkommunikation planen und entwickeln Werbemaßnahmen für Unternehmen und andere Kunden.

Berufsbild

Die Tätigkeit des Kaufmanns für Marketingkommunikation ist ein bunter Mix aus den Berufen Mediengestalter Digital und Print, Werbetexter und klassischen kaufmännischen Tätigkeiten. Sie planen kommunikative Maßnahmen aller Art, wie Werbe- und Marketing-

konzepte, steuern die organisatorische Umsetzung und kontrollieren die Herstellungsprozesse. Auch die Überwachung des Budgets fällt in ihren Aufgabenbereich.

Um erfolgreich arbeiten zu können, muss sich ein Kaufmann für Marketingkommunikation mit den Wirkungsweisen der Werbung auskennen, die kreativen Prozesse verstehen und organisatorisch arbeiten können. Zu den kaufmännischen Aufgaben gehört es, Kostenvoranschläge einzuholen und zu prüfen, Preise zu berechnen oder auch Dienstleister, wie etwa Fotografen, für eine Veranstaltung zu buchen. Außerdem muss er als Kaufmann immer einen Blick auf die Finanzen haben, Rechnungen ausstellen und kontrollieren. Bevor er mit der Planung einer Kampagne oder Werbemaßnahme beginnt, führt er eine Zielgruppenanalyse durch oder erkundigt sich beim Kunden nach den genauen Vorgaben. Wie in allen Werbe- und Marketingbereichen spielt auch hier die crossmediale Wirkungsweise von Kampagnen eine entscheidende Rolle. Bei der detaillierten Planung einer Marketingstrategie arbeitet der Kaufmann für Marketingkommunikation dann oft mit SEO-Managern, Marketing-Managern oder Social-Media-Managern zusammen.

Kaufleute für Marketingkommunikation arbeiten hauptsächlich in Agenturen und Beratungsfirmen, wie Werbe- und PR-Agenturen. Darüber hinaus können sie bei Werbefachverbänden, gemeinnützigen Organisationen oder in Marketing- und Kommunikationsabteilungen größerer Unternehmen arbeiten.

Voraussetzungen

Angehende Kaufleute für Marketingkommunikation sollten ein Interesse an kaufmännischen Tätigkeiten haben und Organisationstalent besitzen. Außerdem sollten sie kommunikativ und offen für neue Ideen sein, auch Kreativität spielt eine große Rolle. Teamfähigkeit ist ebenfalls gefragt, ebenso wie ein Gespür für Text- und Bildgestaltung.

Ausbildung

Zum Beruf des Kaufmanns für Marketingkommunikation führt eine staatlich anerkannte Ausbildung. Diese kann entweder im dualen System in Betrieb und Berufsschule oder rein schulisch absolviert werden. Beides dauert drei Jahre. Offiziell wird die Mittlere Reife

als Schulbildung vorgeschrieben, viele Bewerber haben aber auch Abitur.

5.7.12 Marketing-Manager

Unternehmen müssen möglichst viele Wege finden, um ihre Produkte oder Dienstleistungen an den Kunden zu bringen. Daher müssen diese vorteilhaft am Markt platziert und Wettbewerbsvorteile geschaffen werden. Dafür ist der Marketing-Manager zuständig.

Berufsbild

Um das Produkt bei der Zielgruppe bekannt zu machen und einen Wiedererkennungswert zu schaffen, arbeitet der Marketing-Manager an einem möglichst markanten Profil seines Produkts und der Marke. Das bedeutet, er ist auch bei der Produktgestaltung beteiligt. Damit das Produkt am Markt auch ankommt, ist die richtige Preisgestaltung entscheidend, da es weder zu teuer noch zu billig angeboten werden soll. Dazu führt der Marketing-Manager Kalkulationen durch, sieht sich die Marktstruktur an und berechnet daraus den optimalen Verkaufspreis. Dafür bezieht er die Herstellungskosten und übrigen Kosten wie Vertrieb und Werbemaßnahmen mit ein sowie die Planung, in welchem Preissegment das Produkt erscheinen soll. Denn gerade im Luxus-Bereich werden allein durch die Höhe des Preises einige Produkte zum Statussymbol. Auch die Planung von Werbemaßnahmen fällt in den Aufgabenbereich eines Marketing-Managers. Um diese gezielt einsetzen zu können, führt er Marktforschungsanalysen durch und gibt beispielsweise Meinungsumfragen in Auftrag.

Außerdem analysiert der Marketing-Manager bestehende Unternehmensstrukturen und mögliche Absatzmärkte und folgert daraus Strategien zur Stärkung des Unternehmens. Online-Marketing-Manager koordinieren Werbemaßnahmen im Internet und entwickeln Marketingstrategien für virtuelle Verkaufsräume. Sie kümmern sich ebenfalls um die Kundenakquise und verbessern Geschäftsprozesse im Bereich des Online-Shoppings.

Marketing-Manager arbeiten in den Marketing- und Werbeabteilungen größerer Unternehmen in allen Wirtschaftszweigen. Sie können aber auch bei Marktforschungsinstituten oder Werbeagenturen tätig sein.

Voraussetzungen

Ein Marketing-Manager muss logischerweise Kenntnisse im Marketing besitzen, wie Wissen über Preisgestaltung, Logistik und Distribution. Auch Marktforschungsmethoden, Statistik und juristische Kenntnisse, wie Werbe- und Vertragsrecht, braucht er für diesen Beruf. Außerdem sollten Interessenten organisatorisches Talent und kaufmännisches Wissen besitzen. Da Marketing-Manager die Kampagnen nicht nur organisatorisch und finanziell überwachen, sondern auch inhaltlich planen, brauchen sie zudem Verständnis für textliche und bildliche Gestaltung und sollten auch eigene Ideen mitbringen.

Ausbildung

Zum Beruf des Marketing-Managers führt meist ein Studium der Betriebswirtschaft mit Schwerpunkt Marketing oder ein spezialisiertes Marketingstudium. Auch in diesem Bereich bieten sich Praktika während des Studiums an. Absolventen beginnen in der Regel als kaufmännischer Assistent in einem Betrieb und können sich mit entsprechender Erfahrung zum Marketing-Manager hocharbeiten.

5.7.13 Mediaplaner

Wenn eine Werbekampagne erfolgreich läuft und die verfügbaren Finanzmittel gelungen eingesetzt wurden, dann ist dies unter anderem der Verdienst des Mediaplaners.

Berufsbild

Ein Mediaplaner plant und organisiert Kampagnen zielgruppenorientiert und auf den jeweiligen Auftraggeber zugeschnitten. Dazu muss er den für das entsprechende Produkt relevanten Werbemarkt kennen und analysieren. Er betrachtet dafür die Marktdichte, also wie groß das Angebot ist, und beobachtet die Strategien der Konkurrenz. Je nachdem für welchen Kunden er gerade eine Kampagne ausarbeitet, unterscheidet sich seine Arbeit bezüglich der Markt- und Zielgruppenanalyse. Diese ist Grundvoraussetzung für eine erfolgreiche Kampagne. Nur wenn der Mediaplaner genau untersucht hat, an wen sich die Kampagne richten und über welche Kanäle sie verbreitet werden soll, kann diese auch gelingen. Dabei kann die Wer-

bebotschaft über einen oder über mehrere Medienkanäle ausgestrahlt werden. Dies kann entweder im Printbereich, im Fernsehen oder Radio, online, auf Social-Media-Plattformen oder mobil in Apps geschehen. Im Kundengespräch klärt der Mediaplaner solche Fragen und setzt die entsprechenden Verträge auf. Er stellt auch den direkten Ansprechpartner dar. Für die Kampagne selbst trägt er die Budgetverantwortung. Das bedeutet, er ist für den Einsatz der finanziellen Mittel zuständig und muss genau kalkulieren, wohin wie viel Geld gesteckt wird. Dabei muss er nicht nur planen, wie viel beispielsweise die Produktion des Werbefilms oder das Einsprechen durch einen berühmten Schauspieler kostet. Denn auch für die Werbeplätze in den Medien, also für Anzeigen im Printbereich oder Internet sowie für Sendeplätze im Fernsehen oder Radio, fallen Kosten an.

Wenn eine Werbekampagne schließlich gestartet ist, kümmert sich der Mediaplaner um die Erfolgskontrolle. Er überprüft, ob etwa der Werbespot zu den vereinbarten Zeiten gesendet wird oder ob eine Anzeige am richtigen Datum und auf der festgelegten Platzierung erschienen ist. Auch wenn er im Alltagsgeschäft viel selbstständig und eigenverantwortlich arbeitet, pflegt er trotzdem engen Kontakt mit anderen Mitarbeitern im gleichen Bereich, wie beispielsweise dem Marketing-Manager oder Art-Direktor.

Arbeitsmöglichkeiten für Mediaplaner gibt es bei PR- und Werbeagenturen, Unternehmensberatungen, Werbeabteilungen innerhalb eines Unternehmens, Verlagen, Medienhäusern oder in der Messe- und Eventbranche. Als Berufsanfänger ist es üblich, als Junior Mediaplaner zu beginnen und sich mit zunehmender Berufserfahrung zum Senior Mediaplaner hochzuarbeiten.

Voraussetzungen

Ein Mediaplaner sollte große Medienaffinität mitbringen und sich für alle Trends im Marketing- und Kampagnenbereich interessieren. Er muss zudem gut Englisch sprechen und betriebswirtschaftliche Kenntnisse vorweisen können. Da er ständig auf neue Entwicklungen reagieren muss, sollte er Neuem gegenüber aufgeschlossen sein sowie Belastbarkeit und Flexibilität aufweisen. Außerdem sollte er sowohl im Team als auch eigenständig arbeiten können und Kreativität mitbringen. Kontaktfreudigkeit ist für diesen Beruf ebenfalls wesentlich,

weil ein Mediaplaner ständig im Kundenkontakt steht. Nicht zuletzt sollte er analytisches Denkvermögen besitzen, kommunikationsstark und verhandlungssicher sein.

Ausbildung

Es gibt zwar keine direkte Ausbildung zum Mediaplaner, dennoch führen viele andere Berufsausbildungen oder Studiengänge zu dieser Position. Wer einen Ausbildungsberuf ergreifen will, für den kommt beispielsweise eine Ausbildung zum Medienkaufmann in Frage. Wer ein Studium beginnen möchte, sollte sich im Bereich Betriebswirtschaft, Marketing oder Kommunikationswissenschaft umsehen. In jedem Fall sollte der Studienschwerpunkt auf den Bereichen Medien und Marketing liegen.

Es gibt außerdem spezielle Weiterbildungen zum Mediaplaner, auch manche Trainee-Programme in Media-Agenturen bereiten auf die Position des Mediaplaners vor.

5.6.14 Medienkaufmann Digital und Print

In der Medienwelt kümmert er sich um alle kaufmännischen Belange, von der Rechnung bis hin zum Druckauftrag. Da sich die Medienbranche jedoch gerade in den vergangenen Jahren rasant verändert, hat sich auch das Berufsbild und die Bezeichnung des Medienkaufmanns Digital und Print gewandelt. Vor dem Jahr 2006 nannte man ihn noch Verlagskaufmann.

Berufsbild

Seine Arbeiten sind vielfältig. Er entwickelt Marketingkonzepte, betreut Autoren und Anzeigenkunden, betreibt Zielgruppenanalysen oder entwirft Flyer und Plakate. Welche Tätigkeiten er allerdings genau übernimmt, ist abhängig von der inhaltlichen Ausrichtung seines Arbeitgebers und dessen Größe.

Arbeitet er in einem großen Zeitschriften- oder Zeitungsverlag sind seine Aufgaben meist klar von denen der Redaktion getrennt. Er kümmert sich, ähnlich wie der Anzeigendisponent, um die Anzeigenakquise und steht dem Werbekunden als Ansprechpartner zur Verfügung. Gerade bei anzeigenfinanzierten Magazinen oder Zeitschriften nimmt dieser Bereich einen wichtigen Teil seiner Arbeit ein.

Dabei können sich seine Aufgaben auch mit denen des Werbekaufmanns überschneiden, so dass er dem Marketing-Manager zuarbeitet. Außerdem organisiert der Medienkaufmann den Herstellungsprozess, Verkauf und Vertrieb eines Printproduktes. Somit ist er mitverantwortlich dafür, dass Veröffentlichungs- und Liefertermine eingehalten werden. Dafür stimmt er sich mit dem Layouter, dem Mediengestalter Digital und Print oder auch dem Medientechnologen Druck ab.

Für Medienkaufleute in Buchverlagen kann das Arbeitsfeld über den kaufmännischen Bereich hinaus bis ins Lektorat reichen. Außerdem sind sie dort in die Autorenwerbung eingebunden, lesen Buchmanuskripte und prüfen, ob sie markttauglich sind. Bis zu einem gewissen Grad können sie auch in der Textbearbeitung tätig sein.

Medienkaufleute Digital und Print arbeiten in Zeitungs-, Zeitschriften-, Buch- oder auch Musikverlagen. Auch bei Medienhäusern und in PR- oder Werbeagenturen gibt es für sie Arbeitsmöglichkeiten. Da in der Medienbranche aber immer mehr crossmedial gearbeitet wird, muss sich ein Medienkaufmann Digital und Print zusätzlich auch mit anderen Bereichen, wie den Neuen Medien, Hörbüchern, CDs, DVDs oder Mobile-Content auskennen.

Voraussetzungen

Da ein Medienkaufmann Digital und Print viel am Computer und mit dem Internet arbeitet, sollte er eine gewisse Medien- und Technikaffinität mitbringen. Erfahrungen mit Text- und Grafikverarbeitungsprogrammen sind von Vorteil, bei den meisten Bewerbungen für eine Ausbildung jedoch nicht zwingend erforderlich. Interessenten sollten aber auf jeden Fall kommunikativ sein und gerne telefonieren, da sie in diesem Beruf viel mit Anzeigenkunden, Autoren oder Druckereien abklären müssen und oft auch Ansprechpartner sind. Kundenorientiertes Arbeiten ist daher ebenfalls wichtig. Für den Berufsalltag wird auch Organisationstalent benötigt, außerdem sollte ein Interesse an kaufmännischen Aufgaben bestehen. Bewerber sollten zudem teamfähig und flexibel sein sowie ein Gespür für Trends mitbringen.

Ausbildung

Zum Beruf des Medienkaufmanns Digital und Print führen zwei staatlich anerkannte Ausbildungswege. Eine Möglichkeit ist die duale

Ausbildung, die abwechselnd im Betrieb und in der Berufsschule stattfindet, während die andere Ausbildungsmöglichkeit rein schulisch ist. Beide Wege dauern in der Regel drei Jahre. Da die Ausbildungs- und Schulplätze recht begehrt sind, wird als Schulabschluss mindestens die Mittlere Reife oder das (Fach-)Abitur empfohlen.

Weiterführende Links:

Informationsportal Ausbildung.de: www.ausbildung.de/berufe/medienkauffrau

Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger: www.bdzv.de

5.7.15 PR-Manager

Wenn ein Unternehmer ein neues Produkt entwickelt hat, ein Schauspieler seine Karriere startet oder ein Politiker gewählt werden will – von alleine melden sich die Kunden, Zuschauer und Wähler nicht bei ihnen. Um ihr Produkt oder ihre Dienstleistung bekannt zu machen, engagieren viele daher einen PR-Manager, auch PR-Agent genannt.

Berufsbild

PR steht für Public Relations, zu Deutsch Öffentlichkeitsarbeit. PR-Manager sind Experten für die Öffentlichkeitsarbeit. Sie planen Strategien und führen diese durch, um ihre Klienten oder deren Produkt bekannt zu machen. Gleichzeitig geht es auch darum, die Außenwahrnehmung eines Produktes oder Unternehmens richtig zu steuern, das bedeutet, sie im richtigen Licht darzustellen. PR-Manager entwickeln Konzepte, um das Objekt nach außen hin optimal zu präsentieren. Das geschieht beispielsweise über die Erstellung aktueller Nachrichten und Beiträge, die sie an die Medien schicken und über eigene Kanäle, wie Website, Blog, Social-Media oder Newsletter verbreiten. Dabei berichtet der PR-Manager über Neuigkeiten, von denen er annimmt, dass sie für die Zielgruppe interessant sind. Das Vorgehen unterscheidet sich dabei natürlich je nach Arbeitsbereich. Während der PR-Agent eines Schauspielers eher persönliche Meldungen an die Fans weitergibt, meldet der PR-Manager eines Unternehmens dagegen die aktuellen Quartalszahlen an ein Wirtschaftsmagazin. Beide schreiben aber eigene Texte, produzieren Fotos oder Videos und senden diese als Material an Zeitungen oder TV-Sender. PR-Manager pflegen daher guten Kontakt zu den Chefredaktionen der Medien. Größere Unternehmen beschäftigen meist eine eigene Per-

son, die für die Medien als Ansprechperson dient und den Konzern in Interviews und Pressekonferenzen nach außen vertritt. Dieser Beruf heißt Pressesprecher.

Wenn der PR-Manager eines Unternehmens seine aktuelle Strategie geplant hat, macht er sich gemeinsam mit anderen Abteilungen an deren Umsetzung. Gemeinsam mit dem Marketing entwirft er beispielsweise Anzeigen in Tageszeitungen oder Fachzeitschriften, bespricht mit dem Grafiker das Design eines neuen Logos und verfeinert die Webpräsenz. Auch die Organisation von Veranstaltungen, um die Marke oder das Produkt bekannter zu machen, fällt in seinen Aufgabenbereich. Diese Events können für die Öffentlichkeit, für geladene Gäste oder nur für Pressevertreter ausgerichtet sein, je nach Zielsetzung. So laden beispielsweise Autokonzerne bei der Vorstellung jedes neuen Wagens Fachjournalisten zu Testfahrten ein, damit diese im Anschluss über das Auto berichten. Einige halten auch Beziehungen zu Entscheidern aus Politik und Wirtschaft und versuchen durch geschickte Lobbyarbeit Entscheidungen der Regierung im Interesse ihres Unternehmens zu beeinflussen. Sie nennen sich Lobbyisten.

Um zu überprüfen, ob ihre Kampagnen erfolgreich sind, führen PR-Manager eine Medienresonanzanalyse durch. Diese wertet für eine Unternehmung den Erfolg von Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, von Messeaktivitäten, von Veranstaltungen sowie Events im Rahmen der Berichterstattung aus. Darüber hinaus bietet sie die Möglichkeit, wenn langfristig ausgerichtet, Trends, Chancen und Risiken im Umfeld, sowie mögliche Krisen zu dokumentieren. Denn auch wenn etwas im Unternehmen schief läuft, ist die Öffentlichkeitsarbeit eines Unternehmens gefragt. Der Pressesprecher muss den Medien als Ansprechpartner zur Verfügung stehen, während sich der PR-Manager Lösungen überlegt, wie das Unternehmen möglichst nicht in die Negativ-Schlagzeilen rutscht.

Arbeitsmöglichkeiten für PR-Manager gibt es in Agenturen, die sich auf Public-Relations-Beratung spezialisiert haben, und in PR-Abteilungen von Unternehmen. Sie können auch selbstständig arbeiten.

Voraussetzungen

Das wichtigste Instrument eines PR-Managers ist die Kommunikation, daher sollten Interessenten für diesen Beruf sprachgewandt und

aufgeschlossen sein sowie mit den Medien umgehen können. Sie sollten selbst professionell Texte verfassen können, mittlerweile wird oft auch Fotografieren und Filmen gefordert. Ein Verständnis für Zahlen ist ebenfalls gefragt. Weil sie sehr oft mit der Presse in Kontakt stehen oder auf Veranstaltungen sprechen, sollten PR-Manager offen und nicht kamerascheu sein. Da sie sich um den Internetauftritt kümmern, sollten sie IT-Kenntnisse, technisches Verständnis sowie Social-Media-Erfahrung mitbringen.

Weil sie besonders in Krisensituationen sehr schnell reagieren müssen, sollten PR-Manager flexibel sein, Improvisationstalent besitzen und auch in Stresssituationen kreativ denken können. Auch Geduld ist in diesem Beruf gefragt. Lange Arbeitstage und ungewöhnliche Arbeitszeiten sind für einen PR-Manager oft normal.

Ausbildung

Zum Beruf des PR-Managers führt kein festgelegter Ausbildungsweg. Meist erfolgt der Einstieg über ein Volontariat oder ein Traineeprogramm in einer Agentur. Auch eine Aus- oder Weiterbildung bei privaten Bildungsträgern, zum Beispiel der Deutschen Presseakademie in Berlin oder der IHK, ist möglich.

Generell wird meist ein abgeschlossenes Hochschulstudium gefordert, oft auch mehrjährige Berufserfahrung. Bevorzugt erwünscht sind Abschlüsse in Fächern wie Kommunikations- und Medienwissenschaften, Journalistik oder auch Sprachwissenschaften.

► siehe auch **Pressereferent** (Seite 86)

5.7.16 SEO-Manager

SEO steht für Search Engine Optimization, zu Deutsch: Suchmaschinenoptimierung. Der SEO-Manager kümmert sich darum, dass eine Website im Internet möglichst gut gefunden wird. Das bedeutet, dass sie bei einer Suchmaschinen-Anfrage möglichst weit oben in der Trefferliste erscheint.

Berufsbild

Ein SEO-Manager ist täglich im Internet unterwegs und erarbeitet Strategien, wie eine Website bei einer Internetrecherche möglichst gut auffindbar ist. Denn wie oft eine Seite im Internet angeklickt

wird, ist kein Zufall. Ziel seiner Maßnahmen ist es, möglichst viele Internetnutzer auf eine Website zu lenken oder darauf aufmerksam zu machen. Dabei soll das Angebot einer Website bekannter gemacht werden, um dadurch beispielsweise mehr Produkte zu verkaufen, oder die Werbeeinnahmen durch Anzeigenverkauf zu steigern. Denn je mehr Traffic auf einer Website ist, desto attraktiver ist es für Werbekunden, dort eine Anzeige zu schalten. Gleichzeitig kann der Verkaufspreis der Anzeigen erhöht werden.

Eine der wichtigsten Strategien des SEO-Managers ist die Keyword-Analyse. Keywords sind einschlägige Schlüsselwörter, die Interessierte bei Suchmaschinen eingeben. Um zu wissen, welche Schlagwörter im Internet häufig gesucht werden, betreibt der SEO-Manager diese Analysen. Hat er herausgefunden, welche Wörter die Internetnutzer gerade häufig suchen, bearbeitet er die Texte einer Website so, dass die entsprechenden Schlagwörter möglichst häufig in den Texten vorkommen. So erhöht er die Trefferquote der Website, bei einer Suchmaschinenanfrage angezeigt zu werden. Auch die Positionierung auf der Ergebnisseite ist entscheidend, denn die meisten Klicks bekommen Websites, die möglichst weit vorne stehen. Aber nicht nur die Keywords entscheiden über die Häufigkeit der Besuche auf einer Website, auch Verlinkungen sind wichtig. Je mehr eingehende Links eine Internetseite aufweist, desto besser wird sie auch bei Suchmaschinen gerankt.

Außerdem konzeptioniert und optimiert der SEO-Manager den Aufbau und Inhalt einer Website und hat stets Konkurrenzseiten im Blick. Um erfolgreich zu sein, arbeitet er auch mit SEO-Managern anderer Firmen zusammen, beispielsweise im Rahmen von Kooperationen. Der Beruf des SEO-Managers zählt zum Berufsfeld des Online-Marketings. In Unternehmen oder Redaktionen arbeitet er oftmals mit Online-Redakteuren, Grafikern und Webentwicklern zusammen. Auch in Werbeagenturen gibt es Stellen für SEO-Manager. Da mittlerweile nahezu jedes Unternehmen im Internet vertreten ist und gut gefunden werden will, gibt es viele Arbeitsmöglichkeiten.

Voraussetzungen

Wer als SEO-Manager arbeiten will, sollte unbedingt technik- und internetaffin sein. Fachlich sind Kenntnisse in HTML und XML er-

forderlich. Interessenten sollten zudem analytisches Denken mitbringen und Spaß am Umgang mit Zahlen haben. Für den Arbeitsalltag ist viel Eigeninitiative und verantwortungsbewusstes Arbeiten gefragt, persönliche Belastbarkeit ist ebenfalls wichtig. Es ist auch von Vorteil, kontaktfreudig zu sein, denn der SEO-Manager ist stets damit beschäftigt, neue Kooperations- oder Werbepartner zu finden. Wer also Smalltalk und eloquentes Auftreten beherrscht, bringt wichtige Voraussetzungen mit. Nicht zuletzt sind kaufmännisches Verständnis und gute Englischkenntnisse für diesen Beruf erforderlich.

Ausbildung

Weil der SEO-Manager noch ein relativ neuer Beruf ist, unterscheiden sich neben seinen Aufgaben auch die Ausbildungswege, die zu dieser Tätigkeit führen. Bisher gibt es allerdings kein einschlägiges Studium oder eine speziell darauf ausgerichtete Ausbildung. In einigen Studiengängen werden jedoch Seminare zu diesem Thema angeboten. Themenverwandte Studiengänge sind etwa Informatik oder Online-Marketing. Manche Unternehmen bieten auch SEO-Trainee-programme an, die einen Start in das Berufsfeld bedeuten können. Gerade weil der Ausbildungsweg jedoch noch nicht gefestigt oder klar definiert ist, können Praktika bei Online-Marketing-Agenturen ein hilfreicher Wegbereiter sein.

5.7.17 Veranstaltungskaufmann

Er sorgt dafür, dass Veranstaltungen und Events wie geplant ablaufen und hat auch bereits im Vorfeld eine Menge Organisation übernommen: der Veranstaltungskaufmann.

Berufsbild

Der Veranstaltungskaufmann plant Veranstaltungen, organisiert den Ablauf und kümmert sich um die Nachbearbeitung. Er entwickelt beispielsweise Konzepte für Messen, Kongresse, Konzerte oder Ausstellungen, die genau auf die Zielgruppe und die Wünsche der Auftraggeber zugeschnitten sind. Dazu kalkuliert er alle nötigen Kosten sowie den angestrebten Gewinn und schätzt auch die Veranstaltungsr Risiken ein. Dabei berechnet er mögliche Verluste, beispielsweise durch schlechtes Wetter bei einem Open-Air-Event. Ein Veranstal-

tungskaufmann berät seine Kunden auch während der Veranstaltung und erstellt Ablauf- und Regiepläne. Diese setzt er dann entweder selbst um oder überwacht deren Durchführung. Dabei gilt es, veranstaltungstechnische Anforderungen, lokale Gegebenheiten und gesetzliche Vorschriften zu beachten. Er kümmert sich auch darum, rechtzeitig alle nötigen Genehmigungen zu erhalten. Am Veranstaltungstag selbst sorgt er dafür, dass das technische Equipment vor Ort ist und Gäste sowie externe Mitarbeiter betreut werden. Zum Schluss führt er Erfolgskontrollen durch. Ein Veranstaltungskaufmann beobachtet zudem stets das aktuelle Marktgeschehen im Veranstaltungs- und Eventbereich und erarbeitet darauf abgestimmte Werbekonzepte. Außerdem fallen neben den kaufmännischen auch personalwirtschaftliche Vorgänge in seinen Tätigkeitsbereich.

Arbeitsmöglichkeiten für Veranstaltungskaufleute gibt es vor allem bei Messegesellschaften und Kongresszentren, Eventagenturen sowie Unternehmen für Veranstaltungstechnik. Auch bei Catering-Unternehmen, in Hotels und Gaststätten mit zugehörigem Veranstaltungsbereich, in kommunalen Kulturämtern oder in Büros für Stadtmarketing können sie tätig sein. Somit stimmen ihre Aufgaben teilweise mit denen eines Kultur- oder Eventmanagers überein. Darüber hinaus gibt es Tätigkeitsfelder bei Theater- und Konzertveranstaltern, Rundfunkanstalten oder in Agenturen für Sportveranstaltungen.

Voraussetzungen

Angehende Veranstaltungskaufleute sollten Organisationstalent besitzen und auch in chaotischen Situationen den Überblick behalten können. Kaufmännisches Wissen und ein sicherer Umgang mit Zahlen sind gefragt, ebenso wie Fähigkeiten im Umgang mit Text- und Tabellenverarbeitungsprogrammen auf dem PC. Veranstaltungskaufleute sollten außerdem kommunikativ sein, da sie viel mit Kunden zu tun haben, und stressresistent sein. Lange Arbeitszeiten auch zu ungewöhnlichen Zeiten sind in dieser Branche üblich.

Ausbildung

Zum Beruf des Veranstaltungskaufmanns führt eine staatlich anerkannte duale Berufsausbildung. Dabei werden praktische Elemente im Betrieb erlernt und theoretisches Wissen in einer Berufsschule

vermittelt. Ausbildungsbetriebe können Veranstaltungsagenturen, Rundfunkanstalten oder andere Betriebe im Eventbereich sein.

Wer sich für diese Ausbildung interessiert, sollte mindestens eine gute Mittlere Reife haben, besser noch Abitur oder Fachabitur. Die Ausbildung dauert normalerweise drei Jahre, mit Abitur wird die Lehrzeit auf zweieinhalb Jahre verkürzt.

5.7.18 Werbetexter

„Waschmaschinen leben länger mit Calgon“ – wem dieser Satz eingefallen ist, der hat sein Handwerk verstanden. Ein einprägsamer Slogan, denn jeder kennt die gesungene Phrase aus der Fernsehwerbung. Genau dieses Ziel versucht ein Werbetexter zu erreichen – mit seinem Slogan das Produkt im Gedächtnis der Menschen zu verankern.

Berufsbild

Ob Anti-Kalkmittel, Frühstücksflocken oder Kinofilme – ein Werbetexter ist stets auf der Suche nach den passenden Worten, um ein Produkt zu bewerben. Mit kreativen Wortspielen und pffiffigen Slogans inszeniert er das Produkt oder die ganze Marke in der öffentlichen Wahrnehmung. Die Botschaften werden auf Plakatwänden, Flyern und in Fernseh- oder Radiospots präsentiert. Was im besten Fall so einfach und locker klingt, erfordert im Vorfeld oft wochenlanges Kopfzermarkern des Werbetexters. Sein größter Erfolg ist es, wenn ein Slogan der Zielgruppe jahrelang im Kopf bleibt – wie es bei dem Anti-Kalkmittel „Calgon“ gelungen ist. Bevor die kreative Arbeit des Textens beginnen kann, muss er zuerst abklären, was der Auftraggeber überhaupt erreichen will. Soll ein Produkt, eine ganze Kampagne oder eine Marke beworben werden? Soll ein Kaufanreiz geschaffen oder ein bereits existierendes Produkt neu auf dem Markt positioniert werden? Auch die Zielgruppe, die angesprochen werden soll, ist wichtig. Denn sie entscheidet über die Sprachwahl, so wird der Spot für Senioren beispielsweise eher seriös klingen, während bei Jugendlichen eine flippig-moderne Ansprache angesagt ist.

Hat der Werbetexter diese Fragen geklärt, macht er sich konzeptionelle Gedanken darüber, wie er seine Botschaft vermitteln kann. Je nachdem, ob er selbstständig oder in einer Agentur arbeitet, schließt er sich dazu mit dem Art-Direktor oder auch mit einem Grafiker zu-

sammen. Denn auch die verwendeten Bilder, die Typografie, in der der Text geschrieben wird, und das gesamte Layout der Werbung sind wichtige Bestandteile einer erfolgreichen Werbung – weshalb sie unbedingt auf den Text abgestimmt sein sollten. Bisweilen trägt der Werbetexter die Gesamtverantwortung für ein Werbekonzept. Bis ein fertiger Werbeslogan erarbeitet und der Kunde mit diesem zufrieden ist, müssen oft unzählige Ideen und Vorschläge ausgearbeitet werden. Letztendlich entscheidet dann der Kunde, welchen Slogan, oft auch Claim genannt, er für die Werbung einkaufen will.

Crossmediales Arbeiten wird auch für den Werbetexter immer wichtiger. Dabei muss er sich überlegen, wie er die Werbebotschaft in mehreren Medienkanälen platzieren und verbreiten kann. Denn der Werbeslogan sollte idealerweise nicht nur in der Printanzeige, sondern auch im Radio und Fernsehen erfolgreich sein. Ein Werbetexter muss sich außerdem mit Werberecht auskennen, damit er weiß, wie weit er mit bewusst provokativen Slogans gehen kann, ohne gegen bestehendes Recht zu verstoßen.

Werbetexter arbeiten meist in Werbe-, PR-, Kommunikations- oder Medienagenturen. Auch in der Messe- oder Veranstaltungswirtschaft gibt es Stellen, dazu besteht die Möglichkeit, freiberuflich zu arbeiten. Berufseinsteiger beginnen in Agenturen meist auf der Position eines Junior Texters, mit ausreichender Berufserfahrung steigen sie dann zum Texter auf.

Voraussetzungen

Kreativität und Sprachtalent sind wohl die wichtigsten Voraussetzungen, die ein Werbetexter mitbringen muss. Darüber hinaus sollte er kommunikativ, spontan, flexibel und einfallsreich sein. Denn nur wenn er beweglich im Kopf und rege im Austausch mit Kunden und Kollegen ist, kann er einen einzigartigen Werbeslogan kreieren. Da in der Werbebranche oft Zeitdruck und hohe Konkurrenz herrscht, muss sich ein Werbetexter auf vollgepackte und stressreiche Arbeitszeiten einstellen. Gute Nerven und Belastbarkeit sind in diesem Beruf von Vorteil. Damit er seine Slogans mit der Bildgestaltung abstimmen kann, ist auch grafisches Verständnis gefragt.

Ausbildung

Zwar gibt es keinen klassisch geregelten Berufsweg, der auf die Aufgaben des Werbetexters vorbereitet, ein Blick in die Lebensläufe von Werbetextern zeigt allerdings, dass viele Germanistik, Medien- oder Kommunikationswissenschaften studiert haben. Anschließend sind sie als Quereinsteiger in die Branche gekommen. Nicht zu unterschätzen für den Berufseinstieg sind Praktika oder Traineestellen in Agenturen.

Ein durchaus renommiertes Angebot für junge Werbeschaffende gibt es seit 1998 in Hamburg, die sogenannte Texterschmiede. Eine Akademie, die Werbenachwuchs ausbildet und von zahlreichen Agenturen und Unternehmen unterstützt wird, um für qualifizierten Nachwuchs zu sorgen. Sie bietet kostenpflichtigen Unterricht an und bildet Kreativschaffende in der Werbebranche aus. Um hier lernen und studieren zu können, müssen Bewerber allerdings erst einmal eine Aufnahmeprüfung bestehen und dabei ihre Kreativität unter Beweis stellen. Als Abschluss wird das Zertifikat „Ausgebildeter Texter“ verliehen.

Weiterführender Link:

Texterschmiede Hamburg e.V. – Akademie für Sprache, Kreativität und Markenkommunikation: www.texterschmiede.de

5.7.19 Zeitungszusteller

Bei sommerlich warmen Temperaturen, aber auch bei Regen, Schnee und Eisglätte muss sich der Zeitungszusteller nachts auf den Weg machen. Für diesen Job gibt es keine Berufsausbildung. Häufig handelt es sich sogar nur um einen Nebenverdienst. Gebraucht werden sie in allen Regionen, schließlich möchten auch in den entlegensten Gegenden Menschen Zeitungen lesen (allerdings gibt es inzwischen Gebiete mit nur wenigen Einwohnern, in denen Zeitungen nicht mehr ausgetragen, sondern aus Kostengründen nur noch an einem zentralen Platz abgelegt werden).

Fünf Tipps für Berufseinsteiger in der PR

Von Tobias Tringali, Pressesprecher des TV-Senders Fox Deutschland

➤ 1 Studienbegleitende Jobs und Praktika

Sammeln Sie während Ihres Studiums Praxiserfahrung, wo Sie können. In keiner Phase Ihrer Karriere werden Sie wieder die Gelegenheit bekommen, in einem kurzen Zeitraum verschiedenste Branchen, Unternehmen und PR-Bereiche kennenzulernen. Und das Beste: Während eines Studentenjobs oder Praktikums haben Sie es selbst in der Hand, sich eine ideale Ausgangsposition für eine spätere Festanstellung zu schaffen. Mit wertvoller Praxis-Erfahrung und guten Kontakten können Sie gegenüber Mitbewerbern durchaus ein paar verlorene Notenpunkte in Ihrem Hochschulabschlusszeugnis wettmachen.

➤ 2 Das richtige Unternehmen

In jedem Unternehmen spielt PR eine andere Rolle: Denken Sie bei der Wahl des Unternehmens, in das Sie einsteigen möchten, daran, dass Sie sich damit auch eine ganz bestimmte Denk- und Arbeitsweise aneignen werden. Deshalb meine Empfehlung: Versuchen Sie schon in der Bewerbungsphase herauszufinden, wie die PR-Abteilung im Unternehmen eingebettet ist. Ist sie autonom und berichtet direkt an die Geschäftsleitung? Oder handelt Sie im Dienste der Marketingabteilung? Könnte es sein, dass sie nicht mehr als das Übersetzungsbüro der globalen PR-Unit ist? Lässt sich an den PR-Maßnahmen eine eigene kreative Handschrift und Risikobereitschaft erkennen? Oder wirken die Maßnahmen schablonenhaft und ängstlich? PR kann im richtigen Unternehmen einer der spannendsten Berufe überhaupt sein.



➤ **3** Netzwerk auf- und ausbauen

Neben einem Sinn für gute Geschichten und einem Verständnis für den Arbeitsalltag von Journalisten gehört ein exzellentes Netzwerk zu Presse-Vertretern und Branchen-Köpfen zum Wichtigsten in der PR. PR ist People Business! Arbeiten Sie frühestmöglich an Ihrem eigenen Netzwerk. Der Grat zwischen Aufgeschlossenheit und Aufdringlichkeit ist ein sehr schmaler, den Sie unbedingt beherrschen sollten. Finden Sie hier den Stil, der Ihrem Wesen entspricht, denn nichts ist schlimmer als ein aufgesetztes Auftreten.

➤ **4** Unternehmen oder Agentur?

Seien Sie sich bewusst, dass es etwas völlig anderes ist, für ein Unternehmen oder auf Agentur-Seite PR zu machen. Der Unterschied lässt sich vereinfacht darauf herunterbrechen, dass im Unternehmen der Journalist Ihr wichtigster Kontakt ist, während es bei der Agentur der Kunde ist. Mein Tipp: Sammeln Sie Praxis-Erfahrung auf beiden Seiten und finden Sie heraus, wo Sie mehr Erfüllung finden.

➤ **5** Gelassen bleiben

Einen echten PR-Menschen wirft nichts so schnell aus der Bahn. Versuchen Sie, auch wenn das manchmal besonders schwerfallen mag, nicht die Contenance zu verlieren, wenn bei einem Projekt einmal etwas schiefgeht. Wenn z. B. bei einer Veranstaltung der Star-Gast in der letzten Minute ausfällt oder ein Journalist mal wieder alles völlig falsch verstanden hat: Atmen Sie tief durch und nutzen Sie die Gelegenheit, Ihr Improvisationstalent zu trainieren, denn das gehört unweigerlich zu den Skills, die Sie im PR-Job brauchen. Versuchen Sie bei jedem Projekt im Kopf flexibel zu bleiben, damit Sie im Fall der Fälle schnell und souverän reagieren können. Unvorhersehbares nicht nur in den Griff zu bekommen, sondern am Ende etwas Neues daraus entstehen zu lassen, gehört zum Reiz der PR.

5.8. Fotografie

Ob in der Mode- oder Werbebranche, bei Zeitungen und Magazinen, in Unternehmen oder in der Portraitfotografie – für einen Fotografen gibt es viele verschiedene Arbeitsbereiche, in denen seine Aufgaben auch ganz unterschiedlich ausfallen. Aber nicht nur der Fotograf wird für ein gutes Foto benötigt – da gibt es zum Beispiel noch den Foto- und medientechnischen Assistenten. Und natürlich die Models, die vor der Linse arbeiten.

5.8.1 Bildredakteur

Ein freundlich lächelndes Gesicht auf einem Magazincover oder ein Strandfoto, das zum Sonnenbaden einlädt: Der Bildredakteur ist derjenige, der diese Fotos auswählt und sie zum Titelcover einer Zeitschrift macht. Die visuelle Medienkommunikation ist sein Bereich, in der er mittels Bildsprache Inhalte vermittelt.

Berufsbild

Aber nicht nur für die Titelfotos ist er zuständig. In Verlagen, Redaktionen oder bei Bildagenturen trifft er bei allen Fotos, die veröffentlicht werden sollen, die Auswahl oder Vorauswahl. Dabei muss er auf die Qualität der Fotos ebenso achten, wie darauf, dass sie zum dazugehörigen Text passen. Er schreibt Bildunterschriften und fügt Fotonachweise hinzu, die den Fotografen nennen. Dazu muss er sich mit Copyright, Lizenzen und Nutzungsrechten auskennen. Die Fotos sucht er in Bilddatenbanken, kauft sie bei Agenturen ein oder beauftragt Fotografen. Für seine Arbeit muss er sich mit Bildrecherche-Programmen auskennen und wissen, bei welchen Bildagenturen er die passenden Fotos einkaufen kann. Um das Fotoarchiv übersichtlich zu halten, sortiert, verschlagwortet und ordnet er eingehendes Fotomaterial. Auch die elektronische Bildbearbeitung mit Photoshop zählt zu seinen täglichen Aufgaben. Er erarbeitet Bildkonzepte und brieft Kollegen für geplante Fotoshootings.

Arbeiten kann er in den verschiedensten Medienbereichen: bei Print- oder Onlinemedien, Verlagen, im Film- und Fernsehbereich. Aber auch in Bildarchiven und -dokumentationsstellen, bei Werbe- und PR-Agenturen kann er eine Anstellung finden oder als Freiberufler Aufträge übernehmen.

Voraussetzungen

Ein künstlerisches und fotografisches Verständnis sollte jeder mitbringen, der als Bildredakteur arbeiten will. Dazu gehört ein genaues Auge ebenso wie der Blick für Ästhetisches, Farben, Formen und Gestaltung. Für die Bildauswahl und -beurteilung ist ein sicheres Gespür unerlässlich.

Ausbildung

War es vor einigen Jahren noch üblich, als Quereinsteiger aus dem Bereich Fotografie oder Grafik-Design im Beruf des Bildredakteurs zu arbeiten, gibt es heute auch eigene Ausbildungen, Studiengänge oder Weiterbildungen. Bei der Ausbildung zum Fachangestellten für Medien und Informationsdienste kann etwa die Fachrichtung Bildagentur gewählt werden. Aber auch an manchen Journalistenschulen wird die Ausbildung zum Bildredakteur angeboten. Weitere Möglichkeiten sind eine Redaktionsassistentin in einer Bild- oder Presseagentur oder über eine Redaktionsassistentin in einer Bildredaktion.

5.8.2 Fotograf

Mit geschultem Blick lässt er Models umwerfend aussehen oder setzt Felsen bedrohlich düster in Szene. Ob aus der Vogel- oder der Froschperspektive, ob Nahaufnahme oder Totale – der Fotograf weiß, welche Perspektive er wählen muss, um das Motiv vor der Linse wirkungsgewaltig zu inszenieren.

Berufsbild

Sein Job beginnt nicht erst mit dem Fotografieren selbst. Bevor es am Set oder im Fotostudio losgehen kann, muss erst einiges an Vorarbeit geleistet werden. Mit den Auftraggebern, z. B. Redaktion, Werbeagentur oder Verlag, muss der Fotograf die genauen Anforderungen eines Auftrags klären. Anschließend plant er seine Fotoshootings, vereinbart Fototermine und bereitet diese vor Ort vor. Aufwändig wird es bei Außenaufnahmen, denn da muss auch logistisch geplant werden, was einzupacken ist. Die Ausrüstung individuell auf den jeweiligen Termin abzustimmen, ist das A und O der Vorbereitungen. Je nachdem ob es sich um Natur- oder Innenaufnahmen, ein Shooting mit Models

oder Produktaufnahmen handelt, ist unterschiedliches Equipment nötig. Denn die unterschiedlichen Objektive haben verschiedene Brennweiten, das bedeutet, dass je nach Entfernung zum Fotoobjekt ein anderes Objektiv auf die Kamera geschraubt werden muss. Einer der wichtigsten Einflussfaktoren bei der Arbeit des Fotografen ist das Licht. Dabei ist wiederum gute Planung entscheidend, denn ohne die Licht- und Wetterverhältnisse zu berücksichtigen, läuft in der Fotografie nichts. Bei der digitalen Nachbearbeitung kann zwar einiges ausgebügelt werden, wenn die Lichtverhältnisse aber unstimmig sind, kann auch die beste Retusche nichts mehr retten. Beim Bearbeiten der Bilder unterstützt den Fotografen oft ein Foto- und medientechnischer Assistent.

Ein Fotograf drückt nach den Vorbereitungen aber nicht nur den Auslöser, seine Aufgabe ist es auch, die Motive innerhalb des Bildes gut in Szene zu setzen und eine Dramaturgie zu erzeugen. Idealerweise werden dabei Spannung und Aussagekraft geschaffen. Er komponiert seine Fotos gewissermaßen durch Beleuchtung, Perspektive und Bildausschnitt.

Fotografen arbeiten meist in Fotostudios, bei Verlagen, Tageszeitungen oder im Fotoeinzelhandel. Sie können aber auch eine Anstellung bei Werbeagenturen finden, oder dort zumindest als sogenannter Freelancer freiberufliche Aufträge erhalten. Als Freiberufler zu arbeiten, ist unter Fotografen weit verbreitet. Je nach Auftrag kann auch der Arbeitsort des Fotografen wechseln. Einmal setzt er Models auf einer Sommerwiese in Szene, ein anderes Mal fotografiert er im Studio oder in einer Industriehalle. In der Regel spezialisieren sich Fotografen auf einen oder mehrere Fachbereiche, wie etwa Werbe- oder Bühnenfotografie, Architektur, Mode, Landschafts- oder Porträtaufnahmen.

Voraussetzungen

Wer als Fotograf arbeiten will, sollte einfallsreich und kreativ sowie kommunikativ sein, um beispielsweise den Models seine Ideen vermitteln zu können. Dafür sind oft auch Englischkenntnisse gefragt. Da Aufträge nicht immer bis ins letzte Detail geplant werden können, muss ein Fotograf Improvisationstalent mitbringen und flexibel sein. Bei einem nur für einen Tag gebuchten Termin müssen auch bei

schlechtem Wetter ansprechende Aufnahmen herauskommen. Außerdem sind ein künstlerischer Blick und Sinn für Ästhetik unverzichtbar in diesem Beruf. Eine sorgfältige und zuverlässige Arbeitsweise sind erforderlich, um langfristig erfolgreich zu sein und die Kunden zu halten. Ein angehender Fotograf sollte außerdem technisches Verständnis mitbringen – sowohl um mit Kamera und Beleuchtungstechnik, als auch mit Bildbearbeitungsprogrammen am Computer umgehen zu können.

Ausbildung

Interessenten können sich entweder über eine duale Ausbildung oder ein Studium zum Fotografen ausbilden lassen. Die staatlich anerkannte duale Berufsausbildung dauert in der Regel drei Jahre. In dieser Zeit sammelt der Auszubildende praktische Erfahrung bei einem Fotografen im Studio und lernt die theoretischen Grundlagen in der Berufsschule.

Wer studieren möchte, muss schon vor Beginn des Studiums großes Engagement beweisen. Um einen der begehrten Studienplätze an einer Hochschule, Akademie oder Universität zu bekommen, muss meist eine Bewerbungsmappe eingereicht werden. Mit dieser sollen die Studieninteressierten ihr bisheriges Können unter Beweis stellen. Ein Mappenvorbereitungskurs vor dem Studium kann eine Hilfe sein, die richtige Auswahl an Fotos für das Portfolio zu treffen und dadurch bessere Chancen bei der Bewerbung zu bekommen.

Weiterführende Links:

Verzeichnis deutscher Berufsfotografen und Tipps zur Ausbildung:

www.berufsfotografen.com/beruf-fotograf/168

Fotografie-Studium in Deutschland: www.foto-studium.de

5.8.3 Foto- und medientechnischer Assistent

Er lässt Pickel und Falten verschwinden, entfernt Speckröllchen und sorgt dafür, dass Gemüse im Werbeprospekt zum Anbeißen lecker erscheint. Fast jedes Foto oder Plakat ist vom Foto- und medientechnischen Assistenten nachbearbeitet. Aber seine Aufgaben sind noch weitaus vielfältiger.

Berufsbild

In der Fotografie fällt auch nicht nur die Retusche in seinen Aufgabenbereich. Bevor ein Foto tatsächlich entwickelt werden kann, muss der Foto- und medientechnische Assistent zunächst die entsprechenden Anlagen der Foto- und Medientechnik einstellen und bedienen. Er kümmert sich also um Licht, Leinwand und das Aufstellen der Kameras. Anschließend geht er zur Druckvorstufe über. Das bedeutet, er scannt, bearbeitet, retuschiert, verfremdet, filtert oder layoutet die vorliegenden digitalen Daten im Labor. Dabei korrigiert er die Farbgebung, nimmt Kontrast- und Schärfenanpassungen vor, entfernt Bildfehler, Kratzer und Hautunebenheiten. Sollen mehrere Fotos oder Bildelemente miteinander kombiniert werden, fertigt er täuschend echte Fotomontagen. So steht das Model dann plötzlich am Strand, obwohl es im Studio fotografiert wurde. Dafür fertigt er sogenannte Freisteller an, indem er mit einem digitalen Bildbearbeitungsprogramm das Model aus dem Gesamtfoto ausschneidet. Er filtert damit ein Element aus der restlichen Umgebung des Bildes heraus. Das gleiche funktioniert natürlich auch mit jeglichen anderen Objekten. In einem weiteren Schritt fügt er diese einzelnen Fotoelemente so zusammen, dass die künstliche Montage für das Auge des Betrachters nicht mehr sichtbar ist. Passt der Hintergrund eines Fotos nicht oder stören andere Elemente, wie beispielsweise ein Flugzeug am Himmel, lässt er diese mit wenigen Klicks verschwinden. Besonderes Augenmerk muss er bei dieser Arbeit auf den Schattenwurf und die Lichtreflexe richten, denn nur wenn diese korrekt dargestellt sind, wirkt die Montage realistisch und der Betrachter glaubt der Täuschung. Werden Bildaufnahmen in hoher Auflage gedruckt, bedient und steuert der Foto- und medientechnische Assistent die großen Druck- und Entwicklungsmaschinen. Damit diese auch langfristig zuverlässige Ergebnisse liefern, kontrolliert er sie in regelmäßigen Abständen. Für technische Sachaufnahmen steht er auch selbst hinter der Kamera und fotografiert. Ein weiterer Aufgabenbereich ist der Erhalt analoger Fotos. Er digitalisiert diese durch Einscannen und repariert etwaige Schäden wie Flecken, Kratzer oder Risse. Mit digitalem Colormanagement verhindert er, dass es beim Scannen oder Drucken zu Farbverfälschungen kommt.

Wenn er im medientechnischen Bereich tätig ist, so kümmert er sich um die unterschiedlichen Speichermedien und arbeitet beispielsweise auch an der Gestaltung von Internetseiten mit. Darüber hinaus arbeitet er mit audiovisuellen Medien, nimmt beispielsweise selbst Videos auf und verarbeitet sie, oder ist in der Programmierung tätig.

Voraussetzungen

Wer sich für diesen Beruf interessiert, sollte in jedem Fall technikaffin sein und sich für Fotografie, Computer und audiovisuelle Medien interessieren. Denn er muss später sowohl die Foto- und Videokamera als auch Computer- und Beleuchtungstechnik beherrschen. Um die technischen Grundlagen der Beleuchtung zu verstehen, sollte man ein Händchen für Physik und Mathematik haben. Ein gutes Auge, räumliches Vorstellungsvermögen und sorgfältige Arbeitsweise sind ebenfalls wichtige Voraussetzungen. Nicht zuletzt spielen auch Kreativität und Sinn für Bildgestaltung eine große Rolle, beispielsweise wenn es darum geht, eine Homepage durch visuelle Effekte mitzugestalten.

Ausbildung

Foto- und medientechnischer Assistent ist ein anerkannter schulischer Ausbildungsberuf. Wer diese Ausbildung beginnen will, sollte einen mittleren Bildungsabschluss oder gleichwertige Qualifikationen vorweisen können. Da die Ausbildung je nach Bundesland unterschiedlich geregelt ist, variieren auch die Abschlussbezeichnungen. In der Regel dauert die Ausbildung an einer Berufsfachschule oder einem Berufskolleg zwei bis drei Jahre, je nachdem ob Zusatzqualifikationen erworben werden.

5.8.4 Fotomedienfachmann

Welche Kamera löst schnell aus und ist für Schnappschüsse geeignet und welchen Bildausschnitt sollte der Kunde bei der Entwicklung der Urlaubsfotos wählen? Bei diesen oder ähnliche Fragen berät der Fotomedienfachmann im Fotofachhandel.

Berufsbild

Sein Arbeitsort ist allerdings nicht nur im Fachhandel. Neben der Kundenberatung im Geschäft, entwickelt und bearbeitet er Fotos im

Labor oder macht Fotoaufnahmen im Studio. Mit den Arbeitsorten sind jeweils auch ganz unterschiedliche Arbeiten verbunden. Im Geschäft geht es vornehmlich um die Beratung. Der Fotomedienfachmann sucht jeweils den Kundenwünschen entsprechend eine passende Kamera, ein geeignetes Objektiv, einen UV-Filter oder sonstiges Zubehör. Er führt vor und erklärt, wie die Kamera oder das Videogerät funktioniert und zeigt dem Kunden die verschiedenen Einstellungsmöglichkeiten. Darüber hinaus gibt er den Kunden Tipps, wie sie Aufnahmen im Nachhinein am Computer nachbearbeiten können. Im kaufmännischen Bereich übernimmt er die Auftragsabwicklung, Preiskalkulation und Abrechnung. Im Labor entwickelt er Fotos, die Kunden zuvor meist digital in Bestellung gegeben haben. Hier übernimmt er ähnliche Aufgaben wie der Foto- und medientechnische Assistent. Im Studio arbeitet der Fotomedienfachmann im Kleinen ähnlich wie ein Fotograf. Er macht Bewerbungsfotos, wählt anschließend die besten Fotos aus und bearbeitet sie gegebenenfalls am Computer. Ähnlich wie der Mediengestalter Digital und Print kann er damit Farben intensiver aussehen lassen, Kontraste verstärken oder kleine Fehler korrigieren. Für diese Arbeit muss er sich sowohl mit der digitalen Spiegelreflexkamera, als auch mit der Beleuchtung, Lichttechnik und Bildbearbeitung gut auskennen. Je nachdem wo der Fotomedienfachmann arbeitet, muss er sich möglicherweise auch mit Videokameras auskennen.

Die meisten Fotomedienfachleute arbeiten im Fotofachhandel, in Fotolaboren und Fotostudios. Aber auch in der Industrie oder in Bildagenturen können sie eine Anstellung finden oder in der Beratung, im Vertrieb oder im Marketing arbeiten.

Voraussetzungen

Da der Fotomedienfachmann mit Kunden im Geschäft Beratungsgespräche führt, sollte er kommunikativ sein, gerne Menschen beraten, serviceorientiert arbeiten und Verkaufsgespräche führen können. Darüber hinaus sollte er ein Gespür für Bildgestaltung haben und sich für Technik interessieren. Erste Kenntnisse mit digitalen Bildbearbeitungsprogrammen sind von Vorteil.

Ausbildung

Fotomedienfachmann ist ein anerkannter Ausbildungsberuf, der in der Regel eine dreijährige Lehrzeit vorsieht. Die duale Ausbildung findet sowohl im Lehrbetrieb als auch in der Berufsschule statt. Voraussetzung wird mindestens der Hauptschulabschluss, in den meisten Fällen wird ein mittlerer oder höherer Bildungsabschluss erwartet. In der Ausbildung wird kaufmännisches Wissen und Fotofachwissen vermittelt, wie etwa Fotografieren, Bildbearbeitung und -gestaltung. Deutschlandweit gibt es nur etwa ein halbes Duzend Berufsschulen. Diese unterrichten daher länderübergreifend.

5.8.5 Model

Mit turmhohen High-Heels auf den Laufstegen dieser Welt oder bei einem Fotoshooting mit wilden Tieren nicht die Nerven verlieren – Models müssen auch in ungewöhnlichen Situationen immer eine gute Figur machen.

Berufsbild

Models arbeiten meist in der Mode- und Werbebranche und präsentieren Kleidung oder andere Produkte. Sie lassen sich bei Fotoshootings ablichten, drehen Werbespots oder laufen auf Modenschauen. Sie präsentieren dabei Kleidung, Make-up, Frisuren, Accessoires und Produkte aller Art – vom neuen Sportwagen über Duschgel bis hin zu Waschmittel. Je nach Veranstaltung und Auftraggeber werden unterschiedliche Anforderungen gestellt. Bei Modenschauen geht es darum, die Kollektion des Designers den Einkäufern aus der Modebranche vorzustellen. Bei Werbespots arbeiten Models fast wie Schauspieler und folgen dabei den Anweisungen des Regisseurs. Er entscheidet, wie das zu bewerbende Produkt der Zielgruppe vermittelt und angepriesen werden soll. Bei Fotoshootings wiederum ist der Fotograf derjenige, der sagt, wie die Models posieren sollen. Aufgabe der Models ist es, die Anweisungen bestmöglich umzusetzen und dabei vor der Kamera gut auszusehen.

Dies klingt einfacher als es ist, denn dahinter steckt harte Arbeit. Nicht selten dauern Fotoshootings oder Dreharbeiten bis mitten in die Nacht, oft passen auch die Schuhe nicht richtig und müssen trotz-

dem getragen werden. Für die Models heißt das: auch nach stundenlangem Posieren immer noch fit, munter, bezaubernd, hinreißend und sexy auszusehen. Und zwar so lange, bis das perfekte Foto geschossen ist oder die letzte Szene abgedreht ist. Das erfordert starke Nerven, Ausdauer und Geduld. Für Models, die bei größeren Agenturen unter Vertrag stehen, gehören auch viele Reisen zum Job dazu.

Zwar schaffen es nur die wenigsten jungen Frauen und Männer als Topmodel auf die Laufstege in Paris, London und New York. Aber auch abseits der internationalen Modenschauen gibt es für Models zahlreiche Arbeitsmöglichkeiten. Grundsätzlich können Models auch freiberuflich arbeiten, für den großen Erfolg ist es jedoch unerlässlich, bei einer renommierten Modelagentur unter Vertrag zu stehen. Denn diese organisiert die Aufträge der Models bei Werbekampagnen, Beauty-Unternehmen, Versandhauskatalogen oder Fashion-Labels.

Voraussetzungen

Wer als Model den Laufsteg anstrebt, sollte von Natur aus schlank sein, eine gute Körperbeherrschung besitzen, eine sichere Lauftechnik mitbringen, stressresistent und diszipliniert sein. Häufig müssen international tätige Models auch sehr flexibel und reisefreudig sein. Dies bedeutet oft, dass familiäre und private Beziehungen hintangestellt werden müssen. Zudem werden hohe Ausdauer, auch in sportlicher Hinsicht, und Konzentration gefordert. Interesse an aktuellen Modetrends, selbstsicheres Auftreten und Belastbarkeit sind ebenso Grundbedingungen für den Beruf des Models. Darüber hinaus sind eine aussagekräftige Mimik und choreographisches Können gefragt. Das bedeutet, dass man beispielsweise bei Tanzszenen schnell in der Lage ist, sich die geforderten Schritte einzuprägen. Ebenso unerlässlich sind Pünktlichkeit, Zuverlässigkeit und Höflichkeit. Wer kamera-scheu oder introvertiert ist, ist für diesen Beruf nicht geeignet. Weil Models viel unterwegs sind und mit ausländischen Auftraggebern zu tun haben, ist Englisch Pflicht. Auch weitere Fremdsprachenkenntnisse wie Italienisch, Französisch oder Spanisch werden gern gesehen.

Obwohl ein Aussehen à la Heidi Klum von Vorteil ist, werden nicht für jeden Auftrag schlanke Supermodels genommen. Je nach Kunde, Branche oder Werbebotschaft werden unterschiedliche Model-Typen

gesucht. Gerade für TV-Spots, die Alltagsprodukte bewerben, Versandhäuser oder lokale Modefirmen werden oft „Alltagsmodels“ gesucht, die der Zielgruppe entsprechen. Das können im einen Fall Jugendliche sein, im anderen ältere Herren oder Damen mit Übergröße. Models können folglich zwar sehr unterschiedlich aussehen, sollten aber immer das gewisse Etwas an Ausstrahlung mitbringen.

Ausbildung

Eine Berufsausbildung zum Model gibt es nicht. Der Weg in diesen Beruf führt über Modelagenturen, bei denen sich Interessierte mit Probefotos bewerben – diese müssen nicht professionell gestaltet sein. Zeigt die Agentur Interesse, lädt sie zu kostenlosen Test-Shootings ein und organisiert unter Umständen Coachings für die richtige Körperhaltung und Lauftrainings. Mit einer sogenannten Setcard nehmen die Agenturen die Models, die ihnen gefallen, in ihre Kartei auf. Auftraggebern werden dann diese Setcards vorgelegt, woraufhin sich diese für ein Model entscheiden und es buchen.

Wer professionell in die Modelwelt einsteigen will, sollte sich früh dafür entscheiden, denn die Konkurrenz ist groß. Der Einstieg sollte zwischen 14 und 23 Jahren geschehen. Dabei gilt es jedoch zu beachten, dass Minderjährige nicht ohne die Eltern oder deren Einverständnis an Shootings teilnehmen dürfen. Bei der Wahl der Agentur ist es sehr wichtig, auf deren Seriosität zu achten. Denn seriöse Modelagenturen verlangen von Bewerbern keine Aufnahmegebühren oder Geld für die Test-Shootings. Da sich die Modelkarriere meist nur auf junge Jahre beschränkt, sollte man in jedem Fall einen Schulabschluss und zusätzlich eine Berufsausbildung oder ein Studium absolvieren, um nach dem Ende der Modelkarriere nicht mit leeren Händen da zustehen.

Fünf Tipps für Berufseinsteiger in der Fotografie

*Von Erol Gurian, Fotograf,
Fotojournalist bei Focus
Online und Fotodozent
an der Deutschen
Journalistenschule sowie der
Universität Hildesheim*



➤ **1** Eigenständig arbeiten können

Fotograf ist ein freier Beruf, die allerwenigsten sind fest angestellt. Man besitzt viel Eigenverantwortung, muss also sehr selbstständig arbeiten können und sich selbst jeden Tag aufs Neue motivieren, auch in den unvermeidlichen finanziellen Durststrecken.

➤ **2** Realistische Sichtweise

Fotografie nehmen die meisten als ein Berufsfeld mit viel Glamour wahr, man sollte sich vom coolen Sex-Appeal aber nicht blenden lassen. Wer Fotograf werden will, sollte ernsthaft begeistert sein und sich auf einen durchaus schwierigen Berufsalltag einstellen, für den man oft viel Idealismus braucht.

➤ **3** Praktika

Wer Fotograf werden will, sollte möglichst bald zwei bis drei Praktika bei Fotografen absolvieren. Dabei ist es wichtig, bereits im Vorfeld zu recherchieren, wie der Fotograf arbeitet und was sein Stil ist. Man sollte bei der Bewerbung unbedingt zeigen, dass man sich mit dem Fotografen und dessen Arbeit beschäftigt hat und nicht einfach blindlings Massenbewerbungen verschicken.

➤ 4 Breit aufstellen

Die allgemeine Auftragslage in der Fotografie ist nicht gut, dazu kommt noch eine starke Konkurrenz. Daher sollte man sich breit aufstellen und mehrere Arbeitsschwerpunkte sowie Arbeitgeber suchen, um sich seine Existenz zu sichern.

➤ 5 Kommunikativ sein

Ein Fotograf kann das beste Portfolio haben, aber wenn er niemandem davon erzählt, vergammeln die Arbeiten im Archiv. Daher sollte man Kontakte knüpfen und auf seine Projekte aufmerksam machen. Kommunikative Menschen tun sich in diesem Beruf daher leichter.

5.9. Buchbranche

Bevor ein Buch im Laden verkauft werden kann, haben viele verschiedene Menschen daran mitgewirkt, denn nicht nur der Autor ist dabei wichtig. Auch ohne korrigierenden Lektor, organisierenden Verlagsleiter oder gestaltenden Layouter entsteht kein fertiges Buch. Zur Buchbranche werden aber auch andere Berufe gezählt, die mit dem Entstehungsprozess eines Buches direkt nichts zu tun haben. Da sind etwa der Buchhändler, der Bibliothekar oder der Archivar, der die Dokumente für die Nachwelt aufbewahrt, zu nennen.

5.9.1 Archivar

Er bewahrt das kulturelle und historische Erbe einer Gesellschaft, indem er wichtige Informationen für die Nachwelt sichert – der Archivar. Er schützt historische Dokumente, macht sie der Gesellschaft zugänglich und bewahrt sie für zukünftige Generationen. Archiviert werden beispielsweise Urkunden, Akten, Karten, Pläne und Bilder. Aber auch Informationen aus audiovisuellen und digitalen Medien hebt er für die Nachwelt auf.

Berufsbild

Zu den Aufgaben eines Archivars zählt es, wichtige Dokumente zu bewahren, zu analysieren, zu kategorisieren und zu sortieren. Damit jedoch nicht alle vorhandenen Unterlagen aufbewahrt werden, spielt die Auswahl eine wesentliche Rolle. Der Archivar sichtet und bewertet die Dokumente und entscheidet daraufhin, welche Daten dauerhaft in einem Archiv aufbewahrt und welche aussortiert werden. Den ausgewählten Dokumenten ordnet er einen eindeutigen Titel sowie eine Signatur zu und kümmert sich um ihre Instandhaltung. Dabei ist es besonders bei audiovisuellen und digitalen Medien wichtig, dass auch die Abspielgeräte aufbewahrt werden bzw. die Daten stets in aktuelle Speicherformate umgewandelt werden. Denn sonst ist in hundert Jahren zwar die Diskette gut erhalten, aber niemand kann den Inhalt mehr lesen. Darüber hinaus kann ein Archivar Behörden bei der Verwaltung ihrer Akten beraten, damit Unterlagen fachgerecht aufbewahrt und geordnet werden. Außerdem unterstützt er Archivnutzer bei ihrer Suche und wirkt manchmal auch an öffentlichen Veranstaltungen wie Ausstellungen, Führungen und Vorträgen mit.

Voraussetzungen

Eine der wichtigsten Voraussetzungen für die Wahl des Archivarberufs ist Ordnungsliebe, ebenso sind zuverlässiges und exaktes Arbeiten wichtig. Gute Geschichtskennntnisse und ein breites Allgemeinwissen sind besonders für die Auswahl und Einordnung der Dokumente entscheidend. Da ein Archivar oft auch mit fremdsprachigem Material zu tun hat, werden Englisch und Grundkenntnisse in Latein gefordert. Teilweise wird auch Französisch oder Russisch verlangt. Da der Archivar mit unterschiedlichsten Medien arbeitet und vermehrt auch digitale Medien hinzukommen, ist eine gewisse Medienkompetenz und der Umgang mit moderner Informations- und Kommunikationstechnik nötig.

Ausbildung

Um als Archivar tätig zu werden, stehen viele unterschiedliche Ausbildungswege offen. Zum einen kann eine duale Ausbildung absolviert werden. Dafür reicht ein guter Hauptschulabschluss oder die mittlere Reife. Abiturienten und Schüler mit Fachabitur können ein duales Studium (ebenfalls dreijährig) an der Archivschule Marburg oder der Bayerischen Archivschule München absolvieren. Sie streben damit den gehobenen Archivdienst an. In Potsdam gibt es auch eine Fachhochschule für Archivare.

Weiterführender Link:

Verband deutscher Archivarinnen und Archivare e.V.: www.vda.archiv.net

5.9.2 Assistent der Verlagsleitung

Er ist die rechte Hand des Verlegers oder Verlagsleiters. Er greift ihm im Alltagsgeschäft unter die Arme und nimmt ihm viele organisatorische Aufgaben ab – der Assistent der Verlagsleitung.

Berufsbild

Sein Alltag spielt sich größtenteils im Büro ab. Er übernimmt Korrespondenzarbeiten und Telefongespräche für den Verlagsleiter, betreut Kunden und plant Projekte. Er koordiniert Termine, kümmert sich um die Reiseplanung und zugehörigen Abrechnungen. Außerdem erarbeitet er Präsentationen, bereitet Besprechungen vor und

übernimmt anschließend deren Nachbearbeitung. Preis-Leistungsvergleiche fallen ebenfalls in seinen Tätigkeitsbereich, dazu stellt er Kalkulationen auf und holt Kostenvoranschläge ein. Darüber hinaus gehört es zu seinen Aufgaben, Verträge mit Autoren auszuarbeiten und sich um die Akquise, die Kundengewinnung, zu kümmern. Führt der Verlag Veranstaltungen durch, übernimmt der Assistent der Verlagsleitung die Planung und Durchführung. Außerdem kümmert er sich um die interne und externe Kommunikation innerhalb des Verlages. Unter Umständen assistiert er auch der Redaktion.

Voraussetzungen

Eine sichere deutsche Ausdrucksweise und gute Englischkenntnisse in Wort und Schrift werden von Bewerbern erwartet. Darüber hinaus sollte jeder, der sich für diesen Job interessiert, internetaffin und kommunikativ sein, denn er muss oft Kundengespräche am Telefon führen. Selbstständiges und eigenverantwortliches Arbeiten sollten selbstverständlich sein.

Ausbildung

Der Weg zum Assistenten der Verlagsleitung kann sowohl über eine duale Ausbildung als auch über ein Studium führen. Wer eine Ausbildung beginnen möchte, sollte sich im bürokaufmännischen Bereich umsehen. Dafür bietet sich beispielsweise die Ausbildung zum Medienkaufmann Digital und Print an. Als Studienfächer bieten sich Fachrichtungen im Medienbereich oder Verlagswesen an.

5.9.3 Autor

Seiner Feder entspringen dicke Romane, phantasievolle Gedichte oder aufregende Kurzgeschichten. Der Beruf des Schriftstellers ist sehr vielfältig, er verfasst literarische Texte aller Art.

Berufsbild

Ein Roman entsteht nicht erst dann, wenn sich ein Schriftsteller vor ein leeres Word-Dokument setzt und zu schreiben beginnt. Zu allererst steht die Recherche auf dem Programm. Besonders für historische Bücher muss viel nachgeforscht werden, aber nicht nur dort. Denn

auch in einem Werk, das in der Gegenwart spielt, haben die Charaktere möglicherweise einen Beruf, über den der Schriftsteller selbst nur wenig weiß. Dafür gilt es dann, die nötigen Informationen durch Gespräche und Interviews herauszufinden oder auch selbst etwas auszuprobieren. Wer z. B. das Gefühl bei einem schnellen Ritt authentisch beschreiben will, muss sich auch selbst einmal auf einen Pferderücken schwingen.

Wenn die Idee ausgereift und die nötige Vorrecherche abgeschlossen ist, erstellt der Schriftsteller ein Konzept. Dieses beschreibt, wie die Geschichte grob verlaufen soll. Dabei verfasst er auch ein Inhaltsverzeichnis, das möglichst detailliert sein soll und an den Verlag geschickt wird. Anhand dessen können neben dem Handlungsablauf nämlich auch äußere Faktoren wie der Seitenumfang des Buches abgeschätzt werden. Wenn sich der Schriftsteller schließlich ans Schreiben macht, muss er auch damit rechnen, im Nachhinein noch viel zu ändern und zu bearbeiten. Während ein Schriftsteller nur Literarisches verfasst, umfasst der allgemeingültigere Begriff des Autors auch das Schreiben von nicht-fiktionalen Texten wie Sachbüchern, Ratgebern oder wissenschaftlichen Fachzeitschriften.

Das schwierigste am Schriftstellerdasein ist die Gewinnung eines Verlags, der das eigene Buch herausbringt. Pro Woche landen mehrere hundert Exemplare auf den Schreibtischen von Buchverlagen, dabei veröffentlichen diese bevorzugt Werke von bereits bekannten Autoren. Auch übersetzen sie lieber englischsprachige Literatur, die in Amerika bereits erfolgreich ist, um ein geringstmögliches wirtschaftliches Risiko einzugehen. Um einen Vertrag zu ergattern, empfiehlt es sich, die Dienste eines Literaturagenten in Anspruch zu nehmen. In der Regel findet er leichter Gehör bei den Verlagen als ein völlig unbekannter Autor. Auch bei der Verhandlung der Konditionen kann er hilfreich sein. Wenn es einem Schriftsteller gelungen ist, einen Verlag von sich zu überzeugen, so übernimmt dieser die Kosten für den Druck und die Vermarktung des Buches. Als Gegenleistung erhält er eine Gewinnbeteiligung. Für jedes verkaufte Exemplar erhält der Autor einen vorher festgelegten – allerdings nicht sehr hohen – Prozentsatz vom Ladenpreis. Zur Promotion des Buches geht der Verfasser mit seinem Werk auf Lesereise und tingelt dabei durch die Buchhandlungen des Landes.

Eine weitere Möglichkeit zur Veröffentlichung seines eigenen Werkes ist per „Book on Demand“. Dabei trägt der Autor die Druckkosten und produziert nur so viele Bücher, wie in der Buchhandlung oder im Internet tatsächlich bestellt werden. Außerdem kann das Werk seit der Digitalisierung auch im Selbstverlag als E-Book herausgebracht werden. Bei beidem ist der Bekanntheitsgrad des Buches – und damit verbunden wiederum die Einnahmen – allerdings um einiges geringer. Um die Werbung muss sich der Schriftsteller dabei ebenfalls selbst kümmern.

Viele träumen davon, ihr Geld mit Romanen zu verdienen und berühmt zu werden. Dies erreichen aber nur sehr wenige, in Deutschland gibt es schätzungsweise nur zehn Autoren, die vom Schreiben gut leben können. Der Rest ist nur nebenberuflich Schriftsteller und übt noch einen anderen Beruf aus, weil das Geld sonst nicht für den Lebensunterhalt reichen würde. Viele schreiben nebenher für Zeitungen und Magazine oder sind in fachfremden Berufen tätig.

Voraussetzungen

Als Schriftsteller muss man eine reiche Fantasie und ein extrem gutes Vorstellungsvermögen besitzen. Auch gutes Ausdrucksvermögen und ein ansprechender Schreibstil sind wichtig. Für das Schreiben eines Romans, dessen Bearbeitung sich durchaus über mehrere Monate hinziehen kann, braucht es Geduld. Man sollte auch damit umgehen können, dass man in diesem Beruf viel Zeit allein am Schreibtisch verbringt.

Ausbildung

Schriftsteller kann sich jeder nennen, es ist keine geschützte Berufsbezeichnung. Es ist auch nicht unbedingt eine Ausbildung erforderlich, um ein Buch zu veröffentlichen. Viele erfolgreiche Autoren haben das geschafft, ohne je einen Kurs in dieser Richtung besucht zu haben. Die meisten Schriftsteller haben vor ihrer Tätigkeit etwas anderes studiert, beispielsweise Germanistik, Anglistik, Geschichte oder andere geisteswissenschaftliche Fächer.

Es gibt aber auch zahlreiche Einrichtungen und Studiengänge, die anbieten, zum Schriftsteller auszubilden. Das Deutsche Literaturinstitut in Leipzig bietet einen Studiengang zum Schriftsteller an, der

mit Diplom abschließt. Interessenten können aber auch Kurse in Creative Writing belegen und dabei die Grundlagen des Schreibens, der Szenen- und Charakterentwicklung lernen. Die Kurse werden meist von privaten Instituten angeboten und können berufsbegleitend oder in einem Fernkurs belegt werden.

Weiterführende Links:

Verdi – Verband deutscher Schriftsteller: www.vs.verdi.de

Förderkreis deutscher Schriftsteller in Baden-Württemberg:
www.schriftsteller-in-bawue.de

Bund deutscher Schriftsteller: www.autorenverband.de

5.9.4 Bibliothekar

Turmhohe Regale voller verstaubter Bücher und dazwischen ein Bibliothekar mit Brille und Staubwedel – so werden Bibliothekare oft in Romanen dargestellt. Tatsächlich befassen sich Bibliothekare heute vor allem auch mit digitalen Medien.

Berufsbild

Das Ziel eines Bibliothekars ist es, Wissen für alle zugänglich zu machen. Dafür sammelt er möglichst viele Werke zu bestimmten Themen. In einer Universitätsbibliothek bedeutet dies selbstverständlich andere Literatur als in Stadtbüchereien, die auch Kinderabteilungen beinhalten. Damit die Besucher der Bibliothek auch finden, was sie suchen, entwickelt der Bibliothekar ein Kategoriensystem und ordnet alle Medien dementsprechend ein. Dazu gehört neben der Etikettierung und Sortierung von Neuanschaffungen auch, bei der Ausleihe mitzuarbeiten und die zurückgegebenen Bücher oder DVDs wieder an den vorbestimmten Platz zu stellen. Aber nicht nur über den eigenen Bestand informiert ein Bibliothekar, er empfiehlt dem Suchenden auch weiterführende Quellen wie z. B. externe Datenbanken. Er ist verantwortlich für die Beschaffung neuer Medien, ihrer Pflege und Archivierung. Außerdem erstellt er Datenbanken und Bibliographien, das sind Verzeichnisse, die alle Medien und Buchtitel zu einem bestimmten Fachgebiet zusammenfassen. Bibliothekare sind gewissermaßen Dienstleister im Informationsbereich. Oft finden in Büchereien auch Lesungen und andere kulturelle Veranstaltungen statt, diese werden ebenfalls von Bibliothekaren organisiert.

Wie bereits erwähnt, beschränkt sich das Repertoire heutiger Bibliotheken längst nicht mehr nur auf Bücher. CDs, DVDs und Computerspiele können dort schon seit Jahren ausgeliehen werden, mittlerweile wird in vielen Bibliotheken der Bestand sogar digitalisiert. Neben gedruckten Büchern sind daher vermehrt E-Books verfügbar, die über Online-Portale oder vor Ort ausgeliehen werden können. Bibliothekare arbeiten zwar meist in Bibliotheken, können aber auch in anderen Bereichen eine Anstellung finden. Beispielsweise in Museen, Archiven von Verlagen und Rundfunkanstalten, Gerichten oder Behörden können sie gemeinsam mit Archivaren tätig sein.

Voraussetzungen

Ein Interesse an Büchern und neuen Medien ist in diesem Beruf selbstverständlich Bedingung. Ein Bibliothekar sollte aber auch gerne recherchieren und sich auf die Suche nach Neuem machen, um den Bestand der Bibliothek zu erweitern. Gründliches und sorgfältiges Arbeiten ist ebenfalls gefragt, da viel sortiert, archiviert und katalogisiert werden muss. Interessenten für diesen Beruf sollten die Motivation und Geduld haben, auch zu seltenen oder ungewöhnlichen Themen Informationen beschaffen zu wollen. Da ein Bibliothekar beratend tätig ist, sollte er unbedingt kommunikativ sein und gerne mit Menschen arbeiten. Gute Deutsch- und Englischkenntnisse sind überall erforderlich, weitere Fremdsprachen erweisen sich oft als Vorteil.

Ausbildung

Eine Ausbildung zum Bibliothekar erfolgt in den meisten Fällen über ein Studium. Dieses kann an einer Universität oder Hochschule für angewandte Wissenschaften, beispielsweise an der HTWK Leipzig, absolviert werden und dauert zwischen sechs und acht Semestern. Auch ohne Studium ist ein Zugang zu diesem Beruf möglich. Bei der Ausbildung zum Fachangestellten für Medien- und Informationsdienste kann man sich zu Beginn auf den Schwerpunkt „Bibliothek“ festlegen. Die Berufsausbildung dauert drei Jahre und findet dual an Berufsschule und im Betrieb, in diesem Fall Archiv oder Bibliothek, statt. Mit diesem Einstieg sind die beruflichen Aufstiegsmöglichkeiten allerdings stark eingeschränkt, weshalb sich angehenden Bibliothekaren meist ein Studium empfiehlt.

Weiterführende Links:

Verein deutscher Bibliothekare: www.vdb-online.org

Deutscher Bibliotheksverband: www.bibliotheksportal.de

5.9.5 Buchhändler

Wer schon einmal auf der Suche nach neuem Lesestoff wie erschlagen vor hunderten neuen Werken in der Buchhandlung stand, der hat vielleicht bereits seine Beratung in Anspruch genommen – die des Buchhändlers.

Berufsbild

Buchhändler verkaufen Bücher, Zeitschriften, Hörbücher und oft auch Geschenkartikel, die mittlerweile in vielen Buchhandlungen zu finden sind. Sie beraten Kunden beim Kauf von geeignetem Lesestoff, denn das Passende lässt sich nicht immer nur anhand des Klappentextes herausfinden. Ob Liebesroman, Science-Fiction- oder Fantasyromane – ein Buchhändler kann bei der Suche helfen. Das kann er deshalb so gut, weil er die meisten seiner Bücher gelesen oder sich zumindest beim Querlesen einen guten Überblick verschafft hat. Weil während des Alltags im Laden nicht die Zeit zum Lesen bleibt, nimmt er die neuen Bücher mit nach Hause. Das geschieht im besten Fall, bevor sie im Geschäft präsentiert werden. Damit dem Kunden die neuen Exemplare gleich ins Auge fallen und er sich gerne im Laden aufhält, sind Buchhandlungen meist ansprechend dekoriert und den Jahreszeiten angepasst. Diese Gestaltung, zu der auch das Schmücken der Schaufenster gehört, übernimmt ebenfalls der Buchhändler.

Der Beruf des Buchhändlers ist zum Großteil aber eine kaufmännische Tätigkeit. Zu seinem Aufgabenbereich gehört viel Organisatorisches, wie beispielsweise Neuerscheinungen zu bestellen. Da er dabei aus einem riesigen Angebot auswählen muss, muss er den Markt gut kennen. Anhand von Probeexemplaren, die er beim Verlag anfordert, entscheidet der Buchhändler dann, ob die Bücher zum Repertoire seiner Buchhandlung passen und von den Kunden auch gekauft werden. Weitere kaufmännische Aufgaben wie Bestandskontrolle, Überwachung von Lieferungen und Lagerhaltung, Steuerabschlüsse oder die Entwicklung von Marketingkonzepten für die Buchhandlung gehören ebenfalls zu diesem Berufsbild. In vielen Buchhandlungen

finden Lesungen oder Signierstunden von Autoren statt. Dabei kümmern sich die Buchhändler um das Anwerben der Autoren und die Organisation der Veranstaltung.

Buchhändler arbeiten meist im Bucheinzelhandel oder Buch- sowie Zeitschriftenverlagen. Einige arbeiten gemeinsam mit Bibliothekaren in Leihbüchereien. Auch im Zwischenbuchhandel können sie tätig sein. Das sind Unternehmen, die eine Art Vermittlerposition zwischen den produzierenden Verlagen und den verkaufenden Buchhandlungen bilden. Auch Großhändler gehören zum Zwischenbuchhandel, sie werden Grossisten genannt.

Voraussetzungen

Da sich ein Großteil ihrer Arbeit im Kontakt mit Kunden abspielt, sollten Buchhändler aufgeschlossen, freundlich und kommunikativ sein sowie gerne im Servicebereich arbeiten. Für die kaufmännische Seite des Berufs sind Kenntnisse in Wirtschaft und Mathematik erforderlich. Gute Deutschkenntnisse werden zwingend vorausgesetzt. Selbstverständlich sollten angehende Buchhändler auch ein Interesse an Büchern und Literatur mitbringen und gerne lesen. Dabei sollte es kein Problem darstellen, abends oder an den Wochenenden zu Hause zu schmökern.

Ausbildung

Die Ausbildung zum Buchhändler ist staatlich anerkannt und im Berufsbildungsgesetz (BBiG) geregelt. Sie dauert drei Jahre und findet dual in der Buchhandlung und einer Berufsschule statt. Rechtlich ist kein bestimmter Schulabschluss vorausgesetzt, die Betriebe stellen aber bevorzugt Auszubildende mit Abitur oder Fachabitur ein. Es besteht auch die Möglichkeit, in den Bereichen Buchhandels- und Medienmanagement oder Verlags- und Medienmanagement zu studieren, beispielsweise an der HTWK Leipzig, und dadurch in eine Leitungsposition in diesem Beruf zu gelangen. Die Mehrzahl der klassischen Buchhändler hat allerdings eine Ausbildung absolviert.

Weiterführende Links:

Ausbildung im Buchhandel: www.ausbildung-buchhandel.de

Börsenverein des deutschen Buchhandels: www.boersenverein.de

5.9.6 Layouter

Die Überschrift im Graffiti-Stil, in altdeutscher Schrift, in blau, grün oder schwarz oder nur in Großbuchstaben – über solche Dinge macht sich ein Layouter Gedanken. Dabei kann er sowohl für Printmedien arbeiten als auch für die unterschiedlichsten elektronischen Medien.

Berufsbild

Mit der Text- und Bildgestaltung unterstützt der Layouter den Lese- und Bildfluss des Kunden oder Lesers und unterstreicht das Image des Mediums. Im Gegensatz zum Web-Designer arbeitet der Layouter sowohl im Printbereich, also für Magazine, Zeitschriften, Tageszeitungen oder Kataloge, als auch im digitalen Bereich. Letzteres betrifft Internetseiten oder Onlinedokumente. Je nach Zielgruppe entwirft er ein entsprechendes Layout. Das kann sehr unterschiedlich ausfallen, denn während junge Leser von einer modern-bunten Gestaltung angesprochen werden, wäre eine knallige Überschrift in einem Wirtschaftsmagazin fehl am Platz. Beim Layouten stimmt er daher die Typografie, das ist die Schriftart, den Seitenaufbau, die Platzierung der Fotos und freien Flächen auf die Leserschaft ab. Wie frei ein Layouter dabei seine eigenen Ideen umsetzen kann oder inwieweit er strikte Vorgaben umsetzen muss, entscheidet sein Chef, der Art Director. Je nach Redaktionsgröße können auch Redakteure Layout-Vorschläge abgeben. Um passende Fotos für die Seitengestaltung zu bekommen, sprechen sich die Layouter mit der Bildredaktion oder dem Fotografen ab. Besonderes Augenmerk richten sie auf die Text- und Bildgestaltung sowie deren Verhältnis zueinander – also auf das gesamte Seitenarrangement. Dazu zählen auch Infografiken und Schaukästen. Neben der kreativen Gestaltung einer Seite erarbeitet ein Layouter auch feste Standards, wie etwa die Platzierung der Seitenzahl, oder wo die Ressortbezeichnung steht. An dieser festen Standardgestaltung ist eine Zeitschrift oft auf den ersten Blick schon zu erkennen, sie bildet folglich das optische Image.

Layouter arbeiten meist in Verlagen oder Werbeagenturen, neben der Festanstellung können sie allerdings auch freiberuflich als sogenannte Freelancer tätig sein.

Voraussetzungen

Für jeden Layouter ist es wichtig, dass er sich mit Typografie, Grafik-Design und Fotografie auskennt. Auch der sichere Umgang mit dem Computer, meist mit einem Mac, sowie Grafik- und Layoutprogrammen ist erforderlich. Da die meisten Layouter nicht alleine, sondern in einer Abteilung zusammen arbeiten, sollten angehende Layouter Teamfähigkeit mitbringen. Ebenfalls wichtig sind kreative Ideen und ein gutes Gefühl für Proportionen. Obwohl das meiste in diesem Beruf am PC geschieht, sollten Interessenten auch mit dem Bleistift auf Papier skizzieren und zeichnen können.

Ausbildung

Meist führt der Werdegang zum Beruf des Layouters über eine Weiterbildung. Diese dauert circa zwei Jahre und wird im Teilzeitmodell angeboten, kann also neben dem Beruf ausgeübt werden. Benötigt wird dafür eine abgeschlossene Berufsausbildung in den Bereichen der Druck-, Medien- oder Werbebranche, im Verlagswesen, der Fotografie oder in angrenzenden Bereichen. Unter Umständen muss vor Beginn der Weiterbildung eine Bewerbungsmappe mit Gestaltungsarbeiten eingereicht und ein Aufnahmeverfahren bestanden werden.

5.9.7 Lektor

In diesem Beruf sollte man Lesen lieben, denn es ist die Hauptbeschäftigung des Lektors. Er liest und redigiert die Manuskripte, die Autoren beim Verlag einreichen. Dabei achtet er aber nicht nur auf Rechtschreibfehler und Brüche in der Geschichte. Er entscheidet auch, welches Manuskript als Buch gedruckt wird.

Berufsbild

Der Lektor ist in die Programmplanung eines Verlags eingebunden. Er liest, sichtet und bewertet Manuskripte, die Autoren eingesandt haben. Dafür prüft er, ob die Geschichte so interessant oder spannend geschrieben ist, dass sich für den Verlag eine Veröffentlichung lohnen würde. Sind das Thema und die Gestaltung ansprechend, achtet der Lektor noch auf logische Fehler in der Geschichte. Ist das Buch gut genug, bespricht er diese Unstimmigkeiten mit dem Autor und erarbeitet gemeinsam mit ihm eine Ersatzlösung. Sind die Brüche aber

schwerwiegend und nur mit Mühe korrigierbar, landet das Manuskript meist wieder im Papierkorb. Befindet der Lektor ein Buch für geeignet, reicht er dieses an den Verlagsleiter weiter, der dann endgültig über eine Veröffentlichung entscheidet. Gemeinsam mit dem Lektor und der Vertriebsabteilung legt er die Höhe der Auflage fest, in der das Buch erscheinen soll.

Aber auch die direkte Arbeit am Text, das sogenannte Redigieren, gehört zu den Aufgaben eines Lektors. Er verbessert die Rechtschreibung, korrigiert fehlerhafte Grammatik, bügelt logische Unstimmigkeiten aus und achtet auf etwaige Recherchefehler. Dabei arbeitet er in engem Kontakt mit den jeweiligen Autoren. Unter Umständen verändert er ganze Textpassagen eines Manuskriptes. Damit dabei nicht ein auffälliger Stilbruch entsteht, muss er den Autor gut kennen und sich mit ihm abstimmen. Der Lektor bildet in den meisten Fällen das direkte Bindeglied zwischen dem Autor und dem ihn veröffentlichenden Verlag. Er handelt auch Honorare aus und kümmert sich um organisatorische Dinge, wie etwa die Lizenzbeschaffung. Diese wird benötigt, wenn ausländische Titel verlegt werden sollen. Außerdem ist der Lektor auch auf Lesungen und Buchmessen vertreten. Sein übergeordnetes Ziel ist, einen begabten neuen Autor zu entdecken und bekannt zu machen.

Lektoren finden in den unterschiedlichsten Verlagen Arbeitsmöglichkeiten, also in Sachbuch- und Literaturverlagen, Zeitungs- oder Dienstleistungsverlagen. Darüber hinaus kann ein Lektor auch freiberuflich arbeiten. Dann kommt er, abhängig von seinem Auftrag, für einige Tage oder Wochen in den Verlag und arbeitet Texte durch, bevor diese in den Druck gehen.

Voraussetzungen

Neben Spaß am Lesen sind für diesen Beruf auch Geduld und Einfühlungsvermögen gefragt, ebenso wie Fingerspitzengefühl. Ein Lektor muss wissen, wie er Kritik gegenüber einem Autor so äußert, dass dieser nicht vor den Kopf gestoßen und eine weitere Zusammenarbeit unmöglich wird. Außerdem braucht er ein ausgeprägtes Sprachgefühl und gutes Allgemeinwissen. Er muss sich auf dem Buchmarkt gut auskennen und belesen sein, um Manuskripte einordnen zu können, und auch das Programm der Konkurrenz zu kennen.

Ausbildung

Wie bei vielen Medienberufen führt auch zur Position des Lektors kein direkt vorgeschriebener Ausbildungsweg. Eine gute Voraussetzung ist jedoch ein Studium, beispielsweise in den Fächern Germanistik, Spanisch, Französisch oder Englisch. Denn in all diesen Fächern setzt man sich intensiv mit Sprache auseinander und entwickelt dabei das nötige Sprachgefühl, das für die Arbeit als Lektor wichtig ist. Auch ein geisteswissenschaftliches Studium, wie etwa Geschichte oder Philosophie, kann eine gute Grundlage sein. Da es jedoch sehr viele verschiedene Verlage gibt, die unterschiedlichste Schwerpunkte von Politik bis Botanik haben, können auch andere Studiengänge sinnvoll sein. Im Anschluss daran kann ein Verlags-Volontariat absolviert werden, das auf die spezifischen Aufgaben eines Lektors vorbereitet.

5.9.8 Verlagsleiter

Die Aufgaben eines Verlagsleiters sind vergleichbar mit denen eines Geschäftsführers: er entscheidet über Strategie, Finanzen und inhaltliche Ausrichtung. Er ist verantwortlich für den Verlag.

Berufsbild

Ein Verlagsleiter steht immer an der Spitze eines Verlagshauses. Das heißt aber nicht, dass es stets ähnliche Aufgaben zu erledigen gibt, denn je nach Arbeitsort gilt es die unterschiedlichsten Produkte zu managen. Verlage sind nicht nur im Printbereich tätig, wo Bücher, Zeitschriften oder Magazine herausgegeben werden. Auch Online-Produkte, Videos oder Homepages werden dort produziert. Und in der Musikbranche entscheidet ein Musikverleger, welche Lieder auf den Markt kommen. Innerhalb des Medienangebots folgt schließlich noch eine inhaltliche Spezialisierung, beispielsweise auf Kinderliteratur, Kunst oder Wissenschaft sowie in der Musik auf Klassik, Pop oder Metal. Unabhängig von der Verlagsart ist der Verlagsleiter jedoch derjenige, der für die Entwicklung der Unternehmensstrategie verantwortlich ist. Er beschäftigt sich mit der Frage, welche Literatur, CDs oder Online-Medien herausgegeben und welche Zielgruppe dabei angesprochen werden soll. Um die Position des eigenen Verlags im Wettbewerb einschätzen zu können, muss er die Konkurrenz und den

gesamten Markt im Auge behalten. Ein Verlagsleiter muss immer auf dem Laufenden sein und wissen, welche möglichen Konkurrenzprojekte gestartet werden, um keinen Trend zu verpassen und dadurch Einnahmen zu verlieren. Er entscheidet auch, welche Idee als tatsächliches Produkt auf den Markt gelangt. Dafür analysiert er die Bedürfnisse der Zielgruppen, das bedeutet, er weiß, was bei Jugendlichen gerade angesagt ist. Außerdem ist er ständig auf der Suche nach Marktlücken, um diese mit eigenen Produkten zu füllen. Damit seine Bücher, Zeitschriften oder CDs gekauft werden, muss er einen Verkaufspreis kalkulieren, der zwar für den Verlag gewinnbringend ist, aber auch für die Zielgruppe realistisch.

Im täglichen Geschäft trifft ein Verlagsleiter alle wichtigen Entscheidungen, vom Verkauf bis hin zum Marketing. Somit ist seine Arbeit weniger dem kreativen als dem kaufmännischen Bereich zuzuordnen. Darüber hinaus ist er für koordinierende und organisatorische Aufgaben verantwortlich. Um richtungsweisende Entscheidungen treffen zu können, muss der Verlagsleiter stets über die Arbeit aller Abteilungen informiert sein. Das betrifft die Redaktion, das Marketing, die Grafikabteilung und den Vertrieb. Auch für die Personalentwicklung und rechtliche Fragen ist er zuständig.

Voraussetzungen

In dieser Führungsposition ist die Fähigkeit zum strategischen Denken und Planen Grundvoraussetzung. Ein Verlagsleiter sollte verantwortungsbewusst, verhandlungssicher und durchsetzungsfähig sein, um die Entscheidungen nach innen und außen gut vertreten zu können. Zu seinen Stärken sollten außerdem Organisations- und Koordinationsfähigkeiten gehören, da solche Tätigkeiten den Großteil seiner Arbeit bestimmen. Ein Verlagsleiter muss eigenverantwortlich arbeiten und Entscheidungen treffen können. Fachlich sind Kenntnisse im Verlagswesen und Verlagsrecht sowie kaufmännisches Fachwissen gefragt.

Ausbildung

Eine direkt auf diesen Beruf vorbereitende Ausbildung gibt es nicht. Langsam entwickeln sich jedoch einzelne darauf abzielende Studiengänge, wie Buchhandel/Verlagswirtschaft, Medienmanagement,

Mediapublishing oder Buchhandelsfachwirt. Auch ein Studium der Buchwissenschaften oder eine Ausbildung zum Medienkaufmann/frau kann eine Einstiegsmöglichkeit darstellen. Vereinzelt werden auch duale Studiengänge in diesem Bereich angeboten. Diese verbinden ein Hochschulstudium mit einer Berufsausbildung. Da Verlagsleiter eine Führungsposition ist, wird neben einer einschlägigen Ausbildung mehrjährige Berufserfahrung gefordert. Innerhalb eines Verlags kann etwa die Position eines Programm- und Projektleiters auf diesen Posten vorbereiten. Nicht selten haben Verlagsleiter zuvor als Lektor gearbeitet. Erste Erfahrungen können auch in Werbeagenturen gesammelt werden, denn bei der Konzeption eines Medienprodukts oder der Ansprache von Kooperationspartnern ähneln sich die Aufgaben in beiden Bereichen.

Fünf Tipps für angehende Schriftsteller

Von Margit Auer, Autorin
der erfolgreichen Kinder-
buchreihe „Die Schule der
magischen Tiere“



➤ **1** Gute Ideen

Drei Dinge machen meiner Meinung nach einen guten Roman aus: Spannender Plot, spannende Figuren, spannendes Setting. Erst wenn folgende Punkte geklärt sind, sollte man mit dem Schreiben loslegen: Welche Geschichte möchte ich erzählen? Welche Hindernisse muss mein Held oder meine Heldin überwinden? Und spielt das alles in einem Umfeld, in dem ich Lust habe, mich selbst wochenlang zu tummeln?

➤ **2** Ausdauer

Schreiben ist echte Arbeit. Wer nur schreibt, wenn ihn die Muse küsst, kann es gleich sein lassen.

➤ **3** Kontakte knüpfen

Die allerwenigsten Verträge kommen zustande, indem man sein Manuskript an einen Verlag schickt und auf eine Antwort wartet. Versuchen Sie, in die Szene hineinzufinden. Beteiligen Sie sich an Schreibwettbewerben, machen Sie mit bei Schreibworkshops, treten Sie als Poetry Slammer auf.

➤ **4 Nicht den ganzen Roman schreiben**

Schreiben Sie nicht gleich einen 500-Seiten-Roman. Dem Verlag reichen ein Exposé und eine Arbeitsprobe. Das Exposé muss perfekt, die Arbeitsprobe sensationell sein. Wenn dann der Verlag anruft, sollten Sie das Gefühl vermitteln, dass Sie das Thema im Griff haben.

➤ **5 Nicht verzagen**

Jeder Autor hat zuhause einen Ordner voller Absagen. Astrid Lindgren, Joanne K. Rowling, Stephenie Meyer sind nur einige Beispiele von Schriftstellerinnen, deren Manuskripte zunächst abgelehnt wurden. Schreiben Sie trotzdem weiter!

5.10. Internet

Zur Zeit der Digitalisierung entstehen ständig neue Berufsbilder in den Medien. Teilweise ersetzen diese ältere, teilweise entstehen durch komplett neue Möglichkeiten und Aufgaben aber auch weitere Berufe. In diesem Buch sind die neuen Jobs, die auch das Internet und den Mobile-Bereich betreffen, teilweise den jeweiligen Teilbranchen zugeordnet (zum Beispiel der SEO-Manager im Kapitel über kaufmännische Berufe), teilweise werden diese in diesem Kapitel aufgeführt. Bei diesen neuen Berufsbildern gibt es in Stellenanzeigen teils erhebliche Unterschiede, was die Aufgaben betrifft. Dies liegt zum einen daran, dass in kleinen Unternehmen weniger arbeitsteilig gearbeitet wird als in Konzernen. Zum anderen liegt es daran, dass Personalabteilungen die Begriffe nicht immer trennscharf nutzen. Außerdem kommen durch den Medienwandel ständig neue Aufgaben hinzu. Bewusst sollen in diesem Buch aber auch diese neuen Berufe, die es zum Teil bislang nur in den USA gibt, erwähnt werden.

5.10.1 Community Manager

Der Community Manager hat die Aufgabe, Menschen an seine Website bzw. seinen Social-Media-Auftritt zu binden und somit eine Community aufzubauen, zu pflegen und weiterzuentwickeln. Er arbeitet eng mit dem Social Media Manager und dem Social Media Redakteur zusammen. In kleineren Unternehmen fallen die Aufgaben der drei Berufsbilder zusammen. In Stellenausschreibungen werden diese häufig nicht trennscharf aufgeführt.

- siehe auch **Social Media Manager** und **Social Media Redakteur**

5.10.2 E-Learning-Projektmanager

E-Learning spielt eine immer bedeutendere Rolle – und das nicht nur in Tutorials auf YouTube. Der E-Learning-Projektmanager erarbeitet ein Konzept für Online-Schulungen und setzt diese um. Wichtig beim E-Learning ist die Betreuung der Kursteilnehmer. Diese ist nur vermeintlich weniger zeitaufwändig als in Präsenzseminaren.

- siehe **Multimedia-Projektmanager**

5.10.3 Onlineredakteur

► siehe **Journalismus: Onlineredakteur** (Seite 85)

5.10.4 Social Media Manager

Social Media Manager ist ein neues, sich noch im Aufbau befindendes Berufsfeld, in dem es um die Koordination, Pflege und Weiterentwicklung von Online- und Netzwerkaktivitäten von Unternehmen geht. In großen Konzernen entwickelt dieser Bereich gerade in den vergangenen Jahren große Bedeutung. Laut einer Umfrage des Branchenverbandes Bitkom „leistet sich mittlerweile etwa jedes zehnte Unternehmen in Deutschland einen Social-Media-Spezialisten“.

Berufsbild

Das Arbeitsfeld des Social Media Managers kann grob unter den folgenden Aufgaben zusammengefasst werden: redaktionelle und/oder werbliche Inhalte in unterschiedlichen Kanälen des Social Media gestalten und verbreiten. Ziel ist es, über Facebook, Xing, Blogs, Twitter, YouTube und Co. das Image und die Bekanntheit des Unternehmens zu optimieren. Darüber hinaus entwickeln Social Media Manager Werbestrategien, mit denen Unternehmen gezielt Internetnutzer ansprechen, oder geben Anregungen zur Weiterentwicklung des Social-Media-Angebots. Das kann anhand kurzweiliger Online-Spiele oder lockenden Gewinnspielen geschehen.

Ebenso gehört es zu den Aufgaben des Social Media Managers, die Web-Communitys eines Unternehmens zu betreuen (Gibt es in diesem Bereich mehr Mitarbeiter und wird arbeitsteilig gearbeitet, handelt es sich hierbei um die Aufgabe eines Community Managers. Der Social Media Manager ist hier dann eher für die Gesamtstrategie verantwortlich, während der Social Media Redakteur sich um die konkreten Inhalte kümmert). Das bedeutet, er ist Ansprechpartner und Koordinator in Unternehmen-Foren und reagiert auf Kritik und Äußerungen der Kunden. Durch die Vielseitigkeit des Arbeitsbereichs kann der Social Media Manager als eine Art Hybrid verstanden werden aus den Bereichen Public Relations, Redakteur, Marketing und Vertrieb.

Voraussetzungen

Wer sich für den Beruf des Social Media Managers interessiert, sollte in jedem Fall eine große Internetaffinität aufweisen und sich gut mit Tools wie Twitter und Co. auskennen, denn diese werden zum späteren Arbeitsalltag gehören. Darüber hinaus sind fortgeschrittene Kenntnisse im Umgang mit dem Computer wesentlich und gute Kenntnisse mit Content-Management-Systemen. Des Weiteren sind erforderlich ein gewisses Gespür für Trends, Extrovertiertheit, Kontaktfreude, schnelle Auffassungsgabe, Loyalität, Stressresistenz und Teamfähigkeit.

Ausbildung

Da der Arbeitsbereich und die Berufsbezeichnung noch recht neu sind, etablieren sich gerade erste Kurs- und Fortbildungsangebote – beispielsweise von privaten Hochschulen oder Universitäten (eine Übersicht über Angebote in Bayern gibt es im MedienWiki unter www.medienwiki.org). Seit November 2012 bietet die Prüfungs- und Zertifizierungsorganisation der deutschen Kommunikationswirtschaft gGmbH (PZOK) den Abschluss „Social Media Manager“ an. Mit diesem Angebot will die PZOK einen einheitlichen Ausbildungsstandard garantieren. Stiftung Wahrentest hat bei einem Test der Kursangebote festgestellt, dass bisher eher Grundwissen als fortgeschrittenes Fachwissen in den Kursen vermittelt wird. Also: Was ist ein soziales Netzwerk und wie funktioniert es? Kurse und Abschlussprüfungen werden beispielsweise angeboten von: ils, Social Media Akademie oder der Leipzig School of Media.

Laut Tobias Arns, Social-Media-Referent bei Bitkom, haben aber auch studierte Kommunikationswissenschaftler, Betriebswirte mit Marketing- oder PR-Know-how sowie Sozial- oder Sprachwissenschaftler gute Voraussetzungen für das Berufsfeld.

► siehe auch **Social Media Redakteur** (siehe unten)

5.10.5 Social Media Redakteur

Binnen kurzer Zeit hat Social Media die Kommunikation in unserer Gesellschaft verändert. Plötzlich hat ein durchschnittlicher User mehr als tausend „Freunde“ in aller Welt, denen er mitteilt, wie das Abend-

essen geschmeckt hat, als Beleg ein Foto postet, in der Hoffnung möglichst viele „Likes“ zu erhalten. Neben diesen profanen Mitteilungen ist Social Media für Unternehmen ein wichtiger Bereich geworden, der aus der Unternehmenskommunikation nicht mehr wegzudenken ist.

Berufsbild

Längst ist Social Media über den privaten Bereich hinausgewachsen. Die meisten Unternehmen machen sich diesen Kommunikationskanal zu Nutze, um ihre Produkte zu bewerben, Kontakt zum Kunden zu halten und auch um die Konkurrenz zu beobachten. Social Media betrifft so gut wie jeden Aspekt in einem Unternehmen, dieses gesellschaftliche Phänomen hat die Medien, deren Nachrichtenströme, letztendlich den Menschen grundlegend verändert.

Wer anfängt, sich im Social Web zu bewegen, wird mit völlig neuen Herausforderungen konfrontiert. Hier kommt der Social Media Redakteur als Profi ins Spiel. Er bewegt sich gewandt durch alle möglichen Netzwerke wie Facebook, Twitter, Google+, YouTube oder Instagram. Er erstellt Profile, schreibt Beiträge, betreut die Communitys und entwickelt eine Social-Media-Strategie für sein Unternehmen. Social Media Redakteure arbeiten in Redaktionen, Agenturen und Pressestellen von Unternehmen. Wer diesen Job machen will, sollte schnelle und spontane Kommunikation mögen. Gefragt sind Mut und Lust, Neues auszuprobieren, möglichen Misserfolg locker wegzustecken und sogleich weitere Ideen und Projekte zu entwickeln. Der Social Media Redakteur muss mit den verschiedensten Typen umgehen können – Fans und Kritiker, Experten und Nerds wie Trolle verlangen entsprechende Reaktionen.

Aufgaben des Social Media Redakteurs sind:

- Recherche
- Contenterstellung
- regelmäßige Aktualisierung
- Reporting
- Monitoring

Voraussetzungen

Wer als Social Media Redakteur arbeiten möchte, hat keine Arbeitszeit von 9 bis 17 Uhr. Er sollte sich auch privat ständig und gerne im Netz bewegen und alle möglichen neuen Social-Media-Kanäle ausprobieren. Er sollte aber auch strategisch denken können, denn Kommunikation ist nur dann sinnvoll, wenn sie geplant abläuft.

Ausbildung

Arrivierte Profis halten zwar eine spezifische Berufsausbildung nicht für zwingend erforderlich, dennoch sollte man kein „Digital Native“ sein, der zwar Facebook & Co. beherrscht, aber nicht versteht, was Social Media für ein Unternehmen bedeutet. Man sollte die Blogszene kennen und Erfahrungen mit dem professionellen Einsatz von Twitter und Facebook etc. haben, belastbar, teamfähig und kreativ sein. Eine Ausbildung im Social-Media-Bereich bieten mehrere private Akademien an (die Bayerische Akademie für Werbung und Marketing bietet zum Beispiel einen Lehrgang zum Social-Media-Manager an). Auf keinen Fall schadet es, ein Praktikum bzw. Volontariat im herkömmlichen Journalismus zu absolvieren.

► siehe auch **Social Media Manager** (Seite 284)

Weiterführende Literatur:

Bernet, Marcel: Social Media in der Medienarbeit. Online-PR im Zeitalter von Google, Facebook und Co, Wiesbaden 2010.

Ebersbach, Anja/Glaser, Markus/Heigl, Richard: Social Web, Konstanz 2011 (2. Auflage).

Weiterführende Links:

Akademie der Bayerischen Presse: www.a-b-p.de

Bayerische Akademie für Werbung und Marketing: www.baw-online.de

Blog von Mirko Lange: www.talkabout.de/blog

5.10.6 Transmedia Producer

Um das Berufsbild eines Transmedia Producers richtig einordnen zu können, ist es zunächst wichtig, den Begriff Transmediales Storytelling zu erläutern. Transmediales Storytelling bedeutet, dass eine Geschichte mittels mehrerer unterschiedlicher Medienformen erzählt wird. Dabei werden verschiedene Teile einer Geschichte auf verschiedene Medien (zum Beispiel Film, Games oder Comics) aufgeteilt, so

dass in der Verbindung dieser, die gesamte Geschichte entsteht. Der Transmedia Producer setzt diese Aufgaben um, während der Transmedia Autor sich die Geschichten ausdenkt (also eine Art medienübergreifender Drehbuchautor ist).

Berufsbild

In diesem Kontext ist der Transmedia Producer maßgeblich für die langfristige Planung, Entwicklung, Produktion und Pflege von interaktiven Geschichten über verschiedene Plattformen hinweg verantwortlich. Er sorgt außerdem dafür, dass weitere Handlungsstränge auf neuen, zusätzlichen medialen Plattformen erschaffen und kreiert werden.

Die Aufgabe des Transmedia Producers besteht darin, dass er zusammen mit einem multidisziplinären Team bereits in der Entwicklungsphase – beispielsweise eines Computerspieles – inhaltliche Strategien konstruiert, die verschiedene mediale Plattformen betreffen. Auch werden die crossmedialen Aspekte einer Produktion, wie beispielsweise Community-Aufbau und -Management, durch den Transmedia Producer betreut. Transmedia Producer können Projekte von Beginn an begleiten oder diese auch während der Phase der Markteinführung unterstützen. Auch werden Transmedia Producer vorzugsweise eingesetzt, um für Firmen der Software- oder Technologiebranche Produkte fesselnd und eindringlich über multimediale Plattformen zu präsentieren.

Voraussetzungen

Als Transmedia Producer muss man selbstverständlich bestens mit dem Prinzip des transmedialen Storytellings vertraut sein, wozu auch spezielles Wissen bezüglich Story-Architektur bzw. dem Aufbau von Storywelten gehört. Auch sollten Erfahrungen im Bereich Social Media vorhanden sein. Praktisches Wissen dazu vermitteln Jörg Ihle und Egbert van Wyngaarden im Buch „Innovation in den Medien“ (herausgegeben von Markus Kaiser, München 2013).

Ausbildung

Das Berufsbild des Transmedia Producers hat sich in den USA bereits sehr etabliert, wohingegen es in Deutschland noch nicht allzu be-

kannt ist. Hier gibt es zum Beispiel an der Filmakademie Baden-Württemberg im Studiengang Interaktive Medien den Schwerpunkt Transmedia/Games Producer.

Ein jährlicher Treffpunkt und ein Weiterbildungsforum bietet der Transmedia Day in München, der vom Bayerischen Filmzentrum veranstaltet und vom Mediennetzwerk Bayern gefördert wird (www.transmedia-day.de).

In Bayern wurde der Transmedia Bayern e.V. gegründet, um transmediale Erzählformen voranzutreiben, sich zu vernetzen und über neueste Projekte auszutauschen. Regelmäßig findet dazu der „Transmedia Thursday“, ein Stammtisch in München, statt (www.transmedia-bayern.org).

Fünf Tipps für die Gestaltung von Erzählwelten

Von Egbert van Wyngaarden,
Professor für Drehbuch
und Kreatives Schreiben
an der Hochschule
Macromedia in München



➤ **1** Gib deiner Geschichte eine Welt, in der sie spielen kann
Jeder Autor, jede Autorin stellt sich die Welt, in der seine bzw. ihre Geschichte spielt, ganz genau vor. Je genauer, desto besser, denn es sind die Details und die besonderen Eigenschaften der Erzählwelt, die eine Geschichte authentisch wirken lassen. *Star Wars*, *Twilight*, *Fünf Freunde* und *Die Biene Maja* spielen alle in vielschichtigen und sorgfältig gestalteten Erzählwelten.

➤ **2** Fokussiere dich nicht nur auf den Plot

Man kann aus einer gut konstruierten Erzählwelt viele Ideen für weitere Erzählungen schöpfen. Deshalb ist es schade, eine Welt nur so weit zu entwickeln, wie man sie für den einen Plot benötigt. Es hilft, das Bauen von Erzählwelten als eigenen Arbeitsschritt zu verstehen. Weltenbauen ist ein herrliches Vergnügen, vielleicht noch schöner als das „Plotten“ einer Geschichte!

➤ **3** Gib deiner Erzählwelt einen festen Kern

Thema: Warum geht es, was ist der emotionale Kern? Setting: Wo befindet sich die Welt, wie ist ihre Geographie? In welcher Epoche ist sie situiert, wie lautet ihre Geschichte? Konzept: Was macht die Welt besonders, wie unterscheidet sie sich von unserer Gesellschaft? Genre: Welche Stilmittel und Erzählmuster setze ich ein, um meine Leser zu erfreuen, zu fesseln und zu überraschen?

➤ **4** Gestalte die Erzählwelt visuell, interaktiv und offen

Visualisierungen wie Landkarten, Timelines und Moodboards helfen, Erzählwelten zu konkretisieren und ihr Potential auszuloten. Solche Elemente sind auch bei Lesern sehr beliebt. Das Publikum schätzt es, die Erzählwelt um eine gegebene Geschichte herum zu erforschen, sich darüber auszutauschen und vielleicht sogar etwas dazu beizutragen. Erzähler müssen das möglich machen.

➤ **5** Baue, auch wenn du nicht fiktional arbeitest, Erzählwelten

In den Bereichen Fantasy, Games und TV-Serie sind Erzählwelten und ihre Referenzdokumente, die Weltenbibeln, längst Standard. Es lohnt sich, auch für journalistische Projekte und Sachliteratur Erzählwelten aufzubauen. Einerseits lernt man dadurch Interessensgruppen und Themen besser kennen, andererseits ermöglicht es die medien- und plattformübergreifende Auswertung der Welt.

5.11. Theater

Von den Brettern, die die Welt bedeuten, träumen viele. Neben den bekannten Jobs wie Schauspieler und Regisseur gibt es aber auch viele andere Berufe im Hintergrund, ohne die keine Aufführung zustande käme. Beim Theater arbeiten Menschen mit den unterschiedlichsten Fähigkeiten und Ausbildungen. Es gibt Stellen für Akademiker, beispielsweise als Intendant und Dramaturg, handwerkliche Berufe wie die verschiedensten Bühnenhandwerker, technische Aufgaben sowie den künstlerischen Bereich der Masken- und Kostümbildner. Auch alte Berufe, die in anderen Bereichen längst ausgestorben sind, dürfen am Theater weiterexistieren und an historischen Kostümen oder Ausstattungen mitwirken. Ein Beispiel ist der Rüstmeister, der Waffen und Rüstungen für die Schauspieler anfertigt. Beim Theater gibt es hinter dem roten Vorhang also viel zu entdecken.

5.11.1 Bühnenbildner

Majestätische Berge, die Skyline von New York oder abstrakte Kunst im Hintergrund – für die Kulisse auf der Bühne ist der Bühnenbildner zuständig. Er gestaltet den Hintergrund, vor dem die Darsteller spielen.

Berufsbild

Die Textanalyse und Recherche steht auch bei der Arbeit des Bühnenbildners ganz am Anfang. Anhand dieser entwirft er Vorschläge für die Kulissen. Ganz wichtig dabei sind natürlich die Vorgaben des Regisseurs und Dramaturgen. Um die Raumwirkung sowie die technischen und szenischen Vorgänge zu verdeutlichen, fertigt der Bühnenbildner maßstabsgetreue Modelle an. Wenn das Gesamtkonzept stimmt, machen sich Bühnenmaler und -plastiker an die Umsetzung und formen Berge oder malen Hauswände. Ob an den Vorschlägen noch nachgebessert werden muss, wird bei der so genannten Bauprobe auf der Bühne festgestellt, bei der mit Holzlatten, Stoff und Brettern die Größe und Umsetzbarkeit des Entwurfs getestet wird. Änderungen in der Planung können beispielsweise nötig sein, wenn durch den Bau der Kulissen gewisse technische Umsetzungen nicht mehr möglich sind. Sollen während des Stücks Umbaumaßnahmen stattfinden, zum Beispiel bei einem Szenenwechsel, so erklärt der Bühnenbildner den Bühnenhandwerkern genau, was dabei zu tun ist.

Auch um den beweglichen Inhalt der Kulissen, wie Möbel, kümmert er sich gemeinsam mit dem Requisiteur. Bei den Endproben steht dann die fertige Dekoration, hierbei ist der Bühnenbildner für Detailabstimmungen trotzdem noch anwesend. Bühnenbildner werden oft auch Szenografen oder Ausstatter genannt und können auch beim Film arbeiten, wenn im Studio mit Kulissen gedreht wird.

Ausstattungsleiter

Ein festangestellter Bühnenbildner kann nach mehreren Jahren Theatererfahrung auch zum Ausstattungsleiter aufsteigen. Dieser koordiniert die Arbeit aller Bühnenbildner und Requisiteure, vermittelt zwischen Technik und künstlerischem Team und löst Probleme. Er kümmert sich auch um die Betreuung externer Bühnenbildner zur Eingliederung ins hauseigene Team. Besonders achtet der Ausstattungsleiter auf die Wahrung der Sicherheitsaspekte und überprüft dafür Sicherungen und Brandschutzvorrichtungen. Ausstattungsleiter gibt es allerdings nur an großen Theatern. Denn nur, wenn es viele Aufgaben und Mitarbeiter zu koordinieren gilt, ergibt sich überhaupt die Notwendigkeit eines Ausstattungsleiters.

Voraussetzungen

Ein Bühnenbildner muss in handwerklichen und künstlerischen Bereichen, wie zum Beispiel Malen und Zeichnen, viel Geschick mitbringen. Wichtige Voraussetzungen zur Ergreifung dieses Berufs sind auch Organisationstalent und Verhandlungsgeschick, das besonders bei der Vermittlung mit dem Regisseur und den Technikern zum Tragen kommt. Neben viel Fantasie ist auch einiges an Pragmatismus nötig, um nicht umsetzbare Ideen auch als solche erkennen zu können. Für die Umsetzung des Entwurfs auf der Bühne sind architektonische Kenntnisse gefragt, außerdem sollte ein Bühnenbildner eine umfassende Allgemeinbildung haben und sich in Kunst- und Kulturgeschichte sowie Materialkunde auskennen.

Ausbildung

Es gibt keinen direkt vorgeschriebenen Ausbildungsweg zum Bühnenbildner. Zwei Möglichkeiten bieten sich aber besonders an: über eine Ausbildung zum Bühnenmaler/-plastiker mit anschließender

Berufspraxis zum Beruf zu gelangen oder über ein Studium. Dieses ist mit der Fachrichtung Bühnenbild an Kunsthochschulen und -akademien möglich. Vor der Bewerbung um einen Studienplatz empfehlen sich aber ein Volontariat oder Praktika am Theater, zum Beispiel im Malersaal, um die bühnentechnischen Gegebenheiten kennenzulernen.

Weiterführende Links:

Deutscher Bühnenverein – Verband der Theater und Orchester:

www.buehnenverein.de

Verband der Berufsgruppen Szenenbild und Kostümbild e.V.: www.v-sk.de

5.11.2 Bühnenhandwerker

Bühnenhandwerker wurden früher auch Bühnenarbeiter genannt. Sie verrichten alle Arbeiten, die beim Auf- und Abbau der Bühne anfallen und kümmern sich um Umbauten während der Vorstellungen. Sie stellen beispielsweise Möbel auf, verlegen Teppiche, räumen Kulissen aus dem Weg und betätigen den Bühnenvorhang.

Berufsbilder

Genau wie alle anderen technischen Berufe am Theater arbeiten auch die Bühnenhandwerker vom Publikum ungesehen im Hintergrund. Da auf der Bühne eine Vielzahl unterschiedlicher Arbeiten anfallen, sind die Bühnenhandwerker nochmals in verschiedene Aufgabenbereiche unterteilt. Sie alle unterstehen dem Bühnenmeister.

Bühnenmeister: Der Bühnenmeister ist der Vorgesetzte der Bühnenhandwerker. Er koordiniert alle Tätigkeiten und kümmert sich um einen reibungslosen Ablauf während der Proben und Vorstellungen. Auf der Bühne sorgt er dafür, dass Dekoration und technische Requisiten ordnungs- und termingerecht eingerichtet werden. Zusätzlich kontrolliert er, ob alle technischen Vorrichtungen einwandfrei funktionieren. Hinter der Bühne organisiert er Stauraum für die Kulissen, die dort bis zum nächsten Umbau lagern. Bei Neuproduktionen versucht er, die künstlerischen Vorstellungen technisch bestmöglich zu realisieren. Erst wenn die technische Umsetzung mit dem Bühnenbildner, Regisseur und Technischen Direktor abgestimmt ist, beauftragt er den Kulissenbau. Darüber hinaus kümmert er sich um die

Einhaltung der Sicherheitsvorschriften wie Brandschutzbestimmungen. Auch wenn technische Gerätschaften am Theater verliehen, angemietet, gewartet oder repariert werden, verwaltet er diese Abläufe. Da der Bühnenmeister eine Führungsposition einnimmt und andere Mitarbeiter anweist, sind Durchsetzungsvermögen, Entscheidungssicherheit und Belastbarkeit wichtige Voraussetzungen, ebenso wie Organisationsvermögen und Teamfähigkeit. In der Zusammenarbeit mit dem technischen und künstlerischen Team wird ein lösungsorientierter und kreativer Arbeitsstil mit künstlerischem Einfühlungsvermögen erwartet. Da dieser Beruf erst nach mehrjähriger Berufserfahrung ausgeübt werden kann, rät es sich, vor der Bewerbung zunächst Qualifikationen als Meister für Veranstaltungstechnik zu sammeln. Auch eine zweijährige Ausbildung zum Bühnenmeister ist eine Möglichkeit, in diesen Beruf einzusteigen.

Maschinist: Der Maschinist ist zuständig für alles, was von Maschinen bewegt wird. Per Knopfdruck lässt er beispielsweise den Eisernen Vorhang – mehr Wand als Vorhang – vor jeder Vorstellung nach oben fahren und öffnet damit den Bühnenraum für die Augen der Zuschauer. Auch um die Drehbühnen, Vorhänge, Kulissen, Podien oder Versenkungen kümmert er sich. Mit unsichtbarer Hand lenkt er die Position der Kulissen und lässt damit neue, veränderte Spielräume auf der Bühne entstehen. Dabei arbeitet er auf genaue Anweisung des Regisseurs oder Choreographen. Um deren Vorstellungen exakt umsetzen zu können, entwickelt er technische Konzepte und Ablaufpläne, die sowohl mit der Beleuchtungstechnik als auch mit der Tontechnik und dem Bühnenbild abgestimmt sind. Des Weiteren veranlasst der Maschinist, dass die gesamte Veranstaltungstechnik gewartet und in stand gehalten wird. Unter den Bühnenhandwerkern wird er oftmals am besten bezahlt.

Wer als Maschinist im Theater- oder Bühnenbetrieb arbeiten möchte, sollte sich in jedem Fall mit Bühnentechnik auskennen und erste Berufserfahrung im Theaterbetrieb mitbringen. Darüber hinaus sollte ein angehender Maschinist selbstständig und sorgfältig arbeiten und ebenso verantwortungsbewusst wie zuverlässig sein. Um mit den unterschiedlichsten Maschinen umgehen zu können, sollte er ausreichend technisches Verständnis mitbringen und sich mit Elektronik

und Schaltanlagen auskennen. Da während der Vorstellung oft nur wenig Zeit für Umbauten bleibt, muss er auch in stressigen Situationen genau, schnell und präzise arbeiten können.

Seitenmeister: Der Seitenmeister, auch Seitenbühnenmeister genannt, ist zuständig für eine der beiden Seiten des Bühnenraumes, links oder rechts. Hier koordiniert, dirigiert und organisiert er alle anfallenden technischen Umbauten – während der Probenzeit und der Aufführungen. Ist von der Regie eine szenische Verwandlung auf der Bühne vorgesehen, wird diese vom Seitenmeister umgesetzt, beziehungsweise veranlasst. Dabei arbeitet er eng mit seinem Vorgesetzten, dem Bühnenmeister, zusammen. Hierarchisch gesehen ist er dessen Stellvertreter, mit langjähriger Berufserfahrung kann er auch zum Bühnenmeister aufsteigen. Den übrigen Bühnenhandwerkern weist der Seitenmeister die zu verrichtenden Umbauarbeiten zu und kontrolliert die fachgerechte Umsetzung. Seine Aufgaben sind in etwa mit denen eines Vorarbeiters zu vergleichen. Damit die Abläufe hinter der Bühne funktionieren, stimmen sich die Seitenmeister beider Bühnenseiten untereinander und mit den Maschinisten ab. Um den Überblick über die vielen Umbauten und szenischen Veränderungen auf der Bühne zu behalten, erstellt der Seitenmeister einen genauen Ablaufplan, der als Koordinationsvorlage dient.

Gewissenhaftes Arbeiten, Organisationstalent und Teamfähigkeit sind wichtige Voraussetzungen für einen Seitenmeister. Denn die Aufführung kann nur reibungslos und pannenfrei über die Bühne gehen, wenn die technischen Abläufe mit allen Beteiligten abgestimmt sind. Da er andere Bühnenhandwerker anweist, sollte ein Seitenmeister Führungsqualitäten mitbringen und auch in stressigen Situationen einen kühlen Kopf bewahren.

Schnürmeister: Er ist es, der auf der Bühne die Fäden in der Hand hat. Mit wenigen Handbewegungen lässt er einen Engel aus dem Bühnenhimmel herabschweben, Schneeflocken tanzen oder Schleier von oben herab wallen. Der Schnürmeister bedient die Obermaschinerie. Diese umfasst alle Dekorationsteile wie Prospekte oder Vorhänge, die mit Zügen und Gegengewichten über der Bühne aufgehängt sind und per Hand oder automatisiert heruntergelassen werden. Der Schnürmeister ist dafür verantwortlich, dass all diese Dekorationsteile sicher

an der richtigen Stelle angebracht werden. Dafür erstellt er, nach Absprache mit dem Bühnenmeister, einen Hängeplan. Der so genannte Fahrplan legt dagegen fest, welche Dekorationsteile während der Aufführung am gleichen Ort bleiben und welche sich bewegen. Auch Schauspieler kann der Schnürmeister, mit Gurten gesichert, über die Bühne fliegen lassen.

Handwerkliche Begabung und technisches Denken, besonders im Bereich der Befestigungstechnik und Statik, sollte jeder angehende Schnürmeister mitbringen. Auch mit Elektronik sollte er sich auskennen. Darüber hinaus sollte er schwindelfrei sein, denn er arbeitet oft auf einer schmalen Metallbrücke mehrere Meter über der Bühne. Er sollte stets gewissenhaft arbeiten und sich mit den Sicherheitsvorschriften auskennen, da von seiner Arbeit die Sicherheit der Menschen auf der Bühne abhängt.

Tapezierer: Wenn es im Theater um Stoffe geht, dann ist der Tapezierer Fachmann. Er bespannt neue Polstermöbel, bessert alte Stoffbezüge aus und fertigt Näharbeiten wie Gardinen und Vorhänge an. Dazu misst er zunächst die Räumlichkeiten aus, fertigt erste Entwürfe an und setzt diese nach interner Absprache um. Anschließend bringt er die oftmals meterlangen Stoffbahnen mit Schienensystemen oder Zugvorrichtungen im Bühnenraum an. Nach den Vorstellungen überprüft der Tapezierer die Stoffdekorationen, um etwaig entstandene Schäden zu reparieren. Da seine Arbeit einen wesentlichen Teil des Bühnenbildes mitbestimmt, arbeitet der Tapezierer eng mit den Bühnenbildnern und dem Requisiteur zusammen. Außerdem ist er für den Möbel-Fundus verantwortlich. Er verwaltet, pflegt und renoviert alle Möbelstücke, die einmal auf der Bühne standen: barocke Sessel, antike Vitrinen, schlichte Tische oder Kommoden. Je nach Größe der Spielstätte kann es auch einen Tapeziermeister geben. Dieser leitet die Werkstatt der Tapezierer, erteilt Aufträge und koordiniert die Arbeiten.

Ein Tapezierer muss präzise arbeiten können und neben Kreativität auch Improvisationstalent mitbringen. Denn wenn kurz vor der Vorstellung ein Vorhang reißt, heißt es schnell reagieren und eine funktionierende Lösung zaubern. Zudem muss er sich mit Dekorationsstoffen und Polstermaterialien auskennen sowie mit der Stilkunde von Gebrauchsgegenständen vertraut sein.

Ausbildung

Es gibt keine geregelte Ausbildung zum Bühnenhandwerker, sinnvoll ist aber eine Lehre zur Fachkraft für Veranstaltungstechnik. Auch die Berufe Schlosser, Tischler, Schreiner, Zimmermann oder Seiler sind eine gute Basis für die vielfältigen Tätigkeiten des Bühnenhandwerkers. Allgemein wird neben handwerklichen Fähigkeiten, technischem Verständnis und Zuverlässigkeit auch körperliche Belastbarkeit gefordert, man sollte also fit und kräftig sein.

Weiterführende Links:

Stellenbörse für Theater- und Bühnenberufe: <http://de.stagepool.com>
 Deutscher Bühnenverein – Bundesverband der Theater und Orchester:
www.buehnenverein.de

5.11.3 Bühnenmaler/-plastiker

Bühnenmaler und -plastiker setzen die Entwürfe der Bühnenbildner um und zaubern mit Pinsel, Pappmaché oder Plastikteilen überzeugende Kulissen.

Berufsbild

Während im Theater des Barock und der Neuzeit hauptsächlich gemalte Bühnenhintergründe zum Einsatz kamen, die sogenannten Prospekte, wird heute viel mit plastischen Materialien gearbeitet. Daher gibt es den Beruf des Bühnenmalers und des Bühnenplastikers, die beide über die gleiche Ausbildung mit unterschiedlichen Schwerpunkten zum Beruf kommen. Der Bühnenmaler kümmert sich nach wie vor um Prospekte. Das können zum Beispiel ein Landschaftshintergrund oder ein in Zentralperspektive gemalter Saal sein, der die Bühne optisch nach hinten vergrößert. Auch gemalte Dekorationen auf plastischen Kulissentteilen fertigt er an. Um die Ideen des Bühnenbildners korrekt auf die meterlangen Prospekte zu übertragen, zeichnet der Bühnenmaler ein Raster auf die Vorlage, die auf normal großem Papier vorliegt, und vergrößert die Quadrate maßstabsgetreu. Anschließend werden diese detailgetreu mit einem riesigen Pinsel auf den Prospekt übertragen.

Der Bühnenmaler ist für die plastischen Kulissen verantwortlich, sozusagen für die 3D-Variante. Das können die Ruinen eines einge-

stürzten Hauses, griechische Säulen, Statuen oder abstrakte Objekte sein – die Vielfalt ist immens, je nach Stück und Vorgaben des Bühnenbildners. Auch mit digitalen Medien, wie Bildschirmen oder Projektionen, wird heutzutage gerne gearbeitet. Bühnenplastiker arbeiten mit den unterschiedlichsten Werkstoffen, wie Silikon, Ton, Gips oder Styropor; Grundlage der Kulisse ist aber meist Holz. Bei ihrer Arbeit müssen sie darauf achten, dass die Dekorationsteile einerseits leicht transportierbar sind und nicht so schnell kaputt gehen. Andererseits müssen sie auch auf die Beschaffenheit der verwendeten Materialien achten, denn diese müssen laut Brandschutzbestimmungen schwer entflammbar sein oder zumindest mit einer entsprechenden Imprägnierung behandelt werden.

Bühnenmaler und -plastiker arbeiten hauptsächlich beim Theater. Aber auch beim Film, im Messe- und Ausstellungsbau oder in der Werbung gibt es Arbeitsmöglichkeiten.

Voraussetzungen

Als Bühnenmaler oder -plastiker ist eine künstlerische und handwerkliche Begabung unabdingbar. Ebenso sollte man ein gutes räumliches Vorstellungsvermögen besitzen und nicht farbenblind sein. Da an den einzelnen Kulissen oft tagelang gemalt und gewerkelt wird, sind Konzentrationsfähigkeit und Ausdauer gefragt. Weil Bühnenmaler und -plastiker meist im Stehen oder in der Hocke arbeiten, sollten Interessenten körperlich fit sein. Auch Allergien gegen Farben und Lösungsmittel sind hinderlich, da diese ständig zum Einsatz kommen.

Ausbildung

Bühnenmaler/-plastiker ist ein staatlich anerkannter Ausbildungsberuf der IHK. Die Lehre dauert drei Jahre und findet dual im Betrieb, zum Beispiel Theater oder Filmproduktion, und in einer Berufsschule statt. Während der ersten beiden Jahre lernen die Auszubildenden gemeinsam, im dritten Jahr erfolgt dann die Spezialisierung zum Bühnenmaler oder Bühnenplastiker. Die Hochschule für Bildende Künste Dresden bietet als eine Alternative das Studium „Theaterausstattung“ an. Ein Zugang zum Beruf ist aber auch für Seiteneinsteiger aus anderen handwerklichen oder künstlerischen Berufen möglich.

5.11.4 Choreograph

Er weist die Tänzer an, auf der Bühne nach vorne zu eilen, im nächsten Augenblick wieder zurückzuweichen, die Hände grazil gen Himmel zu strecken oder sich dramatisch zu Boden zu stürzen. Der Choreograph denkt sich die Bewegungen der Tänzer aus, die im Ballett, Theater oder auch im Film eine Geschichte erzählen.

Berufsbild

Beim klassischen Ballett, einem kleinen Tanztheater oder einer Performance – bei all diesen künstlerischen Ausdrucksformen ist es der Choreograph, der die tänzerischen Abläufe entwirft und sie gemeinsam mit den Tänzern einstudiert. Um sich in die Inszenierung einzuarbeiten und für diese eine passende Choreographie zu entwerfen, studiert er zunächst das Drehbuch oder die Stückvorlage. Anschließend entwirft, skizziert und notiert er erste Bewegungsabläufe. Oft verändert er die geplanten Schrittfolgen bei den Proben noch, denn die Persönlichkeiten der Tänzer können einzelne Bewegungen auch anders wirken lassen als geplant.

Der Choreograph ist bei der Auswahl der Tänzer oder Musicedarsteller für die einzelnen Rollen beteiligt und studiert mit ihnen die Choreographie ein. Dabei probt er mit allen Darstellern die einzelnen Tanzszenen, wobei er die Schritte meist selbst vorführt. Er arbeitet eng mit den Musikern, dem Dirigenten und auch dem Bühnenbildner zusammen. Er leitet die tänzerischen Inszenierungen und ist dabei mit einem Regisseur vergleichbar. Auch bei der Kostümauswahl, die maßgeblich die Wirkung eines Tanzes beeinflusst und die Tänzer im schlechten Fall auch behindern kann, wirkt er mit. Er ist auch bei Entscheidungen über technische Gegebenheiten wie Beleuchtung und Ton beteiligt, zum Beispiel wenn ein einzelner Lichtspot einen Tänzer auf der Bühne verfolgen soll.

Ein Choreograph arbeitet an den unterschiedlichsten Inszenierungen mit, die tänzerische Passagen enthalten. Dies kann große Unterschiede in der Arbeitsweise bedeuten, zum Beispiel ob es an einer reinen Ballettbühne als Ballettmeister eher Klassisches umzusetzen gilt, im modernen Theater eine Ausdruckstanzperformance zu gestalten oder für ein Musikvideo Hip-Hop-Moves zu entwerfen. Einige Choreographen arbeiten auch als Lehrer, z. B. an Ballett- oder Tanzschu-

len, bei Tanzsport- oder Eiskunstlaufvereinen oder auch im Bereich der Bewegungspädagogik.

Voraussetzungen

Wer als Choreograph arbeiten möchte, sollte auf jeden Fall tänzerische Begabung und im besten Fall auch erste Berufserfahrungen im Bereich Tanz mitbringen. Da sich ein Choreograph stets neue Bewegungsabläufe überlegen muss, sollte er kreativ, fantasievoll und auch experimentierfreudig sein. Ein künstlerisch-ästhetisches Verständnis ist folglich Grundbedingung. Auch Improvisationstalent sollte ein Choreograph mitbringen, um spontan auf Veränderungen in den Proben reagieren zu können – oder für den Fall, dass mal etwas schief geht. Da Choreographien auf eine musikalische Begleitung abgestimmt sind, muss auch der Choreograph sehr musikalisch sein und ein gutes Rhythmusgefühl haben, um ein harmonisches Gesamtbild entstehen lassen zu können. Da er viel mit Tänzern zusammenarbeitet, ist auch ein gewisses Einfühlungsvermögen nötig. Besonders mit Stresssituationen und Zeitdruck während der Proben und Aufführungen muss ein Choreograph umgehen können.

Ausbildung

Wer als Choreograph arbeiten will, kann unterschiedliche Ausbildungswege einschlagen. Grundsätzlich sollten die Studiengänge oder Ausbildungen jedoch mit Choreographie, Tanz oder Musiktheater zu tun haben. Musik- und Theaterhochschulen bieten spezielle Ausbildungen für Choreographen an. Die meisten Angebote sind künstlerisch-praktisch orientiert und vermitteln ein grundsätzliches Verständnis dafür, wie der Körper als Ausdrucksform genutzt und inszeniert werden kann. Zu diesem Zweck stehen auch theaterpädagogische Ansätze, Raum-, Bewegungs- und Kompositionslehre auf dem Stundenplan. Zudem lernen angehende Choreographen Musik- und Tanzgeschichte, Dramaturgie und die Bedingungen einer Produktion kennen. Von Absolventen einer Tanz- oder Musiktheaterausbildung wird bei einer Bewerbung für eine Stelle als Choreograph meist mehrjährige Bühnenerfahrung und oft auch Abitur erwartet. Die meisten Choreographen sind ausgebildete Tänzer und haben früher selbst als Tänzer gearbeitet.

Weiterführende Links:

Deutscher Bühnenverein – Verband der Theater und Orchester:

www.buehnenverein.de

Choreograph.net – englischsprachige Seite über News aus dem Berufsfeld:

www.choreograph.net

5.11.5 Dramaturg

Während die Namen berühmter Regisseure und Schauspieler dem Publikum gut bekannt sind, kennt kaum jemand einen Dramaturgen. Diese Position heisst selten schillernden Ruhm ein, dennoch ist sie entscheidend dafür verantwortlich, ob eine Theateraufführung oder ein Filmprojekt gelingen.

Berufsbild

Dramaturgen arbeiten an großen und kleinen Theatern, Opernhäusern, bei Hörfunk- und Filmproduktionsgesellschaften sowie in Theater- oder Buchverlagen. Je nach Arbeitsort unterscheiden sich die Tätigkeitsfelder geringfügig.

Bei Theater oder Oper ist eine der wichtigsten Aufgaben des Dramaturgen die Gestaltung des Spielplans. Dafür sichtet er historische und zeitgenössische Stücke und prüft, welche zum Programm des Hauses passen und sich am besten umsetzen lassen. Er entscheidet also mit, was in der nächsten Saison zu sehen ist. Auch bei Fernsehsendern übernimmt ein Dramaturg ähnliche Aufgaben. Dort liest er Drehbücher und wählt zur Zielgruppe des Senders passende Filme aus.

Generell ist der Dramaturg als Berater des Regisseurs zu sehen. Er analysiert gemeinsam mit ihm das Stück, plant die Umsetzung, ist bei den Proben anwesend und überarbeitet Textpassagen. Während Regisseure für einzelne Produktionen an ein Theater geholt werden, ist der Dramaturg dort meist fest angestellt. In großen Theatern gibt es oft mehrere Dramaturgen, denen ein Chef-Dramaturg übergeordnet ist. Wenn die Wahl auf ein passendes Stück gefallen ist, dann recherchiert der Dramaturg die Hintergründe der geplanten Produktion. Bei fremdsprachigen Texten und Opern kümmert er sich um die Übersetzung. Zum Aufgabengebiet des Dramaturgen gehört auch die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Das bedeutet, er gestaltet das Programmheft, ist bei der Gestaltung von Werbeplakaten beteiligt und schreibt Pressemeldungen.

Bei deutschen Filmproduktionsfirmen gibt es dagegen selten festangestellte Dramaturgen, sie arbeiten in der Filmbranche meist freiberuflich. Sie sind oft auch unter der Bezeichnung „Script Consultant“ tätig, kümmern sich also „beratend“ um das Drehbuch. Das bedeutet, sie analysieren die vorliegende Fassung auf mögliche Schwächen bezüglich Handlung, Struktur und Charaktere. Gemeinsam mit Regisseur und Produzent wird anschließend versucht, die gefundenen Fehler auszubessern.

Voraussetzungen

Weil ein Dramaturg für die Auswahl der Stücke verantwortlich ist, sollte er ein sicheres Gespür für Stimmungen in der Gesellschaft besitzen und wissen, was gerade im Trend liegt. Wer Dramaturg werden möchte, sollte auf jeden Fall gerne lesen, denn es ist Pflicht, über ein großes Wissen an Primär- und Sekundärliteratur zu verfügen – im aktuellen und historischen Bereich. Er sollte generell ein gutes Sprachgefühl haben, da er auch selbst schreibt, zum Beispiel beim Verfassen des Programmheftes. Fremdsprachenkenntnisse sind ebenfalls wichtig, da er oft selbst Übersetzungen anfertigt. Während Englisch beim Film die wichtigste Sprache ist, sind für die Arbeit am Theater oder an der Oper auch Italienisch und Französisch essentiell, weil viele historische Werke in diesen Sprachen verfasst sind.

Ein Dramaturg sollte auf jeden Fall kommunikativ und diplomatisch sein, denn er vermittelt zwischen dem Regisseur, dem Intendanten und den Schauspielern. Dabei muss er oft auch schwierige Inhalte schonend vermitteln, zum Beispiel wenn der Regisseur sein ganzes Herz in eine Interpretation eines Stückes steckt, die aber für das Publikum auf diese Weise gar nicht mehr nachvollziehbar wäre. Dazu gehört auch Organisations- und Durchsetzungsvermögen.

Gute Kontakte zu Drehbuch- oder Theaterautoren zahlen sich für einen Dramaturgen auf jeden Fall aus, da auf diese Weise Exklusivrechte gesichert werden können.

Ausbildung

Es gibt spezielle Studiengänge, die auf eine Laufbahn als Dramaturg vorbereiten. Aber auch ein Studium der Theater-, Film- oder Me-

dienwissenschaft bietet sich zur Vorbereitung an, ebenso wie Philosophie oder Germanistik.

Für den Berufseinstieg sollte man sich zunächst um eine Stelle als Assistent der Dramaturgie bewerben oder als Dramaturg in einem kleineren Theater.

Weiterführende Links:

Deutsche Theatertechnische Gesellschaft: www.dthg.de

Genossenschaft Deutscher Bühnen-Angehöriger: www.buehnengenossenschaft.de

Dramatiker-Union e.V., Schriftsteller und Komponisten von Bühne und Film, Funk:
www.dramatikerunion.de/neues.php

5.11.6 Fundusverwalter

In seinen Räumen lagern prachtvolle Barockkleider, Trachten oder Science-Fiction-Uniformen und warten darauf, wieder auf der Bühne getragen zu werden. Zuständig für die Aufbewahrung all dieser Kostüme aus vergangenen Produktionen ist der Fundusverwalter.

Berufsbild

Auf meterlangen Stangen, jeweils mehrere übereinander, lagern Kleider, Mäntel, Hüte und Schuhe. Um den Überblick über das Kleidersammelsurium zu behalten, führt der Fundusverwalter genau Buch und vermerkt alle Neuzugänge in seiner Inventarliste. Denn nur wenn alles aufgelistet und systematisch geordnet ist – etwa nach Epoche, Farbe, Größe und Geschlecht – findet er aus den tausenden Exemplaren auf Anhieb das Gesuchte. Während der Produktionsvorbereitungen arbeitet er oftmals eng mit dem Kostümbildner zusammen und unterstützt ihn bei der Kleiderauswahl. Auch wenn für eine Inszenierung neue Kostüme angefertigt werden, sucht der Fundusverwalter für die anfängliche Probenzeit passende Übergangskostüme. So bekommen die Schauspieler bereits zu Beginn ein Gefühl dafür, wie sie sich am besten in Pumphosen oder Reifrock bewegen. Außerdem kümmert sich der Fundusverwalter darum, dass die Kostüme jederzeit gebrauchsfertig, gereinigt und geflickt zur Verfügung stehen. Auch der Verleih oder Verkauf von Kostümen gehört in einigen Spielstätten zu seinen Aufgaben. Einen eigenen Fundusverwalter haben meist nur mittlere oder große Theater, an kleineren kümmern sich die Gewandmeister um Verwaltung und Pflege der Kostüme.

Aber auch bei Filmproduktionsfirmen oder Fernsehsendern wird jemand für die Verwaltung des Fundus benötigt.

Voraussetzungen

Die wichtigste Eigenschaft eines Fundusverwalters ist seine Ordnungsliebe, denn Sortieren, Katalogisieren und Aufräumen bestimmen den größten Teil seiner Arbeit. Auch Organisationstalent ist dabei gefragt, ebenso wie handwerkliches Geschick. Darüber hinaus ist ein großes Wissen über Kostüm- und Kunstgeschichte erforderlich.

Ausbildung

Eine spezielle Ausbildung zum Fundusverwalter gibt es nicht. Von Vorteil sind jedoch eine textile Ausbildung, wie etwa zum Schneider oder Modenäher, sowie erste Erfahrungen im Kostüm-Atelier eines Theaters. Anschließend kann man eine Weiterbildung im Bereich Kostümbild machen oder sich als Quereinsteiger im Theateralltag bewähren.

Weiterführender Link:

Deutscher Bühnenverein – Verband der Theater und Orchester:
www.buehnenverein.de

5.11.7 Garderobier

Wenn sich ein Schauspieler während eines Szenenwechsels schnell vom Bettler zum König verwandeln soll, dann ist der Einsatz des Garderobiers, auch Ankleider genannt, gefragt. Auch bei Filmdrehn kommt er beim Einkleiden der Darsteller zum Einsatz.

Berufsbild

Ein Kleid mit Reifrock und hunderten von Verschlüssen allein anzuziehen, ist alles andere als einfach, bei einer Rüstung schon gar nicht mehr möglich. Deshalb hilft der Garderobier den Darstellern beim An- und Umziehen während der Vorstellung. Bei einigen Kostümen müssen auch zahlreiche Accessoires mitgeführt werden, damit da der Schauspieler bei mehreren Kleidungswechseln pro Stück nicht den Überblick verliert und sich auf seinen Auftritt konzentrieren kann, kümmert sich der Garderobier um das korrekte Anlegen der Gewänder. Damit auch er weiß, was wann getragen werden soll, erhält er

vom Kostümbildner den sogenannten Kostümauszug. Auf diesem ist vermerkt, welche Kleidung die Darsteller, oder auch Moderatoren, zu welchem Zeitpunkt tragen sollen. Sollte während der Aufführung ein Knopf abreißen, eine Naht platzen oder der Reißverschluss haken, muss der Garderobier flinke Finger beweisen. Hinter der Bühne muss er diese Schäden schnell flicken können. Fallen größere Reparaturen an, ist es seine Aufgabe, das Kostüm nach der Aufführung in die Kostümwerkstatt zu bringen und rechtzeitig wieder abzuholen. Er ist dafür verantwortlich, dass alle Kostüme instand gehalten werden, gewaschen sind und ohne Schäden für die Schauspieler bereit stehen. Reist ein Schauspielensemble für ein Gastspiel an ein fremdes Theater, ist der Garderobier für das Zusammenpacken der Kostüme zuständig. Es liegt in seiner Verantwortung, dass alle Kleider, Schuhe, Ersatzteile und Accessoires mitgenommen werden. Bei kleineren Theater- oder Filmproduktionen übernehmen Garderobieren teilweise auch die Aufgaben des Gewandmeisters oder Kostümbildners. Dann sind sie auch für die Kostümbeschaffung zuständig und bestellen Neuanfertigungen. Manchmal sind Garderobiers gleichzeitig auch Schneider und fertigen selbst Kostüme an.

Voraussetzungen

Da ein Garderobier oft schnell kleinere Schäden flicken muss, sollte er rasch und geschickt mit der Nadel umgehen können und sich generell gut mit Kleidung, Stoffen und Accessoires auskennen. Kenntnisse in der Textilpflege sind wichtige Voraussetzungen, vor verschwitzten oder schmutzigen Kostümen darf er sich folglich nicht ekeln. Weil es oft schnell gehen muss, sind Stressresistenz und Zuverlässigkeit ebenfalls wichtig. Ein Garderobier sollte kommunikativ und hilfsbereit sein sowie gern mit Menschen arbeiten. Für die Künstler stellt er bestenfalls eine Unterstützung und Entlastung dar und dämpft oftmals auch akute Anfälle von Lampenfieber.

Ausbildung

Zwar gibt es keine explizite Ausbildung für den Beruf des Garderobiers, dennoch bietet sich eine Lehre zum Mode- oder Maßschneider an. Da der Beruf des Maßschneiders in den vergangenen Jahren immer seltener wird, zeichnen sich auch andere Einstiegsmöglichkeiten

ab. Berufserfahrung in der Textilbranche ist auf jeden Fall von Vorteil. Bei gutem handwerklichem Geschick haben auch berufsfremde Bewerber die Möglichkeit, als Garderobier zu arbeiten. Für diese gilt in der Regel, dass sie nach etwa drei Jahren eine Facharbeiterprüfung ablegen können und anschließend die gleiche Bezahlung wie gelernte Kräfte aus Textilberufen erhalten.

Weiterführende Links:

Deutscher Bühnenverein – Verband der Theater und Orchester:

www.buehnenverein.de

Stellenbörse für Theater- und Bühnenberufe: <http://de.stagepool.com>

5.11.8 Gewandmeister

Wenn bei Theater- oder Operninszenierungen ein Fabelwesen, eine futuristisch gekleidete Bedienung oder eine puppenartige Figur auf der Bühne stehen soll, ist es die Aufgabe des Gewandmeisters dafür das passende Kostüm zu schneiden. Die gezeichneten Entwürfe für die Kostüme erhält er vom Kostümbildner.

Tätigkeit

Der Gewandmeister arbeitet in den Kostümwerkstätten an Theatern oder Opern und ist dafür zuständig, die skizzierten Ideen des Kostümbildners umzusetzen und sie dabei stilgerecht und fachmännisch auszuarbeiten. Neben künstlerischen und handwerklichen Aspekten, muss er sich dabei auch um zeitliche und finanzielle Vorgaben kümmern. Mit seiner Arbeit muss er den Ansprüchen und Wünschen mehrerer Personen gerecht werden, denn sowohl der Kostümbildner als auch der Regisseur und der Schauspieler selbst müssen mit dem angefertigten Kostüm einverstanden sein. Deswegen muss das Kostüm nicht nur in Schnitt und Stoff passen, optisch ansprechend sein und ins Gesamtkonzept der Inszenierung passen, sondern auch an die Statur des Schauspielers angepasst werden. Weil er mit vielen, am Theater arbeitenden Personen zu tun hat, kann er als eine Art Bindeglied bezeichnet werden – vorwiegend zwischen Kostümbildner und Schneider.

Der Gewandmeister ist für die gesamte Kostümausstattung eines Stückes zuständig: für Hemden und Hosen genauso wie für Hüte und Umhänge. Während der gesamten Spielzeit sorgt er dafür, dass sie in

tadellosem Zustand und einsatzbereit sind. Je nach Größe des Hauses variieren jedoch die praktischen Alltagsaufgaben des Gewandmeisters. An kleineren Theatern erstellt er viele Kostüme selbst. An größeren Häusern, in denen mehrerer Abteilungen für die Kostümausstattung zuständig sind und an denen etwa eine eigene Damen- und Herrenschniderei eingerichtet ist, fällt dem Gewandmeister eher eine leitende Aufgabe zu. Unter Umständen kann er auch die gesamte Kostümabteilung eines großen Theaters führen – dazu zählt die Modisterei (Hutmacherei) genauso wie die Kostümfärberei, die Rüstmeisterei, das Kunstgewerbe, die Kostümmagazinverwaltung und der Garderobenbereich. Welche Aufgaben der Gewandmeister de facto ausübt, kann also durchaus variieren – je nachdem wie groß die Spielstätte ist, an der er arbeitet.

Anforderungen

Da an Theatern und Opernhäusern ganz unterschiedliche Stücke gespielt und inszeniert werden, sollte der Gewandmeister nicht nur handwerklich geschickt sein und gut nähen können. Er sollte sich auch mit den verschiedenen Stilepochen und der Kunstgeschichte auskennen. Eine französische Ballrobe aus dem 16. Jahrhundert sollte er ebenso nachschneiden können, wie mittelalterliche Gewänder, Hosenanzüge aus den 1920er Jahren oder extravagante Spezialanfertigungen. Da bei der Kostümanfertigung stets ein Zeit- und Finanzplan einzuhalten ist, muss ein Gewandmeister auch ein organisatorisches und wirtschaftliches Geschick mitbringen. Auch Teamfähigkeit und Kommunikationstalent sind wichtige Voraussetzungen, um mit den involvierten Schnittstellen zusammenzuarbeiten. Darüber hinaus sollte er großen Wert auf genaues Arbeiten legen, verantwortungsbewusst sein und unter Umständen Fähigkeiten hinsichtlich der Personalführung mitbringen. Kommunikations- und Organisationstalent sind also, neben der breiten Fachkompetenz, Voraussetzung für eine erfolgreiche Berufstätigkeit.

Ausbildung

Der Beruf des Gewandmeisters ist eine landesrechtlich geregelte schulische Weiterbildung an Fachschulen. Nach zweijähriger Ausbildung kann der Titel „Staatlich geprüfter Gewandmeister/in“ erwor-

ben werden. Für die Zulassung wird eine abgeschlossene Ausbildung zum Schneider, Maß- oder Modeschneider vorausgesetzt, eine zweijährige Berufserfahrung und ein mittlerer Bildungsabschluss. Die Ausbildung ermöglicht es, anschließend eine leitende Tätigkeit in einer Kostümwerkstatt zu übernehmen. Auch andere Positionen, wie zum Beispiel Kostümleitung, Kostümassistent, Produktionsassistent, Kostümmaler oder Kostümbildner können anschließend eine Berufsperspektive bieten.

Berufsaussichten

Die Einsatzorte des Gewandmeisters sind die Kostüm-Ateliers der Theater- und Opernhäuser, Musicalbühnen, Fernsehanstalten oder bei Filmproduktionsfirmen oder einschlägige Spezialfirmen, wie beispielsweise Maßschneidereien für Damen und Herren. Darüber hinaus ist es auch möglich, selbstständig im eigenen Atelier zu arbeiten und Auftragsarbeiten anzunehmen.

5.11.9 Inspizient

Schauspieler, Sänger und Statisten müssen zu den unterschiedlichsten Zeiten pünktlich auf der Bühne sein, ebenso wie die dazugehörige Musik. Damit die Einsätze und Wechsel während der Vorstellung reibungslos ablaufen, verlassen sich die Darsteller auf die Kommandos des Inspizienten.

Berufsbild

Der Inspizient ist während der Aufführungen für den organisatorischen Ablauf verantwortlich. Er sitzt an seinem Pult, das mit zahlreichen Bildschirmen, Signalanlagen und Sprechverbindungen ausgestattet ist, und steuert von dort aus die Vorstellung, wie sie in den Proben geplant wurde. Bereits eine halbe Stunde vor Aufführungsbeginn sorgt er mit ersten Signalen dafür, dass das Team bereit ist und pünktlich starten kann. Auch das Publikum ruft er durch den Gong zu Beginn und nach der Pause in den Saal. Der Inspizient gibt sowohl den Künstlern Anweisungen – wer wann auf die Bühne kommen soll, als auch der Technik. Ihnen sagt er, wann der Spot auf den Tänzer gerichtet werden soll, wann die Musik ertönen soll oder wann der Vorhang fällt. Auch organisatorische Dinge, die mit der Auffüh-

rung direkt nichts zu tun haben, fallen in seinen Verantwortungsbereich, wie beispielsweise die Sanitäter, die für Schwächeanfälle von Zuschauern bereit stehen.

Da er die Inszenierung genau kennen muss, kann ein Inspizient nicht erst zur Vorstellung erscheinen, sondern ist bereits während der Proben anwesend. Dabei vermerkt er im Textbuch oder Klavierauszug alle geplanten szenischen Verwandlungen, Lichtwechsel, Tonsignale oder Spezialeffekte. Während der Vorstellung gibt er dann anhand dieses Plans seine Anweisungen an alle Beteiligten. Wenn einmal etwas gewaltig schief läuft, ist es der Inspizient, der die schwerwiegende Entscheidung über das weitere Vorgehen trifft: Weitermachen, Unterbrechen der Vorstellung oder gar Abbruch.

Voraussetzungen

Ein Inspizient muss sich sehr gut konzentrieren können, um während der gesamten Aufführung aufmerksam zu bleiben. Er sollte kommunikativ sein, da er mit allen Mitgliedern des Theaterbetriebs in Kontakt steht, aber auch Durchsetzungsfähigkeit mitbringen. Zudem muss ein Inspizient Noten lesen können und das Theater, für das er verantwortlich ist, wie seine Westentasche kennen. Gelassenheit und Belastbarkeit sind bei den oft unvorhergesehenen Zwischenfällen ebenfalls sehr wichtig. Um eine solche Gelassenheit und Souveränität zu erlangen, haben Inspizienten meist langjährige Theatererfahrung.

Ausbildung

Obwohl er für eine erfolgreiche Vorstellung unersetzlich ist, gibt es für den Inspizienten keine geregelte Ausbildung. Meist sind es ehemalige Schauspieler, Sänger oder Musiker, die als Inspizient tätig sind. Auch eine zusätzliche Ausbildung zur Fachkraft für Veranstaltungstechnik ist für die Kenntnis der technischen Gegebenheiten von großem Vorteil. Auf jeden Fall muss ein angehender Inspizient in dem Theater, in dem er tätig sein will, bereits mehrere Jahre gearbeitet haben, um den Betrieb und die lokalen Besonderheiten genauestens zu kennen.

5.11.10 Intendant (Theater)

Ein Intendant hat die oberste Führungsposition einer künstlerischen oder journalistischen Einrichtung inne. Allgemein kann er als Geschäftsführer bezeichnet werden, der auch die inhaltliche Ausrichtung von Theatern, Opernhäusern, Orchesterbetrieben oder Festspielen vorgibt.

Berufsbild

Die Aufgaben eines Intendanten setzen sich, je nach Wirkungsstätte, unterschiedlich zusammen. Grundsätzlich ist er für den inhaltlichen sowie wirtschaftlichen und verwaltungstechnischen Ablauf eines Betriebs verantwortlich. Er trifft Entscheidungen über Programm und Personal, ist also zuständig für die Auswahl der Stücke eines Theaters und entscheidet, welcher Regisseur angestellt wird. Der Intendant ist zwar nach außen der alleinverantwortliche Leiter, nach innen sind seine Kompetenzen jedoch meist eingeschränkt. Das bedeutet, dass die einzelnen Unterabteilungen oder spezielle Gremien bei den Entscheidungen beteiligt sind.

An Theatern, Opernhäusern, Orchesterbetrieben oder bei Festspielen ist es Aufgabe des Intendanten, das künstlerische Gesamtkonzept zu planen und umzusetzen. Das bedeutet, er erstellt den Spielplan und engagiert die Künstler wie Regisseur und Schauspieler. Dabei unterstützt ihn der Dramaturg. Zudem repräsentiert der Intendant das Theater oder die Oper vor der Öffentlichkeit. Am Theater wird er oft auch als Theaterdirektor bezeichnet.

Er kümmert sich ebenfalls um die übergeordnete Organisation des Betriebs und analysiert dessen Wirtschaftlichkeit. Bei allem muss er stets die verfügbaren Finanzen im Blick halten und auch die Ziele des Theaterträgers berücksichtigen, zum Beispiel die Interessen eines privaten Spenders. An staatlichen Bühnen oder für die Intendanz von Festspielen wird ein Intendant meist durch ein Kuratorium berufen.

Voraussetzungen

Ein Intendant muss viel Verantwortung tragen und daher Entscheidungen treffen können und Verhandlungsgeschick beweisen. Außerdem muss er stressresistent sein sowie sich im Bühnen-, Musik- oder Urheberrecht auskennen. Betriebswirtschaftliche Kenntnisse und

Erfahrung in der Personalführung sind ebenfalls Grundvoraussetzungen. Im Theater oder an der Oper sind Schauspiel- und Bühnenkenntnisse wichtig.

Ausbildung

Eine explizite Ausbildung zum Intendanten gibt es nicht. Da diese Position jedoch die höchste Führungsposition an Schauspielhäusern ist, wird in jedem Fall ein Hochschulstudium vorausgesetzt, manchmal auch eine Promotion. In den meisten Fällen führt nur eine lange berufliche Erfahrung zur Position des Intendanten. Im künstlerischen Bereich werden meist Schauspieler, Dramaturgen oder Regisseure mit langjähriger Berufserfahrung zum Intendanten berufen. Unabdingbar sind dabei eine gute Kenntnis der Strukturen am Theater und viel praktische Erfahrung. Als gute Grundvoraussetzung gelten Studiengänge in Germanistik, Kunstgeschichte, Literatur oder Theaterwissenschaft. Mittlerweile wird in der Schweiz an der Universität Zürich auch ein Weiterbildungs-Studiengang zum Executive Master of Arts Administration angeboten.

5.11.11 Kostümbildner

Ob Barockkleid, Nadelstreifenanzug oder Punk-Outfit: ein Kostümbildner sorgt für die passende Kleidung der Schauspieler – denn Kleider machen Leute. Die Garderobe der Darsteller ist nicht zu unterschätzen, sie trägt wesentlich dazu bei, ob ein Film als authentisch empfunden wird, oder wie ein Theaterstück wirkt.

Berufsbild

Im Drehbuch hat der Autor festgelegt, welche Kostüme für die einzelnen Rollen erforderlich sind. Über die genauen Details und deren Ausführung entscheidet dann der Kostümbildner in Rücksprache mit dem Regisseur. Dafür fertigt er Skizzen und Entwürfe der Kleidungsstücke an, die so lange geändert und angepasst werden, bis die künstlerische Leitung zufrieden ist. Das ist dann der Fall, wenn die Entwürfe die beabsichtigte Stimmung gut untermalen und den Charakter der Personen herausstellen. Dann geht es an die Fertigung, wo der Kostümbildner ein Team aus Schneidern bei der Ausführung überwacht oder auch selbst näht. Ein Kostümbildner ist auch für die

Beschaffung der Kostüme zuständig. Er entscheidet, ob bereits fertige Stücke aus dem Fundus geeignet sind, inwiefern diese umgearbeitet werden müssen, oder ob etwas völlig Neues hergestellt wird. Auch um die Accessoires, wie Tücher oder Handtaschen, kümmert er sich. Bei großen Kinoproduktionen sind Kostümbildner auch für den organisatorischen Ablauf tätig. Da müssen Anproben mit den Schauspielern durchgeführt, Änderungen in die Wege geleitet und stets der Zeitplan eingehalten werden. Auch das vom Produzenten zugeteilte Ausstattungsbudget gilt es zu verwalten und sinnvoll einzusetzen.

Kostümbildassistent: Der Kostümbildassistent assistiert, wie der Name schon sagt, dem Kostümbildner. Das bedeutet, er geht ihm zur Hand und lernt dabei die Aufgaben und Arbeitsabläufe des Kostümbildners kennen und sammelt praxisnahe Erfahrung, um später selbst den Beruf des Kostümbildners auszuüben. Die Assistenz ist somit meist nur ein Zwischenschritt zum eigentlich angestrebten Berufsziel. Hierarchisch ist er dem Kostümbildner und Kostümdirektor unterstellt.

Er sucht gemeinsam mit dem Kostümbildner die Kostüme für Theater- oder Fernsehproduktionen aus. Dabei fertigt er allerdings nicht selbst etwas an, sondern kümmert sich um die rechtzeitige Anpassung und Bereitstellung. In den ersten Arbeitsschritten einer neuen Produktion lesen beide das Drehbuch (beim Theater das Textbuch), recherchieren den dazu nötigen Stil und verschaffen sich einen Überblick über den Ablauf der Produktionszeit. Ist die Planung soweit abgeschlossen, begibt sich der Kostümbildassistent in den Fundus, sucht dort nach geeigneten Kostümen und skizziert selbst erste Entwürfe. Anschließend bespricht er diese mit den Kostümwerkstätten. Er organisiert auch Anproben mit Schauspielern und kümmert sich nach dem Dreh um die ordnungsgemäße Lagerung der Kleidungsstücke, bringt Geliehenes zurück und verbucht die Rechnungen.

Kostümdirektor: Der Kostümdirektor, auch Leiter der Kostümabteilung genannt, koordiniert die Umsetzung des Kostümbildes. Einerseits kommen ihm hierbei leitende administrative Aufgaben zu; beispielsweise die Schneider und Ausstatter darin anzuweisen, wie die Kostüme und Accessoires angefertigt, kreiert und umgesetzt werden sollen. Zum anderen ist er auch für finanzielle Entscheidungen ver-

antwortlich. Ein sehr wichtiger Aspekt ist die Einhaltung des Zeitplans, für den der Kostümdirektor verantwortlich ist. Denn jeder zusätzliche Drehtag kostet eine Menge Geld, und auch die Premiere am Theater lässt sich nicht einfach nach hinten verschieben.

Voraussetzungen

Kreativität und Fantasie sind für Kostümbildner absolute Pflicht, ebenso wie Zeichenkünste für die Skizzen und handwerkliches Geschick in der Umsetzung. Auch Kenntnisse in Dramaturgie, Kostümgeschichte und Stilkunde sind nötig, denn bei historischen Kostümen gilt es viel zu beachten und die Epochen korrekt auseinander zu halten.

Weil sich Kostümbildner oft um organisatorische Dinge kümmern müssen und einen eigenen Etat zu verwalten haben, sind kaufmännische Fähigkeiten wichtig. Auch ein gutes Händchen für den Umgang mit Menschen, besonders in stressigen und hektischen Situationen, ist in diesem Beruf von Vorteil. Theaterübliche Arbeitszeiten, das heißt oft abends und am Wochenende zu arbeiten, sollten kein Problem darstellen.

Ausbildung

Einen klar vorgeschriebenen Ausbildungsweg gibt es für Kostümbildner nicht. Als Grundlage für eine Ausbildung zum Kostümbildner empfiehlt sich meist eine Schneiderlehre, da man dort das praktische Handwerk lernt. Als Schulabschluss sollte mindestens die Mittlere Reife vorliegen, besser aber noch Abitur, da mittlerweile oft ein abgeschlossenes Studium in der Fachrichtung Kostümbild gewünscht wird. Zum Beruf kann ein Studiengang in einer Fachklasse für Bühnen- und Kostümbildner oder für Kostümgestalter führen. Diese werden an Modefachschulen, Kunstakademien oder Designhochschulen angeboten.

Aber auch Weiterbildungen am Theater nach einer Schneiderlehre, z. B. als Garderobiere, sind oft förderlich, um in den Beruf des Kostümbildners einzusteigen. Der Berufseinstieg klappt, wie so oft in der Medienbranche, am besten über Praktika. Am besten beginnt man dabei bei kleineren Produktionen oder als Assistent eines bereits erfahrenen Kostümbildners.

Weiterführende Links:

Deutscher Bühnenverein – Verband der Theater und Orchester:

www.buehnenverein.de

Verband der Berufsgruppen Szenenbild und Kostümbild e.V.: www.v-sk.de

5.11.12 Kostümfärber/Patinierer

Der Kostümfärber, auch Kostümpatinierer genannt, lässt majestätische Kostüme in royaalem Purpur erstrahlen, Soldatenuniformen verschlammt und verknittert, oder Lederstiefel ausgetreten und alt aussehen. Die Bezeichnung Kostümmaler bzw. Kostümfärber bezieht sich auf den Theaterbereich, die des Kostümpatinierers auf den Film- und Fernsehbereich. Er arbeitet dabei mit der gesamten Kostümabteilung, bestehend aus Maßschneider und Kostümbildner, zusammen.

Berufsbild

Nach einem vorgegebenen Farbmuster färbt, bemalt oder besprüht der Kostümfärber Stoffe, Schuhe, Kopfbedeckungen oder Accessoires. Er arbeitet auch daran, Sachen alt, verdreckt oder verstaubt aussehen zu lassen, beispielsweise Schmuck, Rüstungen, Knöpfe oder Gürtelschnallen. Dabei geht er anhand eines Farbmusters vor, das auf die Bühnen- oder Filmbeleuchtung abgestimmt ist. Nur wenn die Kostümfarben und das Licht zueinander passen, entsteht ein in sich stimmiges, authentisches und harmonisches Gesamtbild – auf der Bühne ebenso wie vor der Kamera. Bereits kleine Farbabweichungen im Material können in Kombination mit dem Scheinwerferlicht eine gänzlich andere Wirkung und Atmosphäre entstehen lassen, als es vom Regisseur ursprünglich vorgesehen war. Um die Kostüme schillernd, alt oder getragen aussehen zu lassen, stehen dem Kostümfärber verschiedene Techniken zur Verfügung. Wenn die Färbungen nur vorübergehend bleiben sollen, z.B. wenn die Kostüme aus einem Fundus ausgeliehen sind, werden statt Farben Fette, Wachse, Öle oder Puder verwendet. Da manche Stoffe sehr empfindlich und kostbar sind und kein häufiges Altern, Um- oder Entfärben vertragen, muss mit großer Achtsamkeit gearbeitet werden.

Kostümfärber können an Theatern, Schauspiel- oder Opernhäusern arbeiten. Jedoch haben meist nur größere Spielstätten einen eigenen Kostümfärber. In vielen kleineren Häusern werden diese Aufgaben

von Kostümbildnern, Hospitanten oder Kostümassistenten übernommen. Darüber hinaus können Kostümfärber bzw. Patinierer auch bei Film- und Fernsehproduktionen mitarbeiten und so die Authentizität der Kostüme vor der Kamera verstärken. Dort muss allerdings anders patiniert werden, denn während auf der Bühne eine Fernwirkung erzielt werden soll, nimmt die Kamera auch Großaufnahmen auf. Seit Einführung der HD-Technik muss im Fernsehen sogar noch detaillierter gearbeitet werden.

Voraussetzungen

Da sich im Beruf des Kostümfärbers alles um die richtige Farbgebung dreht, sollte man hierfür ein besonders ausgeprägtes Gespür für Farben mitbringen. Außerdem sollten Interessenten über handwerkliches Geschick verfügen und zeichnen können, denn die Schablonen für die Kostümbemalungen werden oft speziell angefertigt und entworfen. Dabei sind auch Geduld und eine ruhige Hand gefragt. Ein gutes Einfühlungsvermögen in künstlerische Prozesse, Teamgeist und selbstständiges Arbeiten werden in vielen Fällen in diesem Beruf vorausgesetzt.

Ausbildung

Um den Beruf des Kostümfärbers oder -patinierers auszuüben, ist ein Quereinstieg nicht unüblich. Erst seit September 2013 wird in Leipzig eine einjährige Weiterbildung angeboten, die zum Kostümfärber ausbildet. Sie umfasst die Bereiche der Farbpsychologie, Textil- bzw. Stoffkunde und das künstlerische Zeichnen. Voraussetzung ist eine bereits abgeschlossene Berufsausbildung, am besten im handwerklichen Bereich. Der Bereich Kostümpatinierung wird auch an Film-Schulen mit dem Schwerpunkt „Kostümbild bei Film und Fernsehen“ unterrichtet, etwa in Köln und Berlin. Viele kommen auch durch ein Kunststudium zu diesem Beruf.

Weiterführende Links:

Weiterbildungsinformationen der Agentur für Arbeit zum Kostümfärber:
<http://url9.de/Rni>

Verband der Berufsgruppen Szenenbild und Kostümbild e.V.: <http://v-sk.de>

Deutscher Bühnenverein – Bundesverband der Theater und Orchester:
www.buehnenverein.de

5.11.13 Kunstgewerbler

Prinzenkleider besticken, Uniformen bedrucken oder Indianergewänder mit Perlen schmücken – für die Verzierungen der Theaterkostüme und Accessoires sind die Kunstgewerbler zuständig.

Berufsbild

Kunstgewerbler arbeiten am Theater und schmücken Kostüme oder stellen Schmuck her. Neben klassischen Verzierungen wie Stickereien, Perlen und Pailletten hantieren sie für manche Kleidung auch mit außergewöhnlichen Werkstoffen. Für moderne Theaterinszenierungen werden zum Beispiel gerne Industriematerialien oder Abfall, wie alte Verpackungen, genommen. Kunstgewerbler verzieren aber nicht nur, sie sollten mit jeder handwerklichen Textiltechnik umgehen können. Dazu gehören auch Techniken, die heutzutage aufgrund der Industrialisierung gar nicht mehr professionell angewendet werden, wie beispielsweise Weben und Klöppeln. Aber auch Klassiker wie Häkeln und Stricken werden im Berufsalltag oft gebraucht.

Allerdings haben nur große Theater einen eigenen Kunstgewerbler, in kleineren Spielstätten wird diese Arbeit oft von Kostümbildnern oder Schneidern übernommen.

Voraussetzungen

Angehende Kunstgewerbler sollten auf jeden Fall handwerklich begabt sein, da in diesem Beruf viele unterschiedliche Techniken beherrscht werden müssen. Ebenso sollten sie Interesse an Kunst- und Kostümgeschichte haben, da sie sich auch mit historischen Kostümen auseinandersetzen müssen.

Ausbildung

Eine spezielle Ausbildung zum Kunstgewerbler existiert nicht mehr. Wer diesen Beruf ergreifen möchte, sollte am besten eine textile Ausbildung machen, z. B. zum Schneider. Aber auch andere handwerkliche Ausbildungen, wie beispielsweise als Goldschmied, können hilfreich sein, ebenso ein Studium an einer Kunstakademie zum Kostümbildner.

Weiterführender Link:

Deutscher Bühnenverein – Bundesverband der Theater und Orchester:
www.buehnenverein.de

5.11.14 Maskenbildner

Hexennasen ankleben, künstliche Falten schminken oder Platzwunden ohne Gewalteinwirkung zaubern – der Beruf des Maskenbildners ist vielseitig. Bei Film und Theater bereiten sie die Schauspieler optisch auf besondere Rollen vor.

Berufsbild

Die Aufgaben eines Maskenbildners beinhalten sowohl künstlerische als auch handwerkliche Elemente. Wenn es beispielsweise darum geht, phantastische Ungeheuer wie Orks entstehen zu lassen, sind seiner Kreativität kaum Grenzen gesetzt. Damit aus den Entwürfen letztendlich aber auch zwei- oder sogar dreidimensionale Masken werden, muss er auch mit Schere, Nadel, Faden und Pinsel umgehen können. Darüber hinaus muss sich der Maskenbildner mit den unterschiedlichsten Schmink- und Frisurtechniken auskennen. Denn ob er am Theater oder beim Film arbeitet, macht sich beim Schminken durchaus bemerkbar. Wer für die Bühne schminkt, tunkt den Pinsel schon mal tiefer in den Farbtopf, damit die Augen und Lippen der Schauspieler auch noch aus der letzten Zuschauerreihe attraktiv oder bedrohlich aussehen. Dafür muss großzügig Make-up aufgetragen werden, kleine Details fallen nicht so sehr ins Gewicht. Anders hingegen beim Film. Hier soll der Schauspieler auch dann noch einen perfekten Teint haben, wenn der Kameramann für eine Nahaufnahme ganz dicht an das Gesicht heran zoomt. Auch um Haare aller Art, also Frisuren, Bärte oder außergewöhnliche Armbehaarungen, kümmern sich Maskenbildner. Perückenknüpfen gehört ebenfalls zu den Tätigkeiten. Maskenbildner arbeiten meist nach den Vorgaben der Kostümbildner, damit die Maske zur Kleidung passt. An großen Theatern kann der berufliche Werdegang zum Chefmaskenbildner führen, der zusätzlich koordinierende und kaufmännische Aufgaben übernimmt.

Voraussetzungen

Handwerkliches Geschick, Kreativität und Konzentrationsfähigkeit sind drei wesentliche Voraussetzungen, die ein angehender Maskenbildner mitbringen sollte. Um Entwürfe erstellen zu können, sollte er zeichnen und malen können, für die Umsetzung muss er auch mit plastischen Materialien umgehen können. Englischkenntnisse sind hilfreich, wenn etwa eine Zusammenarbeit mit ausländischen Schauspielern ansteht. Wie im Prinzip alle Theatermitarbeiter, sollte auch ein Maskenbildner stressresistent und teamfähig sein. Er sollte darüber hinaus auch sehr belastbar sein, denn eine Arbeitswoche für Maskenbildner hat selten nur 40 Stunden, lange Schichtarbeit von 12 bis 14 Stunden ist oft Standard. Auch körperlich sollte man fit sein, zum Beispiel nicht unter Rückenbeschwerden oder Allergien der Haut und Atemwege leiden, um den Beruf gut ausüben zu können. Wer später einmal selbstständig als Maskenbildner arbeiten möchte, sollte sich auch betriebswirtschaftliches Wissen aneignen.

Ausbildung

Mindestens vier verschiedene Wege führen zum Beruf des Maskenbildners: eine duale Berufsausbildung, eine schulische Ausbildung, der Besuch einer privaten Maskenbildnerschule oder ein Studium. Die duale Berufsausbildung ist staatlich anerkannt und dauert drei Jahre, sie findet abwechselnd in der Berufsschule und der Ausbildungsstätte (beispielsweise am Theater) statt. Deutschlandweit gibt es jedoch nur wenige Berufsschulen für diesen Beruf, etwa in Baden-Baden, Berlin, Hamburg und Köln. Bei einer schulischen Ausbildung lernen die Schüler das praktische Handwerkszeug bei Projektarbeiten und in schulinternen Schminkräumen. Von den Bewerbern wird in der Regel ein Hauptschulabschluss erwartet. Bei späteren Bewerbungen werden jedoch Absolventen mit mindestens mittlerem Bildungsabschluss bevorzugt eingestellt. Ein Pluspunkt kann eine zusätzliche Ausbildung zum Friseur, Visagisten oder Kosmetiker sein. Ebenso wie die staatliche Berufsausbildung dauert auch die Ausbildung an privaten Maskenbildnerschulen meist drei Jahre. Anfallende Schulgebühren müssen die Schüler selbst aufbringen. Wer Maskenbild studieren will, kann sich beispielsweise an der Hochschule für Bildende Künste in Dresden oder an der Bayerischen Theaterakademie in München umsehen.

Weiterführende Links:

Bundesvereinigung Maskenbild e.V.: www.maskenbildner.org

Berufsbild beim Bayerischen Rundfunk: www.br.de/fernsehen/br-alpha/sendungen/ich-machs/im-maskenbildner100.html

Deutscher Bühnenverein – Verband der Theater und Orchester:
www.buehnenverein.de

5.11.15 Modist

Mit breiter Krempe, bunten Federn oder klassisch schwarz: handgefertigte Hüte sind oft ein kleines Meisterwerk. Angefertigt werden sie von Modisten, die für die Bühne die ausgefallensten Kreationen herstellen.

Berufsbild

Ein Modist kümmert sich ausschließlich um Kopfbedeckungen für Damen. Für die Herren ist der Hutmacher zuständig, wobei dort die Hüte nicht mehr handgefertigt, sondern maschinell gepresst werden. Die ersten Arbeitsschritte eines Modisten beginnen mit einem Entwurf und der Materialauswahl, zum Beispiel ob es Leder, Stroh, Stoff oder Filz werden soll. Wenn er sich je nach Anlass für einen Entwurf entschieden hat, muss er die Maße des Schauspielers nehmen, damit der Hut später nicht vom Kopf rutscht. Anschließend schneidet er das Material entsprechend zu und beginnt, den Hut in die richtige Form zu bringen. Filz zum Beispiel, wird dafür erst über Dampf erhitzt und über eine passende Form aus Holz gestülpt, wo er dann festgesteckt zur endgültigen Form trocknet. Im Anschluss folgt die Verzierung des Hutes, mit Bändern, Perlen, Federn oder sonstigen Accessoires. Außer Hüten fertigen Modisten auch Mützen, Kappen, Brautgestecke, Haarreifen oder schmuckvolle Haarspangen. Neben der Arbeit am Theater, die oftmals den größten kreativen Freiraum erlaubt, sind Modisten zudem im Handwerk selbstständig tätig. Es gibt auch die Möglichkeit, in der Industrie Prototypen für eine anschließende Serienfertigung zu entwerfen.

Voraussetzungen

Handwerkliches Geschick sollten angehende Modisten auf jeden Fall mitbringen, denn um aus nassem Filz einen eleganten Hut mit Verzierungen zu zaubern, braucht es ein begabtes Händchen. Auch In-

teresse an neuen Modetrends ist gefragt, um zu aktuellen Kollektionen eine passende Kopfbedeckung kreieren zu können. Da der Modist seine eigenen Entwürfe und Skizzen zu Papier bringt, sollte er neben kreativen Ideen ein gewisses zeichnerisches Talent mitbringen. Nicht zu vergessen ist auch Kommunikationsfreude, um den Regisseur im Theater oder den Kunden richtig zu beraten.

Ausbildung

Modist ist ein staatlich anerkannter Ausbildungsberuf in Handwerk und Industrie und setzt bundesweit eine dreijährige Lehrzeit voraus. Sie schließt mit der Gesellenprüfung ab und kann mit einer anschließenden Meisterausbildung fortgesetzt werden.

Weiterführende Links:

Ausbildungsinformationen der Agentur für Arbeit:

<http://berufenet.arbeitsagentur.de/berufe/?dest=profession&prof-id=3353>

Deutscher Bühnenverein – Verband der Theater und Orchester:

www.buehnenverein.de

5.11.16 Puppenspieler

Sie haben im wahrsten Sinne die Fäden in der Hand. Mit flinken Fingern lassen sie die Prinzessin tanzen, den Ritter kämpfen oder einen Drachen über die Bühne fliegen.

Berufsbild

Von der sogenannten Spielbrücke aus führt der Puppenspieler die Holzmarionette auf der Bühne. Meist steht er dazu in gebückter Haltung über dem Bühnenraum, zieht hier und dort an den Fäden und bewegt dadurch Kopf, Arme oder Beine der Figur. Dabei ist Körpereinsatz gefragt, bei den Proben oft stundenlang. Denn Arme und Hände müssen stets kontrolliert bewegt werden und auch die Füße sollen in rhythmischen kleinen Schritten aufsetzen, um möglichst echt zu wirken. Oberstes Gebot: Die Schnüre dürfen sich nicht verheddern – weder die der eigenen Figur noch die von mitspielenden Figuren auf der Bühne. Sollte es doch einmal geschehen, muss schnell die Schere gezückt werden.

Der Puppenspieler arbeitet aber nicht nur mit den Händen, sondern auch mit seiner Stimme. Er spricht die Figuren je nach Charakter

dunkel und bedrohlich wie einen Räuber oder zart und lieblich wie die Prinzessin. Auf Marionettenbühnen wird auch nicht nur Kasperltheater aufgeführt, auch Mozarts Zauberflöte, Shakespeare-Dramen oder sogar moderne Stücke werden gern inszeniert. Neben Theaterbühnen gibt es für Puppenspieler auch die Möglichkeit, bei Film und Fernsehen zu arbeiten, zum Beispiel für Kindersendungen mit großen Kuscheltierfiguren.

Voraussetzungen

Da sich ein Puppenspieler viel bewegen muss, ist eine gute körperliche Verfassung Voraussetzung. Mit wenigen Handbewegungen muss ein angehender Puppenspieler Dinge und Figuren zum Leben erwecken können. Bei den Aufnahmeprüfungen für ein Puppenspielstudium werden daher ausdrucksstarkes Schauspiel, fantasievolle Darstellung, Improvisationstalent und eine gute Stimme erwartet.

Ausbildung

In der Regel führt ein Studium in den Beruf des Puppenspielers. Grundlage dafür sind die Hochschulreife (allgemein oder fachgebunden) und das Bestehen einer Aufnahmeprüfung. Puppenspiel kann an der Hochschule für Schauspielkunst Ernst Busch in Berlin und an der Staatlichen Hochschule für Musik und Darstellende Kunst in Stuttgart studiert werden. Das Studium dauert jeweils acht Semester und schließt mit einem Diplom oder Bachelor ab. Allgemein zugängliche Puppenspielkurse werden vom Figurentheater-Kolleg in Bochum angeboten.

Weiterführende Links:

Puppenspiel-Portal: <http://puppenspiel-portal.eu>

Studiengang in Stuttgart: www.mh-stuttgart.de/studium/studiengaenge-darstellende-kunst-figurentheater-oper-schauspiel-sprechkunst

Studiengang in Berlin: www.hfs-berlin.de/puppenspielkunst/studium

5.11.17 Referent des Intendanten

Er ist die rechte Hand des Intendanten und dessen engster Vertrauter. Er arbeitet ihm in künstlerischen, technischen, administrativen und wirtschaftlichen Angelegenheiten zu und steht ihm beratend zur Seite. Wie der Intendant selbst, kann auch der Referent des Intendanten in Theater, Oper oder Rundfunkanstalt tätig sein.

Berufsbild

Je nach Arbeitsort können seine Aufgaben variieren, sein Hauptziel aber ist die Entlastung des Intendanten. Meist kümmert er sich um betriebswirtschaftliche und administrative, also verwaltungstechnische, Tätigkeiten. Dabei erarbeitet er Strategiepläne, schließt Verträge mit Partnern und kümmert sich darum, dass alle relevanten Gremien und Gesellschafter in wichtige Entscheidungen mit einbezogen werden. Gegenüber der Öffentlichkeit übernimmt er, stellvertretend für den Intendanten, repräsentative Aufgaben. Er arbeitet selbstständig, jedoch in enger Abstimmung mit dem Intendanten.

Bei künstlerischen Institutionen, wie einem Theater, ruft er Projekte ins Leben, plant und leitet diese. Das können beispielsweise Gastspiele im Ausland oder Kooperationsprojekte mit anderen Spielstätten sein. Die Kommunikation ist ein großes Aufgabenfeld, denn er vermittelt zwischen den einzelnen Abteilungen innerhalb des Betriebs und extern zwischen Gästen, Entscheidungsgremien und Partnern. In manchen Einrichtungen gehört auch die Drittmittelakquise zu seinen Aufgaben. Das bedeutet, er informiert sich über aktuelle Förderprogramme, stellt Anträge, kümmert sich um Sponsoren und rechnet Projektgelder ab.

Voraussetzungen

Da der Referent des Intendanten viele administrative und kaufmännische Aufgaben ausführt, sind betriebswirtschaftliche Kenntnisse entscheidend. Ebenso wichtig sind auch langjährige Berufserfahrung und fachliche Kompetenz im jeweiligen Bereich, also Journalismus, Theater oder Musik. Um anstehende Aufgaben und Probleme im Tagesgeschäft sicher angehen zu können, ist lösungsorientiertes und strukturiertes Arbeiten gefragt. Da die Entscheidungen oft von großer Tragweite sind, muss der Referent des Intendanten in jedem Fall verantwortungsbewusst sein und bereichsübergreifendes Denkvermögen mitbringen. Marketingkenntnisse und Wissen um die öffentliche Kulturfinanzierung sind ebenfalls von Vorteil. Des Weiteren werden häufig noch Teamgeist, Sicherheit im Umgang mit Menschen, Engagement und die Bereitschaft zu theaterüblichen Arbeitszeiten verlangt. Nicht zuletzt spielen auch eine stilsichere Schreibweise und Fremdsprachenkenntnisse (mindestens Englisch) eine Rolle.

Ausbildung

Um Referent des Intendanten zu werden, gibt es keinen speziellen Ausbildungs- oder Berufsweg. Auch eine direkte Bewerbung ist oft wenig sinnvoll, da ein Intendant sich seinen Referenten selbst sucht, meist kennt er ihn bereits seit einigen Jahren. Da die beiden sehr eng zusammen arbeiten, müssen sie untereinander gut harmonieren. Nur wenige Institutionen schreiben diese Stelle offen aus. Gute Voraussetzungen für eine Tätigkeit als Referent des Intendanten sind ein Studium der Germanistik, Kunstgeschichte, Literatur- oder Theaterwissenschaft, Musik, Regie oder Journalismus. Aber auch ein wirtschaftswissenschaftliches Studium, wie beispielsweise Kulturmanagement, vermittelt wertvolles Wissen. Im Anschluss sollte man mehrere Jahre Berufserfahrung im entsprechenden Bereich sammeln.

5.11.18 Requisiteur

Soll die Biedermeier-Vase vor dem Wasserkrug stehen? Und was ist mit dem weißen Telefon mit der Wählscheibe, auf den Couchtisch damit? Rieselt der Schnee hinter dem Fenster nur leicht, oder soll es große Flocken heran wehen? Funktioniert der Schnitt überhaupt, wenn der Tisch so positioniert ist? Für alle diese Fragen ist der Requisiteur zuständig, der bisweilen auch Assistenzassistent genannt wird. Erst, wenn alles an seinem Platz ist, kann die Vorstellung oder der Dreh beginnen.

Berufsbild

Requisiteure sind in der Ausstattung bei Film und Fernsehen oder am Theater tätig. Sie statten nach Angaben des Bühnen-, Szenen- oder Kostümbildners sowie des Regisseurs eine Produktion mit Requisiten und Effekten aus. Dafür erstellen sie ganz zu Beginn anhand des Drehbuchs eine Liste mit allen benötigten Gegenständen, die nicht zum Kostüm gehören. Auch die Besorgung dieser Dinge, sei es aus dem Fundus, einem Antiquariat oder einfach aus dem Supermarkt, gehört zu ihren Tätigkeiten. Sie pflegen diese und fertigen mitunter auch selbst Requisiten an. In der Regel steht ihnen hierfür ein Budget zur Verfügung, in das sie sowohl Beschaffung, Transport als auch Rücklieferung oder Lagerung der Gegenstände einkalkulieren müssen.

Beim Dreh oder der Vorstellung richten Requisiteure die Szenen ein – sei es für eine Oper, Talkrunde oder Gameshow. Kommen bestimmte Requisiten wie etwa Waffen, Tiere oder Spezialeffekte zum Einsatz, müssen sie nicht nur die Qualitätsanforderung und entsprechende Rechtsvorschriften beachten, sondern den Schauspielern auch die richtige Handhabung demonstrieren.

Voraussetzungen

Es ist eine handwerkliche Arbeit, die Kreativität, technisches Verständnis und Geschick voraussetzt. Requisiteure sollten ebenfalls gut improvisieren und organisieren können, um z. B. nicht beschaffbare Gegenstände durch ähnliche ersetzen zu können oder die Budgetplanung einzuhalten. Körperliche Fitness und Flexibilität sind von Vorteil, da oft schwere Dinge transportiert werden müssen. Gegebenenfalls sind auch Spezialkenntnisse, beispielsweise in der Pyrotechnik, für die Herstellung besonderer Effekte erforderlich.

Ausbildung

Requisiteur ist ein Berufsbild, das in der Weiterbildung angesiedelt ist. Medienakademien und IHK-Bildungszentren bieten hierzu fünf- bis zehnmonatige Kurse an, die mit der Berufsbezeichnung „Geprüfte/r Requisiteur/in“ abschließen. Um die Aufnahmekriterien für einen Kurs zu erfüllen, muss man vorher eine Ausbildung erfolgreich abgeschlossen haben, idealerweise als „Fachkraft für Veranstaltungstechnik“ oder als „Dekorateur“. Anschließend sollte noch eine Berufspraxis von ein bis zwei Jahren folgen. Ein Zugang ist allerdings auch möglich, wenn man mindestens fünf Jahre Berufspraxis in der Ausstattung vorzuweisen hat, zum Beispiel als Raumausstatter, Tischler, Maler, Lackierer oder Schlosser. Die Lehrgangsgebühren für eine Weiterbildung zum Requisiteur liegen zwischen 2500 Euro und 3000 Euro. Theater und Fernsehsender sowie Produktionsfirmen bieten auch zweijährige Volontariate zur Ausbildung als Requisiteur an, aber die Plätze sind rar.

Weiterführender Link:

Verband der Berufsgruppen Szenenbild und Kostümbild e.V.: www.v-sk.de

5.11.19 Rüstmeister

Bevor auf der Bühne die erbitterte Fehde zwischen verfeindeten Lagern ausbrechen kann, müssen die Kämpfer erst mit Waffen und Rüstungen ausgestattet werden. Das ist die Aufgabe des Rüstmeisters.

Berufsbild

In Abstimmung mit dem Regisseur und Bühnenbildner sucht der Rüstmeister die benötigten Waffen, oder auch Metallrequisiten wie Rüstungen und Helme, zusammen oder fertigt sie an. Historische Waffen, Attrappen moderner Gerätschaften und reine Theaterwaffen lagern in seinen Regalen und warten darauf, zum Einsatz zu kommen. Um Unfälle und Verletzungen zu vermeiden, ist seine Waffensammlung jedoch nicht echt oder gefährlich. Wenn spitze Geräte, wie Speere oder Mistgabeln, benötigt werden, ist es die Aufgabe des Rüstmeisters, sie vor Gebrauch stumpf zu machen. Er muss den Waffeneinsatz auf der Bühne auch dokumentieren.

Ganz und gar ungefährlich ist das Anfertigen von Metallkonstruktionen für Reifröcke, auf die vom Damenschneider gefertigte Barock-, Rokoko- oder Fantasiekostüme gestülpt werden. Auch für Kopfbedeckungen wie Kränze, Kronen oder Diademe fertigt der Rüstmeister den Unterbau an oder sogar gleich den gesamten Kopfschmuck. Grob gesagt ist er also für alles zuständig, was für Kostüme gebraucht wird, jedoch nicht aus Stoff ist. Außerdem ist der Rüstmeister auch für die Pyrotechnik auf der Bühne zuständig. Also wenn es kracht, knallt oder blitzt, dann hat er seine Hände mit im Spiel. Angesiedelt ist der Beruf des Rüstmeisters in der Kostümabteilung eines Theaters. An kleinen Theatern gibt es meist keinen eigenen Rüstmeister, dort übernehmen Requisiteur oder Bühnenhandwerker dessen Tätigkeiten.

Voraussetzungen

Wer Rüstmeister werden will, sollte in jedem Fall handwerkliches Geschick und Interesse an Waffen- und Rüstungskunde mitbringen. Da in diesem Beruf viel mit gefährlichen Gegenständen wie Waffen, Feuerwerkskörpern oder Chemikalien hantiert wird, ist zuverlässiges und verantwortungsvolles Arbeiten eine weitere Grundvoraussetzung. Darüber hinaus sollte sich ein angehender Rüstmeister auch

mit Kunst- und Kostümgeschichte auskennen, um die Schauspieler mit den zur Epoche gehörigen Waffen auszustatten.

Ausbildung

Früher gab es eine eigene Ausbildung zum Rüstmeister, heute führt der Weg in den Beruf über eine Ausbildung zum Schlosser, Goldschmied oder Schreiner. Für die Arbeit am Theater können auch Weiterbildungen, z. B. in der Metallgestaltung und -verarbeitung, nützlich sein. Auch der Beruf des Requisiteurs kann eine Grundlage sein, um sich anschließend an die Aufgaben des Rüstmeisters zu wagen.

Weiterführende Links:

Deutscher Bühnenverein – Verband der Theater und Orchester:

www.buehnenverein.de

Berufsbild Metallgestalter der Bundesagentur für Arbeit: <http://berufenet.arbeitsagentur.de/berufe/docroot/r1/blobs/pdf/bkb/35203.pdf>

5.11.20 Souffleur

Der Souffleur ist in den meisten Fällen eine Souffleuse. Sie hat ihren ‚Auftritt‘, wenn die Schauspieler oder Sänger ihren Text vergessen. Damit der ‚Hänger‘ nicht auffällt, flüstert sie den passenden Text zu und schon kann die Vorstellung reibungslos weitergehen. Dass meist Frauen diesen Beruf ausüben, liegt an der höheren Frequenz weiblicher Stimmen. Sie werden schlichtweg besser gehört, besonders über Hintergrundgeräusche hinweg.

Berufsbild

Souffleure arbeiten von Beginn der Proben an mit. Sie führen Buch über besondere Problemstellen der Schauspieler, markieren diese in ihrem Text und üben mit den Darstellern während der Proben. Ähnlich wie ein Dirigent muss die Souffleuse ahnen, wann es haken könnte und unterscheiden, ob es sich um eine Kunstpause oder einen Texthänger handelt. Während der Vorstellungen sind solche Aussetzer allerdings selten, vielmehr übernehmen Souffleure dabei die Funktion der psychologischen Stütze. Die Darsteller wissen, dass nichts passieren kann, weil im Notfall jemand beim Text nachhilft. Während im Theater dabei nur fehlende Sätze zugeflüstert werden, übernimmt die Souffleuse in der Oper noch eine weitere Funktion:

Sie hat die Partitur, die Noten des Stücks für Orchester und Sänger, vor sich liegen und muss die Solisten auch auf die richtigen Einsätze aufmerksam machen.

Eine Leselampe und das Text- bzw. Notenbuch sind das einzige Werkzeug einer Souffleuse. Der klassische Arbeitsplatz, der aber immer mehr verdrängt wird, ist ein Kasten, der am vorderen Bühnenrand so tief eingelassen ist, dass man gerade noch die Bühne überblicken kann. Dadurch soll die Souffleuse direkten Augenkontakt zum Schauspieler haben und vom Publikum möglichst nicht gesehen oder gehört werden. Mittlerweile hält aber auch in den Theatern die moderne Technik Einzug, so dass die Souffleuse oft hinter dem Seitenvorhang sitzt und per Funkmikrofon den Darstellern einflüstert. An einigen Spielstätten sitzen die Souffleure auch in der ersten Reihe, sichtbar für die Zuschauer. Dies liegt daran, dass das Bühnenbild immer aufwändiger und raumgreifender wurde, selbst Platz für einen kleinen Kasten wollen nur noch wenige Regisseure einräumen.

Voraussetzungen

Neben einer belastbaren Stimme benötigt eine Souffleuse starke Konzentrationsfähigkeit, weil sie die ganze Vorstellung höchst aufmerksam bleiben muss. Sie braucht auch viel Geduld, Einfühlungsvermögen und Menschenkenntnis, um die Pausen der Akteure richtig zu deuten. Souffleure müssen die Gelassenheit aufbringen, die dem unter Lampenfieber leidenden Schauspieler zuweilen fehlt. Auch ein dickes Fell ist nützlich, um gereizte Reaktionen gestresster Darsteller und Regisseure aushalten zu können. Als Opernsouffleur braucht man außerdem gute Notenkenntnisse, um dem Klavierauszug folgen zu können.

Ausbildung

Souffleure sind typische Quereinsteiger, einen Ausbildungsweg gibt es für diesen Beruf nicht. Der Job eignet sich vor allem für ehemalige Schauspieler oder Sänger. In jedem Fall sollte man vorher am Theater gearbeitet haben, um den Betrieb zu kennen und zu wissen, worauf man sich einlässt. Wer Interesse hat, wendet sich am besten direkt an ein Theater und erkundigt sich nach Möglichkeiten, in den Beruf hineinzuschnuppern.

Weiterführende Links:

Deutscher Bühnenverein – Verband der Theater und Orchester:

www.buehnenverein.de

kultiversum – die Kulturplattform: www.kultiversum.de/Theaterheute/

[Akteure-Souffleusen-Fluestern-war-gestern.html](http://www.kultiversum.de/Theaterheute/Akteure-Souffleusen-Fluestern-war-gestern.html)

5.11.21 Technischer Direktor

Der Technische Direktor, auch Technischer Leiter genannt, leitet die Bühnen- und Veranstaltungstechnik einer Theaterbühne oder Filmproduktion. In dieser Führungsposition weist er beispielsweise Bühnenhandwerker oder Beleuchter an.

Berufsbild

Er ist für die gesamten technisch-organisatorischen Abläufe zuständig, die vor, während und nach den Vorstellungen und Proben anfallen. Gemeinsam mit dem Regisseur und Bühnenbildner bespricht, plant und prüft er die Inszenierungsideen und Vorschläge für das Bühnenbild. Dabei achtet er nicht nur auf die technische, sondern auch die finanzielle Umsetzbarkeit. Er prüft also, ob der Entwurf mit den technischen Gegebenheiten der Bühne funktioniert und ob die Umsetzung mit dem vorgegebenen Budget überhaupt möglich ist. Steht ein erster Bühnenbildentwurf, lässt er bei der sogenannten Bauprobe auf der Bühne testen, ob dieser tatsächlich praktikabel ist oder ob noch nachgebessert werden muss. Anschließend bespricht er mit den jeweiligen Werkstätten, welche Bühnenausstattung und Spezialanfertigungen sie bauen sollen – beispielsweise einen Kühlschrank ohne Kühlaggregate, eine Kiste mit doppeltem Boden oder einen Stuhl, der auf Knopfdruck zusammenbricht.

Beim Auf- und Abbau der Kulissen kümmert er sich um einen reibungslosen Ablauf und überprüft, ob alles ordnungsgemäß eingerichtet ist. Grundsätzlich ist er dafür verantwortlich, dass Sicherheitsvorschriften, wie etwa Brandschutzbestimmungen, eingehalten werden. Als Vorgesetzter verantwortet er auch die Dienst- und Personalplanung der technischen Mitarbeiter. Darüber hinaus ist er für die Transportlogistik zuständig, beispielsweise wenn ein Instrument zur Restauration in eine externe Werkstatt gebracht und wieder abgeholt werden muss.

Technischer Assistent

Er ist die rechte Hand des Technischen Direktors. In dieser Funktion trägt er Mitverantwortung für die Organisation in allen technischen Abteilungen eines Theaters. Zu seinen alltäglichen Aufgaben zählt es, Einkäufe zu tätigen, Bestellungen aufzugeben, Transporte zu organisieren und sich um sicherheitsrelevante Belange wie den Feuerchutz im Theater zu kümmern. Den Technischen Direktor entlastet er dadurch, dass er sich beispielsweise um den Bühnenaufbau und die Bühnenbildpläne kümmert. Darüber hinaus organisiert er Arbeiten im Foyer. An großen Spielstätten sind unter Umständen mehrere Technische Assistenten engagiert – jeweils für unterschiedliche Aufgabenbereiche, wie beispielsweise Konstruktion.

Voraussetzungen

Da der Technische Direktor viel mit Menschen zusammenarbeitet, muss er in jedem Fall sozialkompetent und kommunikativ, aber auch durchsetzungsfähig sein. Außerdem muss er auch in stressigen Phasen belastbar bleiben und im Team arbeiten können. Künstlerisches Verständnis ist wichtig, um die Vorstellungen des Regisseurs und Bühnenbildners umsetzen zu können. Auf flexible Arbeitszeiten muss er sich, ebenso wie alle anderen Mitarbeiter eines Theaters, einstellen.

Ausbildung

Da der Beruf des Technischen Direktors eine Führungsposition ist, beginnt der berufliche Werdegang zuerst mit anderen Tätigkeiten und Ausbildungen. Denkbar ist etwa ein abgeschlossenes Ingenieurstudium und zusätzliche Theatererfahrung oder ein Studium der Theatertechnik. Weiterhin ist auch ein Studium in den Bereichen Medien- und Multimediatechnik, Ton-, Bild- oder Veranstaltungstechnik eine sinnvolle Grundlage. Aber auch die Ausbildung zum Meister für Veranstaltungstechnik mit der Fachrichtung Bühne oder Beleuchtung ist hilfreich. Bei vielen Stellenausschreibungen wird eine mehrjährige Berufserfahrung erwartet, wobei der Bewerber bereits Führungsaufgaben übernommen haben sollte.

5.11.22 Theaterpädagoge

Shakespeare rezitieren oder in andere Rollen schlüpfen und dabei doch zu sich selbst finden – Theaterpädagogen bringen Kindern und Erwachsenen die Magie des Theaters näher.

Berufsbild

Theaterpädagogen bringen Menschen zum Theaterspielen – im Kindergarten, in der Schule, in Abendkursen an der Volkshochschule oder in eigenen Theatergruppen. Ein Theaterpädagoge ist einerseits dafür zuständig, Laien die Kunst des Theaters näher zu bringen. Dies geschieht beispielsweise dann, wenn er Einführungen zu bestimmten Stücken im Theater anbietet oder Begleitkurse an Schulen dazu veranstaltet. Andererseits nutzt er das Theater aber auch als Mittel für die pädagogischen Ziele seiner Arbeit. Dafür lässt er die Teilnehmer selbst spielen. Es geht dabei nicht darum, perfektes oder professionelles Theater zu machen, vielmehr wird so die Chance geboten, spielerisch die eigene Persönlichkeit zu erweitern und Vorurteile abzubauen. Es ist manchmal auch gleich, ob das eingeübte Stück vor Publikum aufgeführt oder nur von der eigenen Gruppe gesehen wird. Auch Ängste können auf diese Weise überwunden werden, weshalb einige Theaterpädagogen in Rehabilitationszentren für Jugendliche oder Erwachsene tätig sind. Zwar arbeitet ein Theaterpädagoge in der Mehrzahl der Fälle mit Kindern oder Jugendlichen, aber auch für Erwachsene gibt es immer mehr Einsatzbereiche. Von Unternehmen können Theaterpädagogen beispielsweise für Teambuilding-Seminare gebucht werden.

Theaterpädagogen arbeiten sowohl festangestellt, beispielsweise in pädagogischen Einrichtungen oder bei Theatern selbst, oder sind freiberuflich tätig und bieten Workshops an.

Voraussetzungen

Ein Theaterpädagoge muss sowohl künstlerisch als auch pädagogisch arbeiten, sollte also aus beiden Bereichen gewisse Fähigkeiten mitbringen. Er sollte auf jeden Fall sehr theaterinteressiert sein und eine große Sozialkompetenz besitzen, das heißt gut und einfühlsam mit Menschen umgehen können. Organisatorische Fähigkeiten zählen sich besonders in der Selbstständigkeit aus.

Ausbildung

Der Zugang zum Beruf des Theaterpädagogen ist nicht einheitlich geregelt, viele unterschiedliche Kurse bieten an, zu dieser Tätigkeit zu führen. Zwei Ausbildungswege haben sich aber in der Praxis bewährt und sind besonders zu empfehlen: erstens eine Ausbildung beim Bundesverband Theaterpädagogik und zweitens der Studiengang Theaterpädagogik. Dieser wird als Bachelor an der Hochschule Osnabrück und als Master an der Universität der Künste in Berlin angeboten. Interessierte Lehramtsstudenten können sich ebenfalls in der Theaterpädagogik weiterbilden lassen, mit dem Fach Darstellendes Spiel als Zusatzqualifikation nach dem Ersten Staatsexamen.

Weiterführender Link:

Bundesverband Theaterpädagogik: www.butinfo.de

5.11.23 Verwaltungsdirektor

Nicht ganz so kreativ wie der Regisseur, aber nicht weniger wichtig für eine Spielstätte: der Verwaltungsdirektor. An Theater-, Schauspiel- und Opernhäusern sowie Rundfunkanstalten ist er für alle betriebswirtschaftlichen und juristischen Angelegenheiten zuständig.

Berufsbild

Der Verwaltungsdirektor ist für die Finanzen und somit die Wirtschaftlichkeit einer Institution verantwortlich. Je nach Rechts- und Organisationsstruktur wird er auch als Kaufmännischer Direktor oder Geschäftsführender Direktor bezeichnet. Er entscheidet, wo die zur Verfügung stehenden Gelder investiert werden oder wo das Budget gekürzt werden muss. Er strukturiert den Haushalt und überprüft, ob alle Einnahmen und Ausgaben ordnungsgemäß in der Buchführung aufgelistet werden. Außerdem beantragt er Fördergelder oder sucht Sponsoren. Auch juristische Aufgaben fallen in seinen Tätigkeitsbereich, beispielsweise wenn es um GEMA-Gebühren, Arbeits- oder Tarifverträge geht. Er arbeitet eng mit dem Intendanten zusammen und entscheidet gemeinsam mit ihm über die Gagen der Schauspieler oder generell über personelle Besetzungen. In manchen Häusern steht er mit dem Intendanten sogar auf der gleichen hierarchischen Stufe

oder ist zumindest dessen direkter Vertreter. Er bildet eine Art Schnittstelle zwischen künstlerischen Vorstellungen und finanziellen Möglichkeiten und versucht, zwischen diesen beiden Polen eine Balance zu finden.

Arbeitsmöglichkeiten gibt es für ihn an allen künstlerischen Spielstätten und im Medienbereich bei Rundfunkanstalten. Seine Tätigkeit ist aber nicht unbedingt an die Medienbranche gebunden. Daher kann er auch in größeren Unternehmen arbeiten und sich dort um kaufmännische und juristische Angelegenheiten kümmern.

Voraussetzungen

Juristisches und kaufmännisches Wissen sind die Hauptbestandteile seiner Arbeit, daher sollten angehende Verwaltungsdirektoren sich in diesen Bereichen auskennen. Weil sie oft zwischen künstlerischen und finanziellen Interessen vermitteln müssen, sind in diesem Beruf auch Verhandlungsgeschick, Diplomatie und künstlerisches Verständnis gefragt. Außerdem sollten Interessenten genau und präzise arbeiten können, da sie viele Abrechnungen anfertigen müssen.

Zudem muss ein Verwaltungsdirektor gut organisieren und im Team arbeiten können sowie sich mit Schwachstellenanalysen auskennen. Auch mit den Themenbereichen Marketing, Öffentlichkeitsarbeit und Werbung sollte er vertraut sein, um Strategien zur Steigerung der Besucherzahlen ausarbeiten zu können. Da der Verwaltungsdirektor eine Führungsposition bekleidet, sollte er Durchsetzungsvermögen und Entscheidungsfähigkeit mitbringen, um auch schwierige persönliche, organisatorische oder finanzielle Fragen klären zu können.

Ausbildung

Zum Beruf des Verwaltungsdirektors führt kein direkter Ausbildungsweg. Meist sind es Kulturmanager, Juristen oder Betriebswirte, die durch eine Beförderung zu dieser Position aufsteigen. (Vgl.: <http://www.buehnenverein.de/de/...ausbildung/32.html?view=52>) Weil es eine Führungsposition ist, sind dafür mehrere Jahre Berufserfahrung im Kulturbetrieb erforderlich. Als Quereinsteiger in diesen Beruf zu gelangen, ist keine Seltenheit. Auch Verwaltungsfachleute, die bereits an einem Theater gearbeitet haben, bringen gute Voraussetzungen für diesen Beruf mit.

Wer sich durch ein Studium auf diesen Beruf vorbereiten möchte, sollte sich im Bereich Kulturmanagement, Jura oder Betriebswirtschaft umsehen.

5.11.24 Werkstattleiter

Vom ersten Entwurf bis hin zum aufgebauten Bühnenbild bei der Aufführung: der Werkstattleiter eines Theaters begleitet den gesamten Entstehungsprozess der Bühnengestaltung. Übergeordnet koordiniert und plant er die Arbeiten der einzelnen Theaterwerkstätten und ist dafür verantwortlich, dass sowohl der Zeit- als auch der Finanzrahmen eingehalten werden.

Berufsbild

Sein Arbeitsfeld ist breit gefächert: Er kümmert sich sowohl um künstlerische als auch um kaufmännische, planerische und organisatorische Aufgaben. Konkret bedeutet das, er ist verantwortlich dafür, dass und wie ein Bühnenbild umgesetzt und realisiert wird. Dafür arbeitet er eng zusammen mit dem Regisseur, Bühnenbildner und Bühnenmaler. Damit aber auch die Bühnenkonstruktion, Kostüme und Requisiten planmäßig fertig werden, hält er engen Kontakt mit dem Maßschneider, Theaterschlosser, Theaterschreiner und weiteren Werkstättenmitarbeitern. Darüber hinaus kümmert er sich um folgende Bereiche: technische Produktionsplanung, Kostenkalkulation, Materialeinkauf und -abrechnung.

Können manche Arbeiten nicht in den Theaterwerkstätten erledigt werden, vergibt er die Aufträge an externe Werkstätten oder Dienstleister. Auch das Thema Sicherheit fällt in seinen Zuständigkeitsbereich. Sowohl in den Werkstätten als auch auf der Bühne überprüft er, ob die Sicherheits- und Arbeitsschutzvorschriften eingehalten werden – ebenso wie der Bühnenmeister. In seiner Position trägt er sowohl Personal- als auch fachliche Verantwortung. Er trägt dafür Sorge, dass die einzelnen Werkstättenmitarbeiter termingetreu, zuverlässig und gemäß der Absprachen arbeiten und liefern.

Voraussetzung

Künstlerisches Verständnis und Einfühlungsvermögen sind wesentliche Voraussetzungen, um als Werkstattleiter eines Theaters oder

einer Oper zu arbeiten. Dazu zählt sowohl dramaturgisches Verständnis als auch kreatives und einfallsreiches Arbeiten, wenn es um die Bühnenbildgestaltung geht. Darüber hinaus muss ein angehender Werkstattleiter technische Zeichnungen anfertigen und baulich umsetzen können. Dazu sind gute EDV- und CAD-Kenntnisse erforderlich. Zwei weitere wichtige Kompetenzen für diesen Beruf sind: Teamfähigkeit und Personalführung. Nicht zuletzt sind auch eine gute Kommunikationsfähigkeit, Verantwortungsbewusstsein und Flexibilität gefragt.

Ausbildung

Einen direkten Weg in den Beruf des Werkstattleiters gibt es nicht. In der Regel führen jedoch eine Ausbildung oder ein Studium plus langjährige Berufserfahrung im Theaterbetrieb in diese Führungsposition. In vielen Fällen haben Werkstattleiter zunächst einmal eine Ausbildung in einem der Werkstätten-Handwerke absolviert, wie etwa zum Schreiner, Schlosser, Modist oder Maßschneider. Anschließend sind, je nach Größe der Spielstätte, unterschiedliche Aufstiegsmöglichkeiten denkbar, die schließlich zum Werkstattleiter führen. Aber auch ein Hochschul- oder Universitätsstudium kann in diese Position führen, beispielsweise das des Elektrotechnikers oder des Theater- und Veranstaltungstechnikers. Auch eine Meisterausbildung zum Veranstaltungstechniker bildet eine gute Voraussetzung. Im Grunde sind die Entwicklungsmöglichkeiten sehr vielschichtig und flexibel. Wenn die Ausbildung oder das Studienfach nicht direkt in Verbindung steht mit dem Theater- oder Kulturbetrieb, sind Praktika für den Berufseinstieg hilfreich.

Werkstattleiter arbeiten meist an Theatern, Schauspielhäusern oder Opernhäusern. Prinzipiell können sie jedoch überall dort arbeiten, wo es Bühnenbilder zu gestalten und Gewerke zu koordinieren gibt. Bei fachlicher Kompetenz, Eignung und mit Zusatzqualifikationen können sich Werkstattleiter beruflich zum Technischen Direktor oder Ausstattungsleiter weiterentwickeln.

Fünf Tipps für angehende Theaterregisseure

*Von Philipp J. Ehmann,
arbeitet international als
freischaffender Theater-
regisseur. Er inszeniert
zurzeit Peter Turrini am
Volkstheater in Wien.*



➤ **1** Lerne, was dich am Theater interessiert

Gehe oft ins Theater. Überlege dir, was dir an den Inszenierungen gefallen hat, was nicht und warum das so ist. Lerne sowohl auf kleine Aspekte der Inszenierung zu achten, als auch auf das große Ganze. Theater ist wahnsinnig komplex und besteht aus vielen verschiedenen Einzelteilen, die gemeinsam eine Inszenierung ausmachen. Als Regisseur musst du sie alle kreativ zusammenfügen können.

➤ **2** Theaterstudium ja oder nein?

Wir alle lernen auf die unterschiedlichsten Arten. Nicht für jeden ist ein Hochschulstudium das Richtige und ein Theaterstudium ist auch nicht unbedingt nötig, um Regisseur zu werden. Es kann dir aber einen guten Einstieg geben. Wichtig ist es vor allem Praxiserfahrung zu sammeln, gern auch als Schauspieler oder Bühnentechniker. So erweiterst du dein Verständnis für die verschiedenen Elemente des Theaters und lernst alle Facetten kennen.

➤ **3** Praxiserfahrung sammeln

Inszeniere selbst. Frage deine Schule oder deinen Deutschlehrer, ob sie dir helfen, ein eigenes Theaterprojekt auf die Beine zu stellen. Beginne mit kurzen Stücken. So kannst du dich auf einige

wenige Dinge konzentrieren und diese dafür genauer ausarbeiten. Verlange Feedback. Es gibt kein richtig oder falsch, lerne, was für dich funktioniert. Durch Assistenzen bei anderen Regisseuren kannst du außerdem von deren Expertise profitieren und die Arbeit des Regisseurs distanzierter betrachten.

➤ **4 Kontakte knüpfen**

In der Kunst ist es wichtig, Kontakte zu knüpfen. Oft bist du auf externe Geldgeber angewiesen, die dich nur dann finanziell unterstützen, wenn sie dich und deine Kunst kennen. Gehe zu Premieren, rede mit Leuten, frage nach, sei interessiert. Lade Leute zu deinen eigenen Inszenierungen ein, damit sie deine Arbeit kennenlernen.

➤ **5 Sei realistisch**

Manche der besten Regisseure wurden am Anfang ihrer Karrieren für ihre Arbeit belächelt. Nimm solche Aussagen nicht persönlich, höre aber auf professionelle Kritik. Verfeinere deine Technik und finde deinen eigenen Stil. Die Arbeit als Regisseur beinhaltet viel Herzblut und Durchhaltevermögen. Sei dir auch darüber bewusst, dass du, gerade am Anfang, mit wenig Geld rechnen musst, die Gehälter einiger Stars sprechen nicht für die ganze Branche. Mache Theater aus Interesse und Freude an der Sache, nicht des Geldes wegen.

Autorinnen und Autoren

VERONIKA ALZ, M. Sc., geb. 1986, Master in Betriebswirtschaftslehre an der Universität Regensburg. Projektleitung für das Qualitätssiegel beim MedienCampus Bayern e.V.; dort auch zuständig für die Vernetzungsarbeit bei der Medianaus- und weiterbildung, insbesondere im Bereich Design.

FRANZISKA BAUR, M. A., geb. 1985, freie Journalistin für den Bayerischen Rundfunk, die Nürnberger Zeitung, den MedienCampus Bayern e.V. und das Goethe-Institut sowie Redakteurin bei Willmy Consult & Content. Studium der Politikwissenschaft an der Universität Wien (B. A.) und Medien-Ethik-Religion an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg (M. A.).

SARAH BECKER, B. A., geb. 1989, Journalistin und Projektleiterin des Informationsportals MedienWiki für Aus- und Weiterbildungen sowie Berufsbilder im Medienbereich (www.medienwiki.org). Studium des Ressortjournalismus an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Ansbach (B. A.), derzeit Masterstudium Marketing, Vertrieb und Medien an der Technischen Hochschule Ingolstadt.

MARC BRIELE, Dipl.-Sozialwirt, geb. 1971, freier PR- und Kommunikationsberater. Davor: Kommunikationschef im Bereich Spitzenforschung und Hochschulen. Redakteur und Freelancer bei diversen Zeitschriften und Zeitungen sowie im Bereich Online. Studium der Sozial- und Kommunikationswissenschaften an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg.

SEBASTIAN GOMON, Dipl.-Medientechniker, geboren 1978 in Leipzig, arbeitet als Lehrkraft für besondere Aufgaben an der HTWK Leipzig mit Schwerpunkt AV-Medien und Studioproduktion. Nach seiner Ausbildung zum Mediengestalter sammelte er mehrjährige Berufserfahrung in der Fernsehproduktion und war bereits als Student Chefredakteur des studentischen Fernsehens floid an der HTWK. Heute arbeitet er auch als freier Filmemacher für Museen und Theaterproduktionen in Leipzig.

SCHORSCH HAMPEL, geb. 1953, Gitarrist und Songwriter, freier Autor beim Bayerischen Rundfunk, Psychotherapeut.

GABRIELE HOOFFACKER, Prof. Dr., geb. 1959, HTWK Leipzig und Journalistenakademie München, Spezialgebiet: Online-Journalismus. Autorin zahlreicher Fachbücher (etwa „Einführung in den praktischen Journalismus“, 19. Auflage, mit Klaus Meier, sowie „Pressearbeit praktisch“ mit Peter Lökk), Lehraufträge an der Leipzig School of Media, Vertrauensdozentin der Heinrich-Böll-Stiftung, Berlin, Herausgeberin der Reihe „Journalistische Praxis“.

MARKUS KAISER, M. A., geb. 1978, Journalist, Dozent und Geschäftsstellenleiter des MedienCampus Bayern e.V., München. Studium der Politischen Wissenschaft und Geschichte an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. Redakteur der Nürnberger Zeitung (Sport, Hochschule und Wissenschaft). Lehraufträge u. a. an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg, Technischen Hochschule Nürnberg Georg Simon Ohm, Hochschule Ansbach und MHMK – Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation. Herausgeber von „Special Interest“ (Berlin 2012), „P-Seminar Medien“ (München 2013) und „Innovation in den Medien“ (München 2013). Mitbegründer der Crossmedia-Arbeitsgruppe Bayern.

ANGELA KESSELRING, M. A., geboren 1971, ist 2005 dem Ruf des Süddeutsche Zeitung Magazin gefolgt und leitet seit 2008 die Abteilung Redaktionsmarketing. Kesselring verantwortet dort die Bereiche Produktentwicklung, redaktionelle Kooperationen und Syndication. Seit 2011 obliegt ihr zudem die Leitung der Unternehmenseinheit SZ Publishing, einer Inhouse-Kreativagentur. Schwerpunkte der Agenturtätigkeit sind Konzeption und Gestaltung von Advertorials und Magazinen. Studium der Komparatistik, Kunst- & Medienwissenschaft, sowie Rechtswissenschaft mit Schwerpunkt Verlags- und Urheberrecht in Marburg, Paris und Konstanz. Lehrbeauftragte der LMU München (2009/2011) im Fachbereich Kommunikationswissenschaft und Medienforschung. Zuvor Stationen bei der Literatur- & Medien-

agentur Graf & Graf, Berlin, dem Frederking & Thaler Verlag, München und dem Goethe-Institut, New York.

DANIELA PIELENHOFER, Dipl.-Wirtschaftsingenieurin (FH), geb. 1977, freie Journalistin in der oberfränkischen Weltkulturerbestadt Bamberg. Studium der BWL an der Technischen Hochschule Nürnberg Georg Simon Ohm und der Medienwirtschaft an der Hochschule der Medien in Stuttgart.

MATTHIAS SCHÄFFNER, M. A., geb. 1979, Projektleiter der Fachmesse für Ausbildung und Studium vocatium beim Institut für Talententwicklung und Mitarbeiter des MedienCampus Bayern e.V., Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Technischen Hochschule Nürnberg Georg Simon Ohm (Dipl. Betriebswirt) und Medien-Ethik-Religion an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg (M. A.).

ANNA SCHLEINZER, M. A., geb. 1983, feste freie Journalistin beim Bayerischen Rundfunk, Studium der Theater- und Medienwissenschaften, Psychologie und Christlichen Publizistik an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg.

ANJA SEILER, geb. 1980, Autorin für den Bayerischen Rundfunk (Hörfunk und Online), Studium der Soziologie, Kommunikationswissenschaften und Sozialpsychologie an der Ludwig-Maximilians-Universität in München (Diplom) und der Universidad del País Vasco in Bilbao/Spanien.

Literaturverzeichnis

Mit diesem Buch „Berufe in den Medien“ haben wir eine Übersicht über die verschiedensten Berufe in dieser Branche gegeben. Vertiefende und jeweils aktualisierte Informationen gibt es im MedienWiki unter www.medienwiki.org, aber natürlich auch in speziellen Büchern, die in der Regel immer nur eine Teilbranche im Blick haben. Um sich einen Überblick zu verschaffen und zu sehen, welche Quellen unter anderem für dieses Buch herangezogen worden sind, haben wir dieses Literaturverzeichnis zusammengestellt, das keinen Anspruch auf Vollständigkeit erhebt. Nach den jeweiligen Berufsbildern gibt es bereits weiterführende Literaturhinweise und Links.

Bücher

- Behrens, Inge: *Karriereführer Multimedia*, Econ-Verlag, München 2000.
- Behrens, Inge: *Neue Berufe in den neuen Medien*, Econ Ullstein List Verlag, München 2001.
- Betz, Uwe / Brock, Alexander / Lösel, Gertrud / Pfeifenberger, Arno: *Trend-Branche – Medien und Design, Bildung und Wissen* Verlag und Software GmbH, Nürnberg, 2001.
- Burgard, Jan Philipp / Schröder, Moritz-Marco: *Wege in den Traumberuf Journalismus. Deutschlands Top-Journalisten beraten ihre Erfolgsgeheimnisse*, Solibro Verlag, Münster 2012.
- Dettmer, Rainer / Grimberg, Steffen: *Medienberufe erfolgreich studieren*, Deutscher Taschenbuch Verlag, München 1996.
- Glaubitz, Uta / Dornseif, Andrea: *Jobs für Filmfreaks – Machen Sie Ihren Traum zum Beruf*, Campus Verlag, Frankfurt 2001.
- Hooffacker, Gabriele: *Online-Journalismus*, Springer VS, Wiesbaden 2010 (3. Auflage).
- Hooffacker, Gabriele / Lökk, Peter: *Pressearbeit praktisch*, Springer VS, Wiesbaden 2011.
- Kaiser, Markus (Hrsg.): *Innovation in den Medien*, Verlag Dr. Gabriele Hooffacker, München 2013.
- Kaiser, Markus (Hrsg.): *P-Seminar Medien*, Verlag Dr. Gabriele Hooffacker, München 2013.

- Kaiser, Markus (Hrsg.): Ringvorlesung Games,
Verlag Dr. Gabriele Hooffacker, München 2014.
- Kaiser, Markus (Hrsg.): Special Interest. Ressortjournalismus –
Konzepte, Ausbildung, Praxis, Econ Verlag, Berlin 2012.
- Kritzenberger, Huberta: Medienberufe: Der erfolgreiche Weg zum
Ziel, Springer-Verlag, Berlin 2007.
- Kunert, Sylvia: Traumberufe in den Medien, verlag moderne
industrie, München 2002.
- von La Roche, Walther: Einführung in den praktischen
Journalismus, Wiesbaden 2013 (19. Auflage).
- Rohrbeck, Martin: Wie wird man was beim Film, Henschel-
Verlag, o. O. 2008.
- Scheele, Ulrich (Hrsg.): Medien in Bayern – Film – Fernsehen –
Multimedia – Video, Entertainment Media Verlag, Mün-
chen 1999.
- Winter, Uta / Lindemann, Gerhard: Berufsstart und Karriere in IT-
Branche und Medien, W. Bertelsmann Verlag, Bielefeld 2003.
- o. A.: Trendbranche Informationstechnik,
Verlag Bildung und Wissen, Nürnberg 2001.
- o. A.: Trendbranche Medien und Design,
Verlag Bildung und Wissen, Nürnberg 2001.

Internetquellen (Auswahl)

<http://berufenet.arbeitsagentur.de/berufe>

<http://www.buehnenverein.de>

<http://www.djv.de>

<http://www.medien-campus.de>

<http://www.medien-netzwerk-bayern.de>

<http://www.medien-wiki.org>

<http://www.morgenpost.de/familie/article115309927/Taenzerin-Madlen-Engelskirchen-Mit-Mitte-30-ist-Schluss.html>

<http://www.ndr.de/unternehmen/ausbildung/agm103.html>

<http://www.regie.de/berufsbilder/film-geschaefts-fuehrer>

<http://www.pr-wiki.de/index.php/Main/Medienresonanzanalyse>



Markus Kaiser (Herausgeber)

Innovation in den Medien

Crossmedia ↔ Storywelten ↔
Change Management

MEDIENCAMPUS
BAYERN e.V.

Google, Apple und Facebook haben die Medienwelt verändert. Auch lokale und regionale Medienunternehmen müssen sich massiv wandeln. Das Gute: Es entstehen neue Möglichkeiten, als Journalist zu arbeiten, seine Geschichten multimedial aufzubereiten und den Leser, Hörer sowie Zuschauer den ganzen Tag über zu begleiten. Datenjournalismus, Transmediales Arbeiten und Live-Berichterstattung sind nur einige Schlagworte. Im fiktionalen Bereich spielen Storywelten eine bedeutende Rolle: Wie lassen sich Film, Serie, Games und Buch ver- und die Nutzer einbinden? Das Buch gibt praxisorientierte Ratschläge. Auch Themen wie Change Management, Life Balance, Medienethik sowie Monetarisierung im Mobile-Bereich werden von den Autoren behandelt.

Bezug über <http://www.verlag-hooffacker.de>



Markus Kaiser (Herausgeber)

P-Seminar Medien

Konzepte, Beispiele, Materialien

**Von Journalismus, Film und PR
bis zu Design, Musik und Games**



Deutsch, Kunst, Erdkunde, Religion, Sport, Englisch oder Chemie: In allen Schulfächern der gymnasialen Oberstufe sind P-Seminare im Medienbereich möglich. Im Kernfach Geschichte können Schüler eine Zeitung mit Zeitzeugeninterviews über die Gründungsphase der Bundesrepublik herstellen, im Fach Kunst einen Spielfilm drehen, in Informatik an einem Computerspiel arbeiten und im Sportunterricht ein Event organisieren.

Das Buch gibt Ratschläge für P-Seminare von Print, Audio, Video und Online über Social Media und Eventmanagement bis zu Design, Musik und Games und stellt Themenideen vor.

Bezug über <http://www.verlag-hooffacker.de>



„Irgendwas mit Medien?!“ Aber was genau? In der Medienbranche gibt es weit über 200 verschiedene Berufsbilder. Durch die Digitalisierung entstehen ständig weitere neue wie der Social Media Manager, der Transmedia Producer oder der Datenjournalist. Alte Berufe sterben aus. Das Buch gibt einen Überblick über die verschiedenen Berufsbilder, Voraussetzungen und Ausbildungsmöglichkeiten: von Journalismus, Film und Games über Medientechnik und Medienmanagement bis hin zu Theater und Musik.



Sarah Becker, geboren 1989 in Weiden in der Oberpfalz, ist Journalistin und Projektleiterin des Informationsportals MedienWiki für Aus- und Weiterbildungen sowie Berufsbilder im Medienbereich (www.medienwiki.org), das vom MedienCampus Bayern betrieben wird.



Markus Kaiser, geboren 1978 in Nürnberg, ist Journalist, Dozent und Geschäftsstellenleiter des MedienCampus Bayern, des Dachverbands für die Medienaus- und -fortbildung in Bayern. Außerdem ist er verantwortlich für die Kommunikation des Mediennetzwerks Bayern.

www.medien-campus.de · www.medienwiki.org
www.medien-netzwerk-bayern.de