

„Planspiel Tonträgermarkt“

Einblick und Berufsfindung im Ton- und Bildtonträgermarkt

Kurzbeschreibung:

Über ca. 1,558 Milliarden Euro setzte der Deutsche Tonträgermarkt 2018 um. Ob Radio hören, CD kaufen oder Castingshow´s im TV. 98% der deutschen Bevölkerung hat täglich damit zu tun aber wenige Menschen haben Einblick hinter die Kulissen dieses Marktes. A&R Manager, Produzenten, Marketingmanager, Gema, GVL, Plattenlabel und und und.....für viele ein Buch mit 7 Siegel. Das Planspiel „Musikmarkt Tonträger“ soll nicht nur Einblick in diesem weitläufigen und interessanten Markt geben, das Planspiel soll auch Inspiration für musikbegeisterte junge Menschen sein, ihren beruflichen Werdegang vielleicht in diesem Bereich zu beginnen. Ton- und Mediengestalter, Veranstaltungstechniker, Kameramann, Cutter, es gibt viele Berufsbilder im Bereich Bild- und Tonträgerherstellung. Auch im Tonträgerhandel gibt es eine Vielzahl wirtschaftlicher Berufe, sei es im Einkauf, Verkauf, Kundenberatung, Marketing, Finanz, Produktmanagement etc. Mit diesem Projekt soll Jugendlichen der Einblick, in den komplexen Abläufen des Tonträgermarktes und den damit verbundenen Zusammenhängen unterschiedlicher Berufe den dieser Markt fordert, gegeben werden.

Handlungsmethoden:

Von der Artisten/ Künstlersuche bis zum Vertrieb, die Teilnehmenden werden in Teams eine komplette Musikproduktion in unterschiedlichsten Musikrichtungen herstellen und an den Mann (bzw. Frau) bringen. Unterstützt werden die Teams von regionalen Dozenten aus der Musikbranche, sie stehen ihnen mit Rat und Tat zur Seite. Das Plattenlabel Klangkunst Produktion unterstützt mit allen notwendigen Formalitäten wie Gema, GVL und die für die Vermarktung notwendigen EAN Codes sowie den Labelcode. Außerdem soll ein Videoclip zur Musikproduktion erstellt werden. Der Verein stellt für die Tonaufnahmen das eigene Ton- Mastering-Studio. Für die Videoproduktion steht dementsprechend unser Videostudio (4K, Ultra HD 5.1 Mastering) zur Verfügung. In Zusammenarbeit mit Plattenlabel und Presswerk werden die Teilnehmenden die Auflage ihrer CD Produktion verwirklichen.



Schritte Team im Einzelnen:

- Suche nach Künstlern/ Bands usw.
- Musikaufnahme der Produktion
- Mastering
- Drehen des Videoclip
- Design des CD Cover
- Administration: EAN Code, Labelcode, ISRC, GVL, GEMA
- Herstellung und Pressung der Musikproduktion (Auflage 100Stck) Fertigstellung des Videoclips.
- Merchandising: Kontaktaufnahme mit Radiosendern: Bayern 3, Antenne Bayern FM4 Inn-Salzach-Welle, Musikvideo-TV
- Gleichzeitig: Aufbau Vermarktungs- und Vertriebsstrategie
- Verkauf der Auflage
- Bilanzerstellung, Bericht

Projektziele:

Das hier vorgestellte Projekt ist für Teilnehmende der Jahrgangsstufen 8. - 10. Klassen vorgesehen. Besonderes Augenmerk benachteiligten Jugendlichen und Jugendliche mit Migrationshintergrund.

Die Teilnehmenden bekommen in den einzelnen Teilbereichen des Planspiels Anleitung, Begleitung und wichtige Informationen und handeln eigenständig.

Die Teilnehmenden bekommen Einblick in die komplexen Abläufe des Tonträgermarktes und erfassen die Zusammenhänge unterschiedlichster Berufe den dieser Markt fordert.

Die Teilnehmenden bringen ihre Talente, Begabungen, Stärken und Schwächen ein, dies erleichtert ihre Berufsfindung (Berufsorientierung).

Die Teilnehmenden erleben und lernen durch die Teamarbeit:

- Konfliktbewältigung
- Meinungsbildung
- Selbstvertrauen
- Selbstständigkeit
- Kritikfähigkeit
- Kommunikation
- Kooperation
- Toleranz
- Lösungsfindung

Die Teilnehmenden werden in den Bereichen Urheberrecht, Kopierrecht und illegales Downloaden von Musik und Videos sensibilisiert.



Die Teilnehmenden bekommen in den einzelnen Teilbereichen Schulungen, Workshops sowie Anleitung, Begleitung und wichtige Informationen und handeln eigenständig.

Die Teilnehmenden bekommen Einblick in die komplexen Abläufe der Musikproduktion und erfassen die Zusammenhänge der Musikindustrie in all ihren Teilbereichen.

Die Teilnehmenden erleben und erlernen durch die Teamarbeit; Konfliktbewältigung, Meinungsbildung, Selbstvertrauen, Selbstständigkeit, Kritikfähigkeit, Kommunikation, Kooperation, Lösungsfindung.

Rahmenbedingungen:

Der Verein Förderwerkstatt Medien e.V. stellt die benötigten und geeigneten Räume für die wöchentlichen Kurse zu Verfügung. Diese Räume sind mit verschiedenen Arbeitsplätzen bestückt. Das notwendige Kursmaterial wie tontechnische Gerätschaften und Unterlagen werden gestellt.

Für die Workshops im Studio stehen das hauseigene Tonstudio sowie einen Videoschnittplatz u.a. 4K (Ultra HD) in angemieteten Räumlichkeiten zu Verfügung. Der Verein stellt auch für die externen Workshops wie zum Beispiel „Das Mastering“ den Kontakt mit ext. Fachkräften und Studiobesitzern her. Der Verein mietet die notwendigen Fahrzeuge für die Personenförderung zu den ext. Workshops an.

Zeitplan:

Der Zeitraum der Durchführung des Planspieles Tonträgermarkt inkl. Seminare Kurse und Workshops beträgt 1 Jahr. Der Finanzierungsplan erstreckt sich über ein Schuljahr bei dem die Teilnahme von max. 20 Teilnehmenden pro Planspiel kalkuliert ist.



Aufgabenspektrum und Berufsbilder Plattenfirma:

Artist & Repertoire

- Tour Support
- Musikvideos
- Grafik/ Kreativ- Service
- Kreation/ Produktion
- Studioaufnahmen
- Künstlermanager

Promotion

- Online-, Radio, TV-, Print

Administration

- Lizenzabteilung, Recht, Controlling

Vertrieb

- Physischer und digitaler Vertrieb
- Merchandising
- Tonträgerproduktion

Marketing

- Online-, Radio-, TV-, Print- Anzeigeschaltung
- Kooperationen/ Veranstalter usw.
- Strategie - Marketing

A&R-Manager

Die Abkürzung "A&R" steht für "Artist und Repertoire". A&R-Manager sind die Spürhunde der Musikbranche: Sie entdecken Künstler und versuchen, sie groß herauszubringen. Die meisten A&R-Manager sind von großen Musikunternehmen angestellt. Voraussetzung ist kaufmännisches Wissen und ein gutes Gespür für musikalische Trends.

Aufgaben

Knüpfen eines Kontaktnetzwerkes in der Musikbranche;
Besuchen von Konzerten und Messen;
Anbahnen von Platten- und Werbeverträgen;
Auswahl von Songs für Plattenprojekte.



PR-Berater/in

"PR-Berater", "PR-Manager" oder auch "PR-Fachmann" ist keine geschützte Berufsbezeichnung. PR-Berater arbeiten in Agenturen oder in Pressestellen von Unternehmen und Verbänden. Die Ausbildungswege zu diesem Beruf sind sehr unterschiedlich, der Einstieg erfolgt aber häufig über ein Trainee-Programm, ein Volontariat oder über einen der zahlreich angebotenen Fortbildungskurse. Formale Zugangsvoraussetzungen gibt es nicht, allerdings verfügen die meisten Berater über ein abgeschlossenes Studium.

Aufgaben

Der PR-Berater ist dafür verantwortlich, ein Unternehmen in der Öffentlichkeit darzustellen. Er erreicht dies durch Pressearbeit, also die Kontaktaufnahme zu Medien, die Veranstaltung von Pressekonferenzen und die Herstellung von langfristigen Kontakten zwischen Journalisten und Unternehmen.

In enger Zusammenarbeit mit dem Unternehmen arbeitet er Strategien für die Öffentlichkeitsarbeit aus, erstellt Pressemitteilungen und wertet in Effizienzanalysen den Erfolg seiner Arbeit aus.

Zu seinem Aufgabenbereich zählt auch die redaktionelle Betreuung von Mitarbeiterzeitschriften, die der Identifizierung der Mitarbeiter mit ihrem Unternehmen dienen.

Mediengestalter/in Bild und Ton

Mediengestalter sind für die technische Seite von Medienproduktionen verantwortlich, also beispielsweise für die technische Umsetzung von Hörspielen, Musikvideos oder Lehrfilmen. Die Ausbildung dauert drei Jahre und findet teils im Betrieb, teils in der Berufsschule statt.

Aufgaben

Vorbereitung der technischen Komponente bei Medienproduktionen: Produktion und Gestaltung von Bild- und Tonmedien, zum Beispiel Nachrichten- und Magazinbeiträge, Dokumentationen, Hörspiele, Werbespots, Lehrfilme, Musikvideos sowie Multimediaprodukte;

Bearbeitung von Aufzeichnungen am Schnittplatz (im Studio), Herstellung von Bildmischungen auch bei Außenaufzeichnungen und Live-Vorbereitung der technischen Komponente bei Medienproduktionen;

Produktion und Gestaltung von Bild- und Tonmedien, zum Beispiel Nachrichten- und Magazinbeiträge, Dokumentationen, Hörspiele, Werbespots, Lehrfilme, Musikvideos sowie Multimediaprodukte;

Bearbeitung von Aufzeichnungen am Schnittplatz (im Studio), Herstellung von Bildmischungen auch bei Außenaufzeichnungen und Live.



Mediengestalter/in für Digital- und Printmedien

Der neue Ausbildungsberuf Mediengestalter für Digital- und Printmedien ist eine Schnittmenge aus bisherigen Ausbildungsberufen wie Schriftsetzer, Reprohersteller und Werbevorlagenhersteller. Die Azubis können zwischen verschiedenen Fachrichtungen wählen. Zu ihren Aufgaben kann sowohl die Kundenakquisition- und beratung wie auch das Entwickeln von Gestaltungskonzepten und die Umsetzung von Multimedia-Anwendungen gehören. Jobs gibt es in der Druckindustrie, in Agenturen und Verlagen. Die Ausbildung dauert drei Jahre und findet teils im Betrieb, teils in der Berufsschule statt. (Außerdem bieten mehrere Hochschulen Studiengänge wie Mediendesign an.)

Aufgaben

Fachrichtung Medienberatung:

Kundenakquisition;

Beraten von Kunden hinsichtlich Planung, Durchführung und Abwicklung einer Medienproduktion im digitalen oder Printbereich;

Planen des Aufwandes an Personal, Sachmitteln sowie Kosten für ein Projekt und Ermittlung des Zeitbedarfs für die jeweiligen Produktionsschritte;

In Zusammenarbeit mit der Projektleitung Präsentation der Entwürfe beziehungsweise des fertig erstellten Medienprodukts beim Kunden.

Fachrichtung Mediendesign:

Entwickeln von Gestaltungskonzepten nach Kundenvorgaben zum Beispiel für Werbezwecke, Erstellen von Presseergebnissen, Aufbereitung von Texten, Bildern, Grafiken, Bewegte Bild- und Audiosignaldaten und Kundenberatung hinsichtlich der technischen Umsetzbarkeit ihrer Vorstellungen;

Konzeptionen für Multimedia-Anwendungen, Entwurf und Gestaltung (beweglicher) Medienprodukte wie CD-ROMs, Internet-, Intranet Seiten, Datenbanken.

Fachrichtung Medien Operating:

Übernahme, Transferieren und Konvertieren von Daten, technikorientiertes Kombinieren von Text-, Bild-, Grafik-, Bewegte Bild- und Audiodaten für multimediale Produkte, Ausgabe dieser Daten auf verschiedene Datenträger und Medien (CD Produktion, Bewegte Bildanimation, Offsetdruck);

Fotografie mit digitalen Kameras unter Berücksichtigung fotografischer Grundsätze bei Objektwahl, Ausführung und anschließender Bildmodifikationen.

Fachrichtung Medientechnik:

Verfilmen von Bild- und Schriftmaterial zu Dokumentations- und Archivierungszwecken und Datenbearbeitung im Digitaldruckbereich.

Veranstaltungskaufmann/-kauffrau



Veranstaltungskaufleute koordinieren und vermarkten eigene und fremde Veranstaltungen. Arbeitgeber können Konzertagenturen, Messe- und Ausstellungsgesellschaften oder auch die kommunale Verwaltung sein. Gefragt sind kaufmännische Kenntnisse, aber auch Organisationstalent und Kreativität. Die Ausbildung dauert drei Jahre und erfolgt am Arbeitsplatz und in der Berufsschule.

Aufgaben

Konzeption von Veranstaltungen
Kalkulierung und Bewertung von Veranstaltungsrisiken
Umsetzung von veranstaltungstechnischen Vorschriften

Koordination von Organisationsabläufen und Verwaltungsprozessen
Marktbeobachtung und Erstellen von Marketingkonzepten

Grafik-Designer/in

Grafik-Designer arbeiten für die unterschiedlichsten Produkte. Sie gestalten etwa Anzeigen und Prospekte, aber auch Lehrmittel. Studienmöglichkeiten gibt es an Fachhochschulen, Universitäten und Berufsakademien. (Den Titel Gestalter-Grafikdesign erwirbt man über eine zweijährige schulische Ausbildung an einer Fachschule.) Laut Bundesagentur für Arbeit steigt die Nachfrage nach Designern wieder an. Jobs kommen vor allem aus Agenturen, aber auch aus Industrie und Handel. Viele Designer arbeiten auch als Freelancer, sind also selbstständig. Oft geht auch der Festanstellung eine freiberufliche Tätigkeit voraus.

Aufgaben

Erstellen von Entwürfen für Signets, Geschäftspapiere, Verkaufspackungen, Werbematerial, Anzeigen, Bücher und audiovisuelle Medien, Presse, wissenschaftliche Grafik, Technik-Illustrationen, Karten, Schmuckblätter, Plakate, Displays, Ausstellungen, Messen, Außenwerbung, Film und Fernsehen, Audiovision, elektronische Medien, Urkunden, Wertpapiere, Organisation, Lehrmittel, Spiele, Produktgestaltung, Corporate Design, Digitale Medien, Bildschirmoberflächen;
Mitarbeiten an und Kontrollieren der repro- bzw. computertechnischen Umsetzung der Entwürfe:

Tontechniker/in

Tontechniker arbeiten beim Hörfunk, Film und Fernsehen, in Theatern, bei (Open-Air-)Konzerten oder im Tonstudio. Sie bedienen Geräte für die Aufnahme und Bearbeitung von Tonproduktionen. Gearbeitet wird meist in unregelmäßigem Schichtdienst, einschließlich Nacht-, Sonn- und Feiertagsarbeit, zum Teil auch an wechselnden Arbeitsorten und im Übertragungswagen. Für die Arbeit des Tontechnikers benötigt man technisches Verständnis sowie Kenntnisse in Physik, Akustik und Musik. Neben einer einwandfreien Hörfähigkeit sollte



Interessenten dramaturgische und künstlerische Kenntnisse mitbringen. Sie arbeiten je nach Einsatz im Team (z.B. Assistenz des Tonmeisters bei Spielfilm- und Musikproduktion) oder allein (z.B. Hörfunk). Es gibt keinen geregelten Zugang zu dem Beruf. Einstiegsmöglichkeiten bietet zum Beispiel die Ausbildungen zum Mediengestalter Bild und Ton oder zum Veranstaltungstechniker.

Aufgaben

Tontechniker stellen technische Geräte bereit und bedienen sie für die Aufnahme und Bearbeitung, sowie Einspielung und Übertragung von Tonproduktionen, Saalbeschallungen, Videoproduktionen oder Tonkonferenzen.

Des Weiteren steuern sie Aufzeichnungen im Studio oder bei Außenaufnahmen, nehmen diese auf Band auf und überwachen laufend die Tonqualität. Sie schneiden und montieren Tonbänder nach Manuskript, und spielen dabei Geräusche oder Musik ein.

Vor Aufnahmen müssen Tontechniker stets ihre technische Ausrüstung vorbereiten und prüfen sowie Betriebsschaltungen aufbauen können. Gerade bei Live-Schaltung im Fernsehen, bei Konzerten oder im Theater müssen technische Störungen sofort erkannt, beseitigt oder überbrückt werden. Daher erfordert dieser Job (je nach Einsatzbereich) hohe Konzentrations- und Reaktionsfähigkeit. Je nach Branche arbeiten Tontechniker zudem unter Zeitdruck.

Marketing-Fachkraft

Marketing-Fachleute bewerben und verkaufen Produkte. Sie erstellen beispielsweise Profile von Kunden, betreiben Marktforschung, legen Preise fest und erarbeiten Umsatzziele. Für Tätigkeiten im Marketing gibt es verschiedene Fortbildungen. Darunter eine einjährige Fortbildung zur Marketing-Fachkraft, die im Anschluss an eine abgeschlossene Berufsausbildung absolviert werden kann. Den Titel Marketing-Wirt erwirbt man über Weiterbildungen an privaten

Instituten. Die Lehrgänge dauern je nach Bildungsstätte zwischen einem und zwei Jahren. Im Marketing arbeiten aber auch viele Akademiker, etwa Wirtschafts- und Kommunikationswissenschaftler.

Aufgaben

- Kalkulation von Werbebudgets
- Kampagnenplanung
- Zusammenarbeit mit PR-Agenturen
- Wettbewerbsanalyse
- Entwerfen von Marketing-Strategien

Event-Manager/in



Event Manager organisieren Veranstaltungen und Präsentationen, etwa Eröffnungsfeiern oder die Vorstellung von neuen Produkten. Sie arbeiten meist in den Marketing-Abteilungen großer Unternehmen oder in speziellen Event-Agenturen. Einen klassischen Ausbildungsweg für dieses Berufsbild gibt es nicht. Studiengänge wie Veranstaltungstechnik oder Kommunikationswissenschaften können auf den Beruf vorbereiten. Es gibt aber auch Ausbildungsberufe, wie zum Beispiel Veranstaltungskaufmann oder Gestalter für visuelles Marketing, bei denen die Organisation von Veranstaltungen zu den Ausbildungsinhalten gehört.

Aufgaben

- Prüfen von möglichen Veranstaltungsorten
- Erstellen von Veranstaltungskonzepten
- Kalkulation von Kosten
- Zusammenarbeit mit Event-Firmen
- Koordination von begleitenden Marketing-Aktionen

Kameramann/frau

Der Kameramann begleitet ein ganz bestimmtes Stadium der Film- oder Videoproduktion. Nach der Konzeptionsphase und vor dem Film- oder Videoschnitt kommt er zum Zug. Der Regisseur ist verantwortlich für den Stil, in dem eine Geschichte visualisiert wird, der Kameramann setzt diesen konkret um. Wie frei er dabei seine Arbeit gestalten kann, hängt von der Art der Produktion (z.B. Film oder Fernsehen), dem Vertrauen des Regisseurs und anderen produktionstechnischen Umständen ab. Die Arbeit des Kameramannes in der Film-, Fernseh-, oder Werbebranche ist sehr unterschiedlich. Bei der Fernsehkamera unterscheidet man zwischen Live- und EB- Kamera. Während die Arbeit des Live-Kameramannes sehr stark durch das gesamte Team, das die Sendung gestaltet, geprägt ist, arbeitet der EB-Kameramann (EB = elektronische Berichterstattung) weitgehend autark. Er ist viel unterwegs und wird vor allem im Newsbereich eingesetzt. Kameramann ist in Deutschland kein allgemein anerkannter Ausbildungsberuf. Die Ausbildung erfolgt daher zumeist in der Praxis oder über den Studiengang Kamera an einer Filmhochschule. Jobs gibt es bei Produktionsgesellschaften und Fernsehanstalten. Außerdem besteht die Möglichkeit, den Beruf freiberuflich auszuüben.

Aufgaben

- Kameraführung bei der Herstellung von Film- und Fernsehproduktionen bzw. beim Drehen von Dokumentations-, Industrie- und Werbefilmen.
- Optisches Umsetzen einer Geschichte oder eines Ereignisses nach den Vorstellungen des Regisseurs oder Redakteurs.
- Geschichten oder Ereignisse werden entweder mit einer autarken Kamera (Elektronische Berichterstattung: Das Aufnahmeteam setzt sich aus den Bereichen Bild, Ton und Redaktion zusammen) oder mit mehreren Kameras im Verbund



(zum Beispiel Live-Übertragung eines Fußballspiels mit Außenübertragungswagen) aufgenommen; Verantwortlich für alles, was hinter der Kamera passiert.

Kaufmann/Kauffrau - im Einzelhandel

Kauffrau, -mann im Einzelhandel gehört zu den beliebtesten Ausbildungsberufen. Kaufleute im Einzelhandel arbeiten vor allem im Verkauf, übernehmen aber auch Tätigkeiten im Büro (wie Einkauf, Personalwesen). Die Ausbildung dauert drei Jahre. Nach einer Umfrage des Instituts für Arbeitsmarkt und Berufsforschung (IAB) erwarten Arbeitgeber von Bewerbern unter anderem, dass sie gut mit Menschen umgehen können, teamfähig sind, auf ihr Äußeres achten und sich gut ausdrücken können. Die Ausbildung ist im August 2004 modernisiert worden. Azubis können sich nun zwischen verschiedenen Wahlfächern wie Marketing oder Beratung entscheiden. Außerdem werden ihnen im dritten Lehrjahr "Grundlagen unternehmerischer Selbstständigkeit vermittelt".

Aufgaben

Durchführen kaufmännischer Tätigkeiten wie:

- Verkauf;
- Kundenberatung;
- Verkaufsförderung;
- Werbung;
- Warenbeschaffung;
- Einkauf;
- Lager;
- Versand;
- Verwaltung;
- Warenwirtschaft.

Pyrotechniker/in

Pyrotechniker planen und organisieren Feuerwerke und pyrotechnische Effekte aller Art. Auch Bühnenshows, Special Effekte und die Arbeit in chemischen Unternehmen gehören zum Tätigkeitsbereich. Zur Ausübung des Berufs brauchen Selbständige eine behördliche Erlaubnis, Angestellte einen behördlichen Befähigungsschein. Dazu müssen Pyrotechniker ihre Fachkunde nachweisen, etwa in staatlich anerkannten Lehrgängen oder durch eine dreijährige einschlägige praktische Tätigkeit. Außerdem müssen sie das 21. Lebensjahr vollendet haben.

Aufgaben

- Abbrennen von Großfeuerwerken;
- Herstellen von pyrotechnischen Gegenständen in der chemischen Industrie;
- Erwerb, Transport und Lagerung der pyrotechnischen Materialien;
- Einhalten der Sicherheitsvorschriften für den Umgang mit explosiven Materialien.



Modedesigner/in

Der Titel "Modedesigner" ist nicht geschützt. Eine Ausbildung bieten in Deutschland private Institute, Fach- und Hochschulen an. An manchen Modeschulen wird Berufserfahrung oder eine Schneiderlehre vorausgesetzt. Der Berufseinstieg erfolgt meist über Praktika. Jobs gibt es in der Bekleidungsindustrie. Einige Modedesigner machen sich selbstständig. Alternativen können sich zudem beispielsweise in den Bereichen Modejournalismus oder Kultur (Film, Theater etc.) anbieten.

Aufgaben

Mitwirken an der Entwicklung der aktuellen Mode im Bereich Bekleidung:

Planen, Entwerfen und Gestalten von Modellen und Kollektionen in den Bereichen Damen- und Mädchenoberbekleidung (DOB), Herren- und Knabenoberbekleidung (HAKA), Kinderkonfektion (KIKO), Berufs- und Sportbekleidung (BESPO), Wäsche- und Miederwaren, Lederbekleidung;

Entwickeln eines Gestaltungskonzeptes, das dem jeweiligen Betrieb/Unternehmen sowie der entsprechenden Zielgruppe gerecht wird, unter Einbeziehung von Kosten- und Produktionsfaktoren;

Beobachten und Beurteilen des Marktes, des Käuferverhaltens, gesellschaftlicher und sozialer Entwicklungen, Aufspüren neuer Bedürfnisse hinsichtlich Bekleidung;

Sammeln und Erfassen von Trendinformationen (zum Beispiel auch aktuelle Kinofilme, Kunstausstellungen, "Mode auf der Straße");

Umsetzen dieser Trends in Modelle oder Kollektionen, die mit einfachsten Mitteln produzierbar gemacht werden sollen.

Farb- und Stilberater/in

Viele Menschen fragen sich täglich, was sie anziehen sollen, und welche Farben ihnen stehen. Helfen kann ihnen ein Farb- und Stilberater (in den USA auch „Color-Consultant“). Dieser ermittelt die typgerechte Farbe und den Stil, die vorteilhafte Garderobe, sowie das typgerechte Make-up, die passende Brille und Frisur. Farb- und Stilberater ist kein geregelter Ausbildungsberuf. Farb- und Stilberater haben in der Regel bereits einen verwandten Beruf erlernt (meist aus dem Bereich Mode, Kosmetik, Coiffure, oder Optik) und sich durch Seminare spezialisiert.

Aufgaben

Mit Hilfe von verschiedenen farbigen Tüchern ermittelt der Farbberater den richtigen Typ des Kunden. Dabei gibt es vier Typen: Frühlings- und Herbsttyp (warme Farbtöne),



Sommer- und Wintertyp (kalte Farbtöne).

Neben der Farbanalyse wird der Stil des Kunden ermittelt. Dabei werden Körperteile und Proportionen analysiert. Der Stilberater entscheidet auf dieser Grundlage, welche Bekleidungsstücke und Accessoires in welcher Farbe vorteilhaft für die Figur und den Typen des Kunden sind und ihn zu mehr Ausstrahlung verhelfen.

Die richtigen Farben und der Stil werden aus der gesamten Persönlichkeit der zu beratenden Person, insbesondere aus seiner Haut-, Haar- und Augenfarbe abgeleitet.

Ein Farb- und Stilberater sollte Einfühlungsvermögen sowie Spaß am Umgang mit Menschen mitbringen.

FFF-Producer

Der FFF-Producer betreut den Film-, Funk- und Fernsbereich einer Werbeagentur und ist für die dort erstellten Produkte verantwortlich. Er berät Texter und Grafiker bei der Ausarbeitung der Drehbücher (Story Boards) für Film- und Fernsehspots. Nach der Vergabe des Produktionsauftrages überwacht er die Qualität der Film- und Tonaufnahmen. Voraussetzung für den Beruf sind filmische Begabung und kaufmännische Fähigkeiten. (ibv/zaw)

Aufgaben

Ausarbeiten von Drehbüchern (Story Boards) für Film- und Fernsehspot
Einholen von Angeboten für Produktionen
Qualitätskontrolle der Film- und Tonprodukte
Absprache mit Werbefilmproduzenten, Kameramännern und Komponisten

Filmproduzent/in

Filmproduzenten brauchen starke Nerven. Die Balance zwischen künstlerischem Anspruch und wirtschaftlichen Möglichkeiten verlangt Flexibilität. Managern in mittelständischen Unternehmen gleich, tragen sie die finanzielle Verantwortung für Millionensummen. Das Berufsbild ist, wie in der Medienbranche üblich, nicht geschützt. Diverse Filmhochschulen bieten aber Ausbildungen an. Gewöhnlich beginnt man als Aufnahmeleiter, wird später zum Produktionsleiter und arbeitet schließlich als Produzent. Momentan, so Anna Nassl vom Bundesverband Deutscher Fernsehproduzenten, sei die Auftragslage sehr flau. Produzenten gäbe es wie „Sand am Meer“.

Aufgaben

Umso größer die Produktion ist, desto weniger Aufgaben am Set gibt es für den Produzenten. Denn die Organisation vor Ort verrichtet der Produktionsleiter. Als rechte Hand des Produzenten setzt er dessen Vorstellungen um.



Menschenkenntnis und Einfühlungsvermögen sind für den Produzenten trotzdem von Nöten.

Je nach Arbeitsphase unterscheiden sich die konkreten Anforderungen. Vor dem Dreh muss die Finanzierung gesichert werden. Läuft die Produktion ist eine perfekte Organisation und Logistik wichtig. Auch PR und Marketing fallen in seinen Zuständigkeitsbereich.

Cutter/in

Cutter arbeiten in der Filmherstellung. Sie bearbeiten und schneiden Bild- und Tonmaterial. Den Beruf erlernt man über eine dreijährige Ausbildung zum Film- und Videoeditor. Die Ausbildung findet teils im Betrieb, teils in der Berufsschule statt. Außerdem bietet die Hochschule für Film und Fernsehen (HFF) in Babelsberg einen speziellen Studiengang für Schnitt/Montage an. Cutter sollten kreativ sein und gut mit Regisseuren und Redakteuren zusammenarbeiten. Jobs gibt es bei Sendern und Produktionsfirmen.

Aufgaben

Ausführen von Editings an non-linearen Postproduktionssystemen. Non-lineare Schnittsysteme sind digitalisiert, das heißt, es sind Computer oder computerähnliche Systeme mit erheblicher Festplattenkapazität erforderlich;
Editieren des Films am Computerbildschirm mittels entsprechender Software;
Auswählen und Einsetzen, eventuell Generieren von Digitaleffekten;
Erstellen von Titel- und Grafikanimationen.

Damenschneider/in

Die Ausbildung zum Damenschneider dauert drei Jahre. Die Lehre wird oft für die Ausbildung zum Modedesigner vorausgesetzt. Die Berufsaussichten für Maßschneiderinnen bzw. Damenschneiderinnen sind laut Landesverband des Maßschneiderhandwerks gut. Es ist aber schwer eine Ausbildungsstelle zu bekommen, weil die Betriebsanzahl rückläufig ist. Insgesamt zeichne sich aber ein Trend zu maßgeschneiderten Textilprodukten ab.

Aufgaben

Anfertigen, Ändern und Reparieren von Damen- und Kinderoberbekleidung aller Art, wie beispielsweise Damen- und Mädchenkleider sowie -blusen, Abendkleider, Mäntel, Jacken, Röcke, Hosenanzüge und Westen unter Berücksichtigung der modischen Entwicklung und Tendenzen, der Persönlichkeit der Kundin sowie des jeweiligen Anlasses.

In der Modell-, Maß- und Änderungsschneiderei unter Einsatz verschiedener Maschinen;

Vielfach Spezialisierung auf einzelne Artikel oder Artikelgruppen und Tätigkeiten. Dabei: Kundenberatung, Maßnehmen, Anfertigen/Abändern von Schnitten, Zuschneiden des Materials, Stecken, Heften, Nähen, Bügeln von Kleidungsstücken und Bekleidungsstücken;



Je nach Arbeitsorganisation: Kalkulation und Rechnungserstellung.

Fachkraft für Veranstaltungstechnik

Veranstaltungstechniker organisieren den technischen Ablauf von Veranstaltungen. Sie sind auch an der Planung und Kalkulation von Aufführungen beteiligt. Der Beruf kennt lange Arbeitszeiten bis in die Nacht hinein, ist aber vielfältig. Jobs gibt es im Messebau, bei Konzertveranstaltern und Produktionsfirmen. Die Ausbildung dauert drei Jahre.

Aufgaben

Aufbau von Podien und Gerüsten
Anbringen von Scheinwerfern und Lautsprechern
Verlegen von Kabeln
Bedienen von Lichtpult und anderen technischen Geräten
Abwickeln von Firmen-Events

Industriekaufmann/frau

Der Beruf des Industriekaufmanns zählt zu den beliebtesten Ausbildungen von Jungs und Mädchen, wobei der Frauenanteil der Beschäftigten bei etwa 71 Prozent liegt. Industriekaufleute übernehmen kaufmännische Aufgaben in Bereichen wie beispielsweise Personalwesen und Vertrieb. Die Ausbildung dauert drei Jahre und findet teils im Betrieb, teils in der Berufsschule statt.

Aufgaben

Kaufmännische Vorbereitung (Planung), Durchführung (Realisierung, Steuerung), Überwachung (Kontrolle) und die Darstellung (Dokumentation) des industriellen Prozesses von der Materialbeschaffung bis zum Verkauf/Vertrieb erzeugter Produkte;

Wahrnehmen von Aufgaben in den Bereichen Materialwirtschaft, Produktionswirtschaft, Personalwesen, Absatzwirtschaft, Marketing und Finanz- und Rechnungswesen (einschließlich Finanzierung).

Konzeptionier/In (Multimedia)

Konzeptionier/ In entwerfen Multimedia-Produkte, beispielsweise Internet-Seiten oder CD-ROMs. Dabei setzen sie die Wünsche der Kunden oder der Zielgruppe gestalterisch um. Die Arbeit der Konzeptionier/ In steht meist am Anfang eines Multimedia-Projektes.

Aufgaben

Erstellen von Scribbles
Erstellen von Grob- und Feinkonzepten



Vorschläge für mediengerechte Textgestaltung
Auswahl von Formaten und technischen Standards

Marketing-Fachkraft

Marketing-Fachleute bewerben und verkaufen Produkte. Sie erstellen beispielsweise Profile von Kunden, betreiben Marktforschung, legen Preise fest und erarbeiten Umsatzziele. Für Tätigkeiten im Marketing gibt es verschiedene Fortbildungen. Darunter eine einjährige Fortbildung zur Marketing-Fachkraft, die im Anschluss an eine abgeschlossene Berufsausbildung absolviert werden kann. Den Titel Marketing-Wirt erwirbt man über Weiterbildungen an privaten Instituten. Die Lehrgänge dauern je nach Bildungsstätte zwischen einem und zwei Jahren. Im Marketing arbeiten aber auch viele Akademiker, etwa Wirtschafts- und Kommunikationswissenschaftler.

Aufgaben

Kalkulation von Werbebudgets
Kampagnenplanung
Zusammenarbeit mit PR-Agenturen
Wettbewerbsanalyse
Entwerfen von Marketing-Strategien

Regieassistent/in

Regieassistenten unterstützen den Regisseur bei der Realisation einer Theateraufführung oder eines Films. Die Regieassistenten gilt als Vorstufe zum Regisseur Beruf. Studienmöglichkeiten, die auf eine Tätigkeit als Regisseur vorbereiten, gibt es an mehreren Filmhochschulen. Auch das Studium der Theaterwissenschaften kann darauf hinauslaufen.

Aufgaben

Während der Vorbereitung:
Studium des Drehbuchs oder sonstiger Werkvorlagen;
Besprechung mit dem Regisseur über dramaturgische, künstlerische und technische Absichten der Realisation;
Vorauswahl der Zusammenstellung von Archivmaterial;
Überprüfen des Drehbuchs in Bezug auf die Filmlänge, das heißt Vorstoppen der Szenenlänge;
Erstellen von Drehbuchauszügen (Bilder, Tageseinteilung, Hauptrollen, Nebenrollen Komparserie, Dekorationen, Requisiten, Kostüme, Maske, Musik, Special Effekte etc.);
Koordination der Drehbuchauszüge mit allen an der Produktion beteiligten Mitarbeitern;
Mitwirkung an der Erstellung des Drehplans;
Mitwirkung bei der Besetzung aufgrund umfangreicher Kenntnisse des Darstellerangebots;
Selbstständige Auswahl von Kleindarstellern und Komparserie;
Mitwirkung an Motivbesichtigungen und künstlerisch-technischen Vorbereitungen (Szenenbild, Requisite, Kostüm, Maske); Mitarbeit an der Erstellung des Storyboards.



Während der Dreharbeiten:

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.

Regisseur/in

Regisseure arbeiten an Theatern und Opernhäusern, bei Rundfunk sowie Film und Fernsehen. Sie inszenieren Theaterstücke, leiten Dreharbeiten und realisieren Filme und Hörspiele. Studienmöglichkeiten mit unterschiedlicher Schwerpunktsetzung bestehen an Hochschulen für Musik, Schauspielkunst und Film.

Aufgaben

Inszenieren von Theaterstücken, Werken der Opern-, Operetten-, Musicals, künstlerische Leitung von Dreharbeiten, Rundfunk- und Fernsehproduktionen, dabei u.a.: Entwerfen von Inszenierungskonzepten; Umsetzen von Texten, Partituren und Drehbüchern in szenisches Geschehen;
Einbringen von Besetzungsvorschlägen, dabei Zusammenarbeit mit dem jeweiligen Leitungsteam;
Durchführen und Leiten der Proben mit dem Ensemble

Werbetexter/in

Für den Beruf des Werbetexters gibt es keinen vorgeschriebenen Ausbildungsweg. Es gibt lediglich sogenannte Texter-Schulen z. B. in München und Hamburg. Die kosten aber und nur wer den Aufnahmetest besteht, wird genommen. Unter den Werbetextern finden sich viele Germanisten und Sprachwissenschaftler. Der Fachverband Freier Werbetexter empfiehlt eine werbe-kaufmännische Ausbildung oder ein BWL-Studium. Den Einstieg findet der Nachwuchs in der Regel über Praktika. Klassischerweise steigen Werbetexter als Junior Texter in eine Werbeagentur ein, um nach einigen Jahren als Texter aufzusteigen. Absolute Spitzenposition ist die des Creative Director (CD). Viele Werbetexter arbeiten selbstständig als Freelancer.

Aufgaben

Entwurf von Texten für Anzeigen, Prospekte, Broschüren, Plakate aber auch Funk- und Fernsehspots sowie für Internet-Auftritte.
Verfassen von Mailings;
Ideen zum Produkt strukturieren und entwickeln (meist unter Zeitdruck);
Schnelles Einarbeiten in das Produkt und in die Zielgruppe für die es gedacht ist. Dazu braucht ein Texter gutes Allgemeinwissen aber auch psychologisches Gespür;
Kommunikation mit Grafikern und Kunden;
Betreuung der Werbe-Kampagne vom Entwurf bis zur Verwirklichung

