

Neue Inhalte beruflicher Qualifikationen: Content-Erstellung in der Medienwirtschaft

Theoretische Annäherung und erste Befunde einer aktuellen Studie

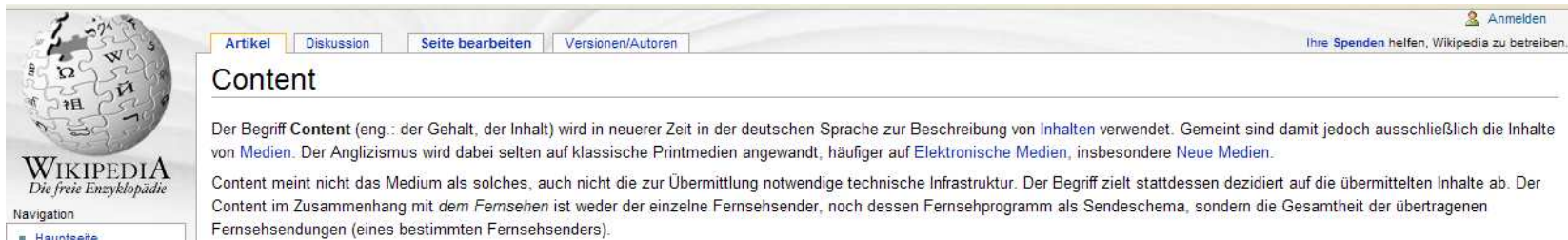
Dr. Lutz P. Michel / Julia Flasdick M.A.
MMB-Institut für Medien- und Kompetenzforschung

Düsseldorf, 13. September 2007



Süddeutsche Zeitung Content

Qualität. Hintergrund. Rechte.



The screenshot shows the Wikipedia article for 'Content'. It includes the Wikipedia logo, navigation tabs (Artikel, Diskussion, Seite bearbeiten, Versionen/Autoren), and the main text. The text explains that 'Content' (from the English 'content') is used in German to describe 'Inhalte' (contents) of 'Medien' (media), particularly 'Elektronische Medien' (electronic media) and 'Neue Medien' (new media). It notes that 'Content' refers to the transmitted content rather than the technical infrastructure or the specific sender.

19. medienforum.nrw Koelnmesse, Rheinparkhalle 18.– 20. Juni 2007

→ medienforum.nrw → Medientrends → Special → **Ausbildung - One Content, all Media**

medienforum.nrw

Ausbildung - One Content, all Media

One Content, all Media

Das Berufsbild für Journalisten befindet sich im steten Wandel. Jenseits des „Learning by Doing“ entstehen inzwischen neue Ausbildungsmodelle für das crossmediale Arbeiten. Gefragt sind Content-Manager, originär journalistische Tugenden geraten in den Hintergrund, könnten aber eine Renaissance erleben.

St:

→ |



media coffee "Von der Edelfeder zum Contentlieferanten? - Printmedien im Wandel!" am 17. Juli 2007 in München mit Jürgen Marks, Christian Jakubetz, Christoph Hardt, Julian Spies, Petra Gessulat und Hans-Jürgen Jakobs

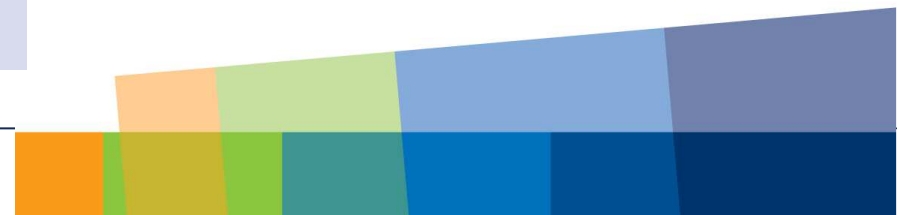


media coffee "Von der Edelfeder zum Contentlieferanten? - Printmedien im Wandel!" am 3. Juli 2007 in Frankfurt am Main mit Annette Milz, Peter Stefan Herbst, Prof. Dr. Lorenz Lorenz-Meyer, Dr. Uwe Vorkötter, Dr. Thomas Leif und Peter Turi

Dokumentation

Journalismus im Internet-Zeitalter: Content-Lieferant oder mehr?

Von Prof. Dr. Claudia Mast



„Content ist ein Medieninhalt, der in einem standardisierten Format von professionellen Akteuren für ein (Massen-) Publikum zusammengestellt wird.“

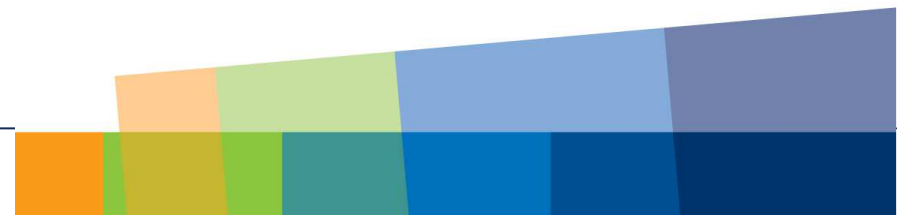
Printprodukte

Audiovisuelle Produkte

Audioprodukte

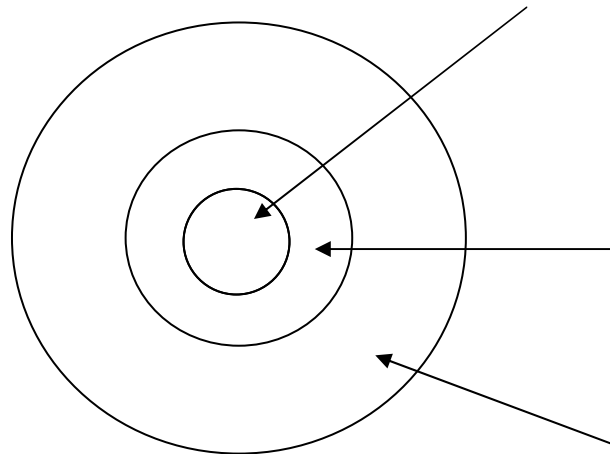
Digitale Produkte (online / offline)

Branche / Sektor	Teilbranche / Segment
Medien	AV
	Print
	Verlage
	Digitale Medien
Marketingkommunikation	Werbeagenturen
	PR-Agenturen
Telekommunikation	
IT-Software	
Inhousekommunikation (Anwender)	Werkszeitschrift
	Digitale Medien
	Business TV
Sonstige	Wissensmanagement
	E-Learning
	Technische Redaktion



Redaktionelle Content-Produktion

A. Journalistischer Kern Medienunternehmen



Sich professionalisierende Ränder

- B. Multimedia, IT,
Marketingkommunikation,
Technikkommunikation
- C. Medienfremde Unternehmen



Berufliche Zugänge zur Content-Produktion

Geregelte Berufe

- Mediengestalter Digital und Print
- Mediengestalter Bild und Ton
- Film- und Videoeditor
- Kaufmännische Medienberufe

Hochschul-Studiengänge

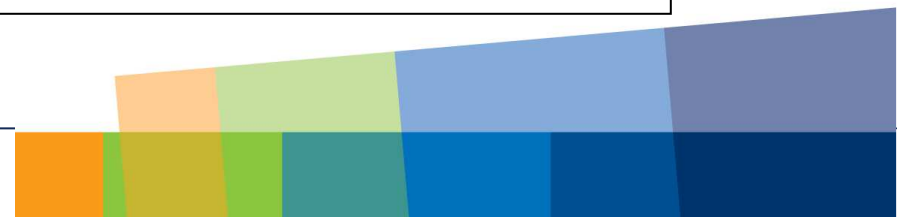
- Grafik-/Multimedia-Design
- Technikkommunikation
- Journalistik
- Medienfremde Studiengänge

Quasi-geregelte Berufe

- Journalist
- Online-Redakteur
- PR-Berater
- Technischer Redakteur

Weiterbildungen

- Multimedia Authoring
- Web Content Management
- Trimediales Arbeiten für Lokaljournalisten (DHA)



Potenzial der Medienberufe für neue Tätigkeiten in der Content-Produktion

Mediengestalter Digital und Print

Mediengestalter Bild und Ton

Film- und Videoeditor

Kaufmann für Marketingkomm.
Kaufmann f. AV-Medien
Kaufmann Digital und Print



Potenzial der Medienberufe für neue Tätigkeiten in der Content-Produktion

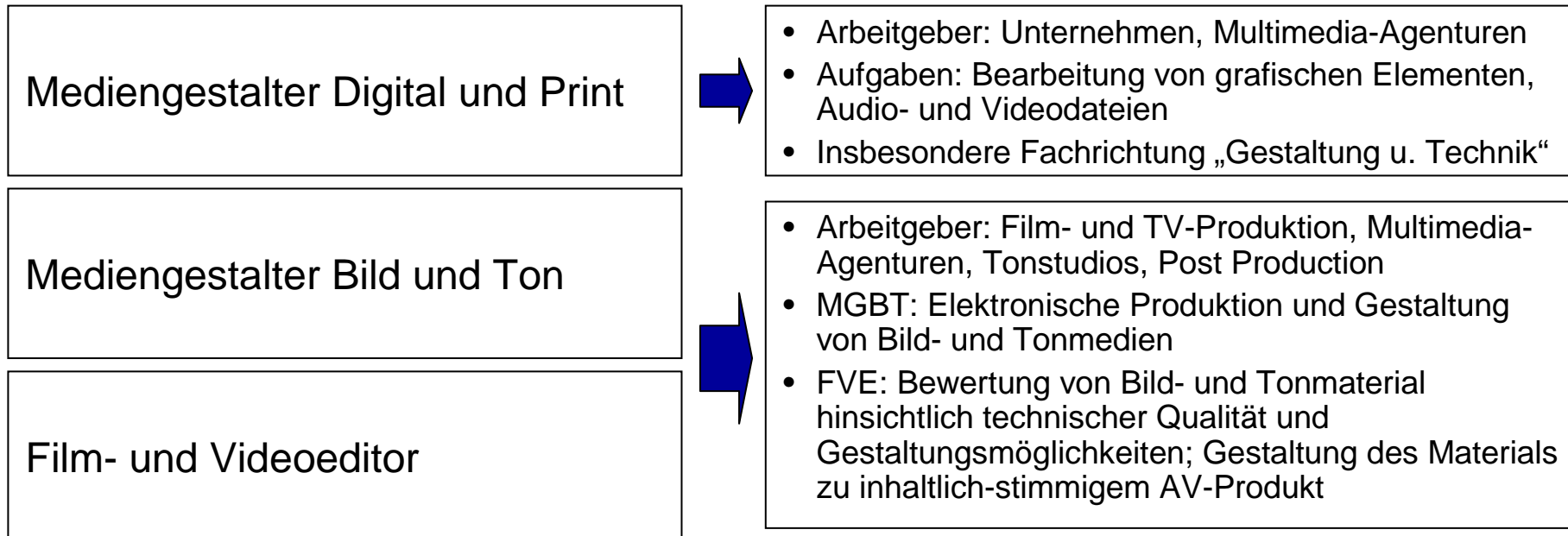
Mediengestalter Digital und Print



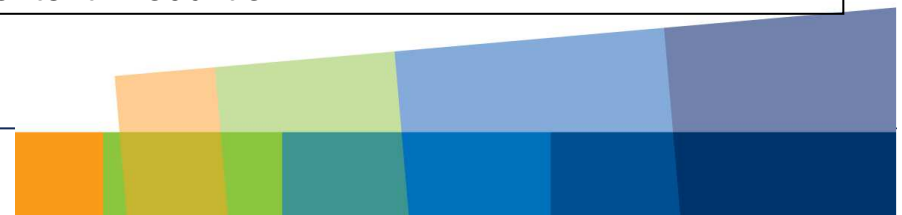
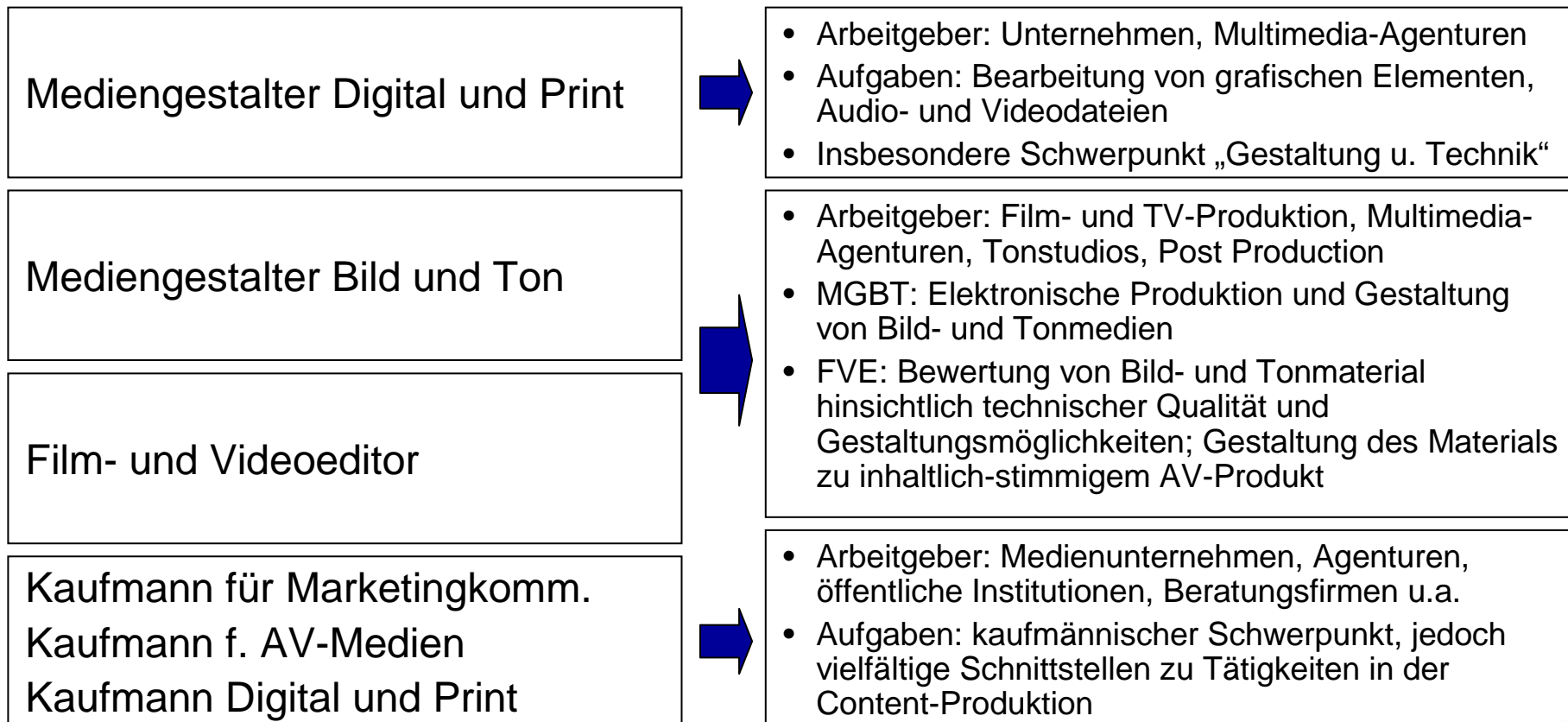
- Arbeitgeber: Unternehmen, Multimedia-Agenturen
- Aufgaben: Bearbeitung von grafischen Elementen, Audio- und Videodateien
- Insbesondere Fachrichtung „Gestaltung u. Technik“



Potenzial der Medienberufe für neue Tätigkeiten in der Content-Produktion



Potenzial der Medienberufe für neue Tätigkeiten in der Content-Produktion

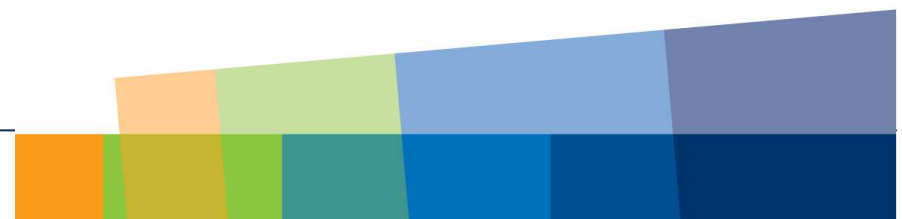


Studienziel

Analyse des Wandels der Medienberufe in der redaktionellen Content-Produktion. Im Fokus: Arbeitsmarkt und dessen Anforderungen an Medienschaffende.

Forschungsfragen

- ? Wandel von Tätigkeitsprofilen und Berufsbildern
- ? Geforderte Qualifikationen und Kompetenzen
- ? Rollenbild
- ? Arbeitsbedingungen
- ? Berufs- und Arbeitsmarktchancen



- **Sekundäranalyse**
Themen: Konvergente Entwicklungen in der Content-Produktion im Multimedia-Zeitalter, Beschäftigte, Berufszugänge, Arbeitsorganisation, Qualifikationsanforderungen
- **Expertenbefragung**
Vertreter aus unterschiedlichen Sektoren der Medienwirtschaft, von Ausbildungsinstitutionen, Interessenvertretungen sowie aus medienfremden Unternehmen
- **Fallstudien**
Arbeitsprozessbeobachtung und Interviews mit Vorgesetzten und Mitarbeitern ausgewählter Felder der Content-Produktion
- **Workshops**
Veröffentlichung und Validierung der erhobenen Befunde, Diskussion von Handlungsoptionen
- **Fachbeirat**



Formale Qualifikation der Content-Produzenten

- Teilweise große Unterschiede auf verschiedenen Produktionsstufen
- Vertreter der Medienberufe auf nahezu allen Stufen vertreten;
Ausnahme: inhaltliche / redaktionelle Tätigkeiten
- Auch in kleinen Unternehmen strikte Trennung von inhaltlichen und sonstigen Aufgaben / Verantwortlichkeiten

*„Mediengestalter Bild und Ton verfügen über eine hohe Technikkompetenz und erbringen auch kreative Leistungen im Produktionsprozess – aber die rein redaktionelle Arbeit wird nach wie vor Journalisten erledigt.“
(Experte Multimedia)*

Weiterbildungsangebote für Content-Produzenten

- Angebote von Brancheneinrichtungen (Verbände, Akademien) bevorzugt
- Stark nachgefragt: bedarfsbezogene, kurzfristige Schulungen mit hohem Arbeitsbezug
- Kaum Bedarf an zusätzlichen Weiterbildungsangeboten



Optimale Berufszugänge für die Content-Produktion

- Qualifikationsanforderungen variieren oft in Abhängigkeit von Unternehmensgröße (klein: Fokus auf anforderungsbezogenen Kompetenzen / groß: Orientierung an formalen Qualifikationen)
- Trotz genereller Bereitschaft der Unternehmensvertreter werden Absolventen der Medienberufe kaum inhaltliche Aufgaben gegeben

*„Leute mit ausgeprägter Technik-Kompetenz sind selten auch starke Texter – es gibt nur wenige Ausnahmefälle, und die sind handverlesen.“
(Expertin Marketingkommunikation)*

Generelle Eignung von Fachkräften mit dualer Erstausbildung

- Ausbildung = gute Basisvoraussetzung f. *technische* Aufgaben
- Ausbildung allein = keine hinreichende Voraussetzung für inhaltliche Tätigkeiten in der Content-Produktion, dafür Hochschulstudium erforderlich

„Die Zuständigkeiten für Redaktion und Technik müssen weiterhin klar getrennt bleiben, aber MGBT haben gute Chancen, nach und nach mehr redaktionelle Tätigkeiten zu übernehmen. Die Kombination von Ausbildung und Leidenschaft ist hierfür Voraussetzung.“ (Experte AV)



Projektion: Reform medienspezifischer Berufsbilder

- Generell wenig Handlungsbedarf aus Sicht der *Unternehmensvertreter*
- Einzelnennungen:
 - Stärkere Berücksichtigung interaktiver Elemente
 - Kaufmännische Berufe: Mehr Kenntnisse in Online-Marketing

„Beim Marketingkaufmann gibt es in der Praxis eine immer engere Verzahnung des Marketings mit dem Vertriebsprozess, daher sollte auch die Ausbildung darauf stärker abzielen.“ (Experte Multimedia)

Meta-Experten

- MGBT: je vielseitiger auf verschiedenen Stufen des Produktionsprozesses einsetzbar, desto besser. Erfolgchancen steigen mit journalistischer Text-Kompetenz (Experte AV)
- mehr Durchlässigkeit, vorausschauende Ausbildung (Expertin Print / Online)



! Wandel von Tätigkeitsprofilen und Berufsbildern

Ursache: Veränderte Produktionsbedingungen

Maßgebliches Charakteristikum: wachsende Konvergenz ehemals getrennter Tätigkeitsprofile

Grenzen journalistisch-redaktioneller zu anderen Aufgabengebieten bleiben weitgehend bestehen

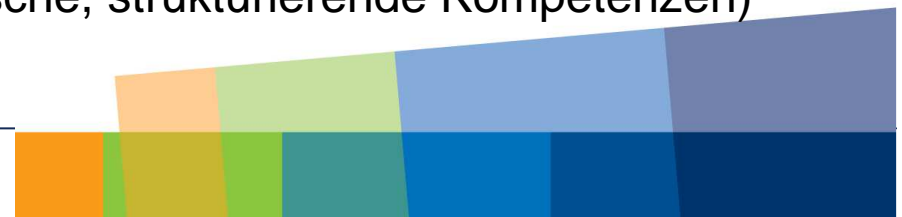
Vertreter von Medienberufen – insbesondere Mediengestalter – nur selten mit inhaltlichen Tätigkeiten betraut

! Geforderte Qualifikationen und Kompetenzen

Journalisten: Technikenkenntnisse, crossmediales Arbeiten

Technische Fachkräfte: Verstärkter Blick für das Gesamtprodukt

abgeschlossenes Hochschulstudium f. journalist. Tätigkeiten immer noch Voraussetzung (inhaltliche, organisatorische, strukturierende Kompetenzen)



! Arbeitsbedingungen

Content-Produzenten = überwiegend fest angestellt und in Vollzeit tätig

Positionen mit hoher Projekt-, jedoch geringer Personal- und Budgetverantwortung

Fortbildungsbedarf

- große Unternehmen: hoch
- kleinere Firmen: arbeitsbezogenes Know-How, Training-on-the-Job

! Rollenfremdbild / Rollenerwartungen

Mitarbeiter in Konzeption und Redaktion: Fokus auf inhaltlichen Tätigkeiten

Beschäftigte in Produktion: stärker technische Kompetenzen verlangt

Soft Skills: recht homogene Anforderungen an alle Mitarbeitergruppen



Wandel von Tätigkeitsprofilen und Berufsbildern

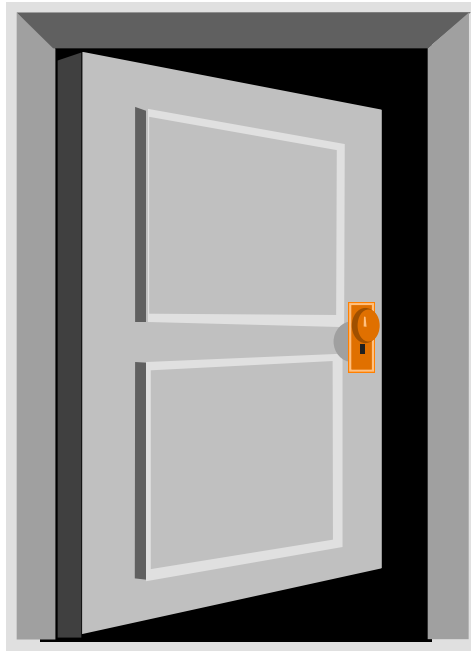
- ⇒ Unterschiedlich hohe Durchlässigkeit von journalistischen zu technischen Tätigkeitsprofilen und vice versa

Geforderte Qualifikationen und Kompetenzen

- ⇒ Vergleich der Anforderungsprofile zeigt Generalisten-Spezialisten-Phänomen



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit



MMB-Institut für Medien- und Kompetenzforschung

www.mmb-institut.de

