Online Content Creator (m./w./d.)

BERUFSBESCHREIBUNG

Die Bezeichnung Online Content Creator (m./w./d.) ist ein Überbegriff für zahlreiche Berufe und Tätigkeiten, die in sozialen Medien Inhalte wie z. B. Texte, Bilder oder Videos produzieren und ihren Followern (m./w./d.) zur Verfügung stellen. Sie sind dabei manchmal auf einen bestimmten Social Media Kanal spezialisiert, z. B. als Youtuber (m./w./d.), bedienen aber meist unterschiedliche Kanäle mit unterschiedlichen Informationsformaten (Bilder, Texte, Videos), um ein möglichst breites Publikum zu erreichen.

Online Content Creator (m./w./d.) konzipieren und planen ihre Social Media Beiträge meist länger im Voraus und teilen ein, wann sie welche Posts online stellen. Sie recherchieren Informationen, produzieren Texte, Videos und Fotos, in der für das jeweiligen Medium geeigneten Länge und im passenden Stil, posten Beiträge und reagieren auf Kommentare. Bei aller Planung ist es aber auch wichtig, spontan auf aktuelle Ereignisse zu reagieren und in den eigenen Beiträgen drauf Bezug zu nehmen.

Online Content Creator*innen sind häufig auf bestimmte Themen spezialisiert, wie z. B. Beauty, Sport, Reisen, mitunter kommentieren sie durch ihre Beitrage aber auch generell das allgemeine, politische und gesellschaftliche Tagesgeschehen. Oft vertreten sie auch bestimmte Marken und Produkte, müssen das in ihren Beiträgen aber klar als bezahlte Werbung erkennbar machen.

Online Content Creator*innen arbeiten häufig selbstständig, aber auch angestellt in Social Media- und Marketingabteilungen größerer Unternehmen und Institutionen. Sie arbeiten im Team z. B. mit Marketingfachleuten, Content Manager*innen, Fotograf*innen und haben Kontakt zu Mitarbeiter*innen aus unterschiedlichen Unternehmensbereichen.

Ausbildung

Für den Berufe Online Content Creator (m./w./d.) gibt es keine geregelte Ausbildung. Viele selbstständige Creator (m./w./d.), die heute erfolgreich sind, haben ihr Projekt am Anfang nur mit einem gewissen Talent für das visuelle Erzählen und Präsentieren und einem großen Interesse für ihr Spezialthema gestartet. Ausführliche IT-Kenntnisse sind insbesondere beim Einstieg nicht zwingend notwendig. Es mach aber jedenfalls Sinn, sich Fachkenntnisse in der Video- und Audio-Aufnahmetechniken, Schnitt-Software, Fotografie oder das Texten für Soziale Medien anzueignen.
Dasselbe gilt für die Kenntnisse rund um Social Media Marketing und Suchmaschinenoptimierung (SEO).

© ibw-Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft