Medienfachkraft - Digitalmarketing (Lehrberuf)

BERUFSBESCHREIBUNG

Medienfachkräfte mit Schwerpunkt Digitalmarketing kümmern sich um die Onlinepräsenz sowie das Digitalmarketing von Unternehmen, Institutionen oder Veranstaltungen. In Absprache mit ihren Kund*innen definieren sie Zielgruppen, Inhalte und Strategien für Websites, Newsletter, Corporate Blogs und Social-Media-Plattformen. Sie stellen Inhalte zusammen, betreuen die Website-Inhalte, erstellen und verschicken Newsletter, planen und entwickeln die Social-Media-Auftritte und schalten Online-Werbung. Mit Monitoring- und Analysetools überprüfen sie laufend den Erfolg der Maßnahmen und erstellen Reports und Auswertungen.

Medienfachkräfte mit Schwerpunkt Digitalmarketing müssen sich laufend über neue Trends auf Social-Media-Plattformen, Influencer-Netzwerken, über Website-Usability und anderer Tools informieren, um am neuesten Stand zu bleiben. Sie arbeiten überwiegend in Büros und Besprechungsräumen an Computerarbeitsplätzen im Team mit Berufskolleg*innen. Sie haben laufenden Kontakt zu ihren Auftraggeber*innen und je nach Auftrag außerdem zum Beispiel zu Kolleg*innen aus den Bereichen Kommunikation, Werbung, Webdesign und Grafik.

Ausbildung

Die Ausbildung erfolgt als **Lehrausbildung** (= Duale Ausbildung). Voraussetzung dafür ist die Erfüllung der 9-jährigen Schulpflicht und eine Lehrstelle in einem Ausbildungsbetrieb. Die Ausbildung erfolgt überwiegend im **Ausbildungsbetrieb** und begleitend dazu in der **Berufsschule**. Die Berufsschule vermittelt den theoretischen Hintergrund, den du für die erfolgreiche Ausübung deines Berufs benötigst.

Wichtige Aufgaben und Tätigkeiten

- Kund*innen beraten und Wünsche und Vorstellungen einholen
- Ziele, Inhalte und Zielgruppen der Digitalmarketing-Maßnahmen gemeinsam mit den Kund*innen definieren
- bei der Erstellung von Konzepten, Kalkulationen und Zeitplänen mitarbeiten
- bestehende Vorgaben für Grafiken, Logos etc. gemäß Corporate Identity (CI) und Corporate Design Manual (CDM) einhalten
- Content und Online-Kanäle recherchieren
- den Website-Content betreuen
- Texte und Bilder unter Berücksichtigung von Usability, User-Experience und Accessibility aufbereiten
- Maßnahmen zur Suchmaschinenoptimierung (SEO) setzen, z. B. mittels SEO--Plug-ins oder Key-Word-Marketing
- E-Mail-Marketing-Maßnahmen konzipieren, Layout und Inhalte für Newsletter festlegen und gestalten
- Social-Media-Auftritte ihrer Kundinnen und Kunden planen und betreuen, Werbung schalten und die Social-Media-Strategie laufend weiterentwickeln
- Digitalmarketing-Maßnahmen mittels Monitoring- und Analyse-Tools beobachten, analysieren und dokumentieren

Anforderungen

- Anwendung generativer KI und von KI-Assistenzsystemen
- Anwendung und Bedienung digitaler Tools
- Datensicherheit und Datenschutz
- Gefühl für Farben und Formen
- gestalterische Fähigkeit
- gute Beobachtungsgabe
- gute Deutschkenntnisse
- gutes Augenmaß
- kaufmännisches Verständnis
- Präsentationsfähigkeit

- Argumentationsfähigkeit / Überzeugungsfähigkeit
- Aufgeschlossenheit
- Einfühlungsvermögen
- Kommunikationsfähigkeit
- Kompromissbereitschaft
- Kritikfähigkeit
- Kund*innenorientierung

- Aufmerksamkeit
- Begeisterungsfähigkeit
- Belastbarkeit / Resilienz
- Beurteilungsvermögen / Entscheidungsfähigkeit
- Flexibilität / Veränderungsbereitschaft
- Konzentrationsfähigkeit
- Selbstorganisation
- Selbstvertrauen / Selbstbewusstsein
- Verschwiegenheit / Diskretion

- gepflegtes Erscheinungsbild

- Informationsrecherche und Wissensmanagement
- Kreativität
- Planungsfähigkeit
- systematische Arbeitsweise
- Umgang mit sozialen Medien

© ibw-Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft