Marketingfachmann / Marketingfachfrau

BERUFSBESCHREIBUNG

Marketingfachleute sind für Aufgaben in den Bereichen Werbung, Marketing und Public Relations (PR) zuständig. Insbesondere sind die Erfassung, Beobachtung und Analyse der Zielgruppe (bestehende und potenzielle Kund*innen) von großer Bedeutung. Sie entwickeln Marketingkonzepte, planen Werbemaßnahmen und Werbekampagnen sowie Messen, Firmenevents und andere Events. Sie führen Markt- und Meinungsanalysen durch und verfolgen, wie die Produkte oder Dienstleistungen ihres Unternehmens in der Öffentlichkeit bzw. am Markt aufgenommen werden. Darüber hinaus wirken Marketingfachleute bei der strategischen Entwicklung des Unternehmensleitbildes (Corporate Identity) und der Unternehmensziele (z. B. Marktpositionierung, Marktanteile, Image, Branding) mit.

Marketingfachleute arbeiten in Betrieben aller Branchen sowie für öffentliche Institutionen und Organisationen. Je nach Unternehmensgröße und Branche arbeiten sie eigenständig sowie im Team mit Fachkräften unterschiedlicher Abteilungen und kommunizieren mit Werbeagenturen, PR-Agenturen und Event-Veranstalter*innen. Im Zuge der Digitalisierung gewinnt die Zusammenarbeit mit Social Media Agenturen, "Social Media Persönlichkeiten" und Influencern (m./w./d.) als Marketingstrategie und unter dem Schlagwort "Digital Marketing" immer mehr an Bedeutung.

Ausbildung

Für den Beruf Marketingfachmann*frau ist in der Regel eine abgeschlossene Schulausbildung mit entsprechendem Schwerpunkt (z. B. HAK, Medien) oder ein abgeschlossenes Universitäts- oder Fachhochschulstudium z. B. in Betriebswirtschaft, Marketing, Public Relations, Mediengestaltung erforderlich.

Wichtige Aufgaben und Tätigkeiten

- betriebliche Daten und Kennzahlen wie z. B. Produktions- und Umsatzzahlen sammeln und auswerten
- externe Markt-, Wirtschafts- und Konjunkturdaten verfolgen
- Studien zur Markt- und Meinungsforschung in Auftrag geben
- Werbe- und Marketingkonzepte entwickeln, mit der Unternehmensleitung besprechen
- bei der Formulierung des Unternehmensleitbildes (Corporate Identity), der Unternehmensziele usw. mitwirken
- Kund*innen (bestehende und potenzielle) und Zielgruppen analysieren, z. B. nach Alter, Einkommen, Geschlecht, Konsum- und Kaufverhalten
- marktgerechte Produktions- und Absatzplanung durchführen
- Marketing- und Werbeveranstaltungen, Firmenevents usw. planen, organisieren und koordinieren
- Werbeauftritte, Mailingaktionen, Gewinnspiele usw. planen und durchführen
- Firmenpräsentationen auf Messen und Märkten organisieren
- Prospekte, Präsentationsunterlagen, Infobroschüren, Kataloge usw. erstellen
- Produktpräsentationen, Interviews und Pressekonferenzen abhalten

Anforderungen

- Anwendung generativer KI und von KI-Assistenzsystemen
- Anwendung und Bedienung digitaler Tools
- Datensicherheit und Datenschutz
- Fremdsprachenkenntnisse
- gute Deutschkenntnisse
- gute rhetorische Fähigkeit
- kaufmännisches Verständnis
- Präsentationsfähigkeit
- schriftliches Ausdrucksvermögen
- wirtschaftliches Verständnis

- Argumentationsfähigkeit / Überzeugungsfähigkeit
- Aufgeschlossenheit
- Kommunikationsfähigkeit
- Kontaktfreude
- Kritikfähigkeit
- Kund*innenorientierung
- Motivationsfähigkeit

- Aufmerksamkeit
- Begeisterungsfähigkeit
- Belastbarkeit / Resilienz
- Beurteilungsvermögen / Entscheidungsfähigkeit
- Flexibilität / Veränderungsbereitschaft
- Freundlichkeit
- Selbstorganisation
- Zielstrebigkeit

- gepflegtes Erscheinungsbild

- Koordinationsfähigkeit
- Kreativität
- Organisationsfähigkeit
- Planungsfähigkeit
- unternehmerisches Denken

© ibw-Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft