

Arbeitswelt Mediamatiker

# Kreative Brückenbauer in der digitalisierten Welt

Mike ist ein Praktiker mit Flair für Design und Technik. Vom Flyer bis zur Homepage gestaltet er den Werbeauftritt seines Kleinbetriebes und installiert gleichzeitig ein neues Bürokommunikationsnetz. Jan gilt in seinem Unternehmen als Crack für die Welt der bewegten Bilder. Er beherrscht alle filmischen Produktionsschritte vom Drehbuch bis zum Schnitt und kann dank seinen Marketingkenntnissen gut abschätzen, was kommerziellen Erfolg verspricht. – Wirksame Messeauftritte aus einer Hand sind Livias Domäne. Sie budgetiert und organisiert die Anlässe, definiert den Marketingmix und setzt ihre Design- und Event-Ideen zum Teil gleich selber um.

Die Beispiele zeigen: Mediamatiker und Mediamatikerinnen beackern ein weites Feld. Dabei haben sie die Nase im frischen Wind der digitalen Welt, stehen aber mit beiden Beinen mitten im Business. Als Generalisten mit spezifischem Fachwissen sind sie vor allem kreative Brückenbauer zwischen Spezialisten und Anwendern neuester Technologien und Medien.

## Beruf für Vielseitige

Ihr Beruf ist jung, anspruchsvoll und vielfältig. Mit dem Aufschwung der Informatik stellte sich Unternehmen, aber auch Organisationen, Verwaltungen oder Schulen die brennende Frage: Wie stimmt man die galoppierenden technischen Entwicklungen und betriebswirtschaftliche Abläufe gewinnbringend aufeinander ab?

Informatikspezialisten kennen in der Regel die Businesswelt wenig, für die sie ihre Produkte entwickeln. Kaufleute, Marketingspezialisten, Administratoren oder Designer sind oft mit der Technologieanwendung überfordert. Gefragt war deshalb ein Beruf, der vielfältigen Ansprüchen gerecht wird. So wurde in den 1990er Jahren eine neue Ausbildung definiert: Mediamatiker sollen mit ihren Fachkenntnissen in Betriebswirtschaft einerseits, Informations- und Multimedia-Techniken andererseits die hohen Ansprüche der sich rasch verändernden Gesellschafts- und Wirtschaftswelt abdecken.

Der Anstoss zu dieser neuen Generalistenausbildung kam von der Swisscom, erinnert sich Alfred Breu. Er ist Vizepräsident des Berufsbildungsverbandes Informatik und Kommunikationstechnologie (ICT Schweiz) und war federführend bei der jüngst erfolgten Überarbeitung des Mediamatiker-Berufsprofils. Bis heute bildet die Swisscom am meisten der vielseitigen

Berufsleute aus. Ingbert Kaczmarczyk, Fachbereichsleiter Mediamatik am Berufsbildungszentrum in Sursee (Luzern), stellt aber fest, dass im Übrigen vor allem kleine und mittlere Firmen Mediamatiker ausbilden, während erst wenig Grossunternehmen Lehrstellen anbieten. Einzelne gibt es aber in der öffentlichen Verwaltung oder in Hochschulen. So bildet beispielsweise die ETH Mediamatiker aus.

Erstaunlich ist, dass es den Mediamatikerberuf nur in der Schweiz gibt. Breu führt das darauf zurück, dass das Berufsprofil ganz pragmatisch entwickelt und auf die Bedürfnisse hiesiger Unternehmen abgestimmt wurde. In der Romandie ist der Beruf übrigens gut etabliert. Rund ein Drittel aller Mediamatiker werden dort ausgebildet, und zwar im jenseits der Saane sonst unüblichen dualen System von Betrieb und Schule. Dagegen war Zürich bisher ein weisser Fleck auf der Landkarte: Wer hier eine Mediamatiker-Ausbildung absolvierte, besuchte in der Regel den Berufsschuleteil in Aarau. Das ändert sich jetzt: Ab Spätsommer unterrichtet das Bildungszentrum Zürichsee in Stäfa (mit Beteiligung der Berufsschule für Gestaltung Zürich) auch Mediamatiker, die ihre Lehre bei einem Betrieb im Kanton Zürich absolvieren.

Zu tun hat das mit der steigenden Akzeptanz des Berufs bei den Unternehmen. Wesentlich dazu beigetragen hat laut Breu die Reform des Berufsprofils. Der Mediamatiker entwickle sich heute vermehrt in die Richtung einer Cross-Media-Fachperson, wie sie von vielen Unternehmen im Grossraum Zürich gesucht wird. Heute werden pro Jahr gegen 400 Mediamatiker ausgebildet, Tendenz steigend. Breu sieht durchaus Potenzial für eine Verdoppelung dieser Zahl und ist auch überzeugt, dass der Markt so viele Mediamatiker absorbieren kann.

Bei den Unternehmen setzt sich nämlich allmählich die Erkenntnis durch, dass Mediamatiker dank ihrer breiten Ausbildung sehr flexibel einsetzbar sind, beobachtet Kaczmarczyk. Kommt hinzu, dass zwei Drittel der Lernenden ihre anspruchsvolle Ausbildung mit einer Berufsmatura abschliessen. Das ist mehr als doppelt so viel wie beim KV und in der deutschen Schweiz die höchste Maturaquote aller Lehrberufe. Trotz oder gerade wegen der hohen Anforderungen gilt der Mediamatikerberuf als attraktiv. Und häufiger als die Informatikausbildungen zieht er auch Frauen an, zwar nicht so viele wie die KV-Berufe, aber immerhin rund 30 Prozent.

«Wir sind zuversichtlich, dass sich in Zukunft noch mehr junge Frauen für die Mediamatik-Laufbahn entscheiden», meint Breu, denn die hybride technisch-kaufmännische Ausbildung werde beibehalten. Das Interesse für betriebswirtschaftliche Zusammenhänge und Soft Skills wie Kommunikationstalent sind nach wie vor wichtige Anforderungen in diesem Beruf, der auch technisches Verständnis und Interesse am PC und an neuen Medien verlangt. Im Schulstoff machten Sprachen und kaufmännische Praxis laut Breu noch immer mehr als die Hälfte der Lektionen aus. So sei das Berufsprofil zwar durch klarere Akzente, beispielsweise in Multimedia, Design und Projektarbeit, geschärft, doch nicht grundsätzlich umgewandelt worden.

## Beliebte Zusatzetappen

Mediamatiker mit einer vierjährigen Grundausbildung haben gute Berufsaussichten. Die hohe Berufsmaturaquote deutet aber an, dass viele Mediamatiker nach der Lehre eine weitere Ausbildungsetappe anschliessen, sei es eine Spezialisierung, sei es in Richtung Informatik, Multimedia, Marketing oder Betriebswirtschaft. Wer die Berufsmatura abgeschlossen hat, kann an einer Fachhochschule studieren. Je nach Ausrichtung sind dies Hochschulen für Wirtschaft oder Hochschulen für Technik und Architektur. Über eine einjährige Passarelle ist es Berufsmaturanden auch möglich, das Studium an einer universitären Hochschule aufzunehmen.

*Caspar Heer*