



Berufe

Handel, Marketing, E-Commerce



Berufskompass

Die AMS-Webseite zur beruflichen Orientierung

Der Berufskompass ist die Orientierungshilfe für die Berufswahl.

Nur 15 Minuten Fragen beantworten, und dann erhalten Sie Ihr persönliches Interessens- und Neigungprofil mit Berufsvorschlägen.



BERUFS-INFOS ONLINE

www.ams.at/berufskompass



HANDEL MARKETING E-COMMERCE

AnzeigenkontakterIn
Brand-ManagerIn
Callcenter-AgentIn
DatensicherheitsexpertIn
E-Business-ManagerIn
EinkäuferIn
HandelsvertreterIn
Logistik-ManagerIn
Marketing-BeraterIn
PharmareferentIn
Social-Media-ManagerIn
VerkaufstechnikerIn
WerbetexterIn
usw.

Medieninhaber: Arbeitsmarktservice
Dienstleistungsunternehmen des öffentlichen Rechts
Bundesgeschäftsstelle: 1200 Wien, Treustraße 35-43

7. Auflage 2016
Stand: April 2016
Druck: Juni 2016

Redaktion: Dr. Friedrich Moshhammer
AMS/Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation/ABI

Konzeption und Text: 3s Unternehmensberatung GmbH
Aktualisierung 2016: Mag. Heike Artl

Grafische Gestaltung: Martina Mandl, Mag. Martina Veratschnig
Layout-Adaptierung 2013 – 3s Unternehmensberatung GmbH
Reinzeichnung: CMS Vesely GmbH, 2100 Korneuburg
Fotos: Caterina Krüger

Umschlag und Insetate: Werbekunst, 3441 Dietersdorf, www.werbekunst.at
Gesamtherstellung: Druckerei Berger, 3580 Horn

ISBN: 978-3-85495-630-4



Das Österreichische Umweltzeichen
für Druckerzeugnisse, UZ 24, UW 686
Ferdinand Berger & Söhne GmbH.

INHALT

Einführung	18
■ E-Business und E-Commerce	22
■ Einkauf und Logistik	34
■ Handel und Export	46
■ Information und Medien	66
■ Marketing	76
■ Verkauf und Vertrieb	96
■ Werbung und Public Relations	108
Informationsquellen	134
Adressen	136
Internetadressen und Portale	158
Glossar	162

VERZEICHNIS ALLER BERUFE

A

Account-ManagerIn	119
Account Planner (m/w)	110
Agrarkauffrau	48
Agrarkaufmann	48
AnalystIn	57
AnzeigenkontakterIn	111
AnzeigenverkäuferIn	111
Area-ManagerIn	78
Art Buyer (m/w)	112
Art Director (m/w)	113
AußenhändlerIn	54

B

BankangestellteR	49
Bankkauffrau	49
Bankkaufmann	49
BeschaffungscontrollerIn	40
BeschaffungsmanagerIn	36
Betriebslogistikkaufmann	37
Betriebslogistikkauffrau	37
Brand-ManagerIn	79
Buch- und MedienwirtschafterIn - Buch- und Musikalienhandel	50
Buch- und MedienverkäuferIn	50
BuchhändlerIn	50
Business-Development-ManagerIn	98
Business Intelligence Consultant (m/w)	70

C

Callcenter-AgentIn	80
Callcenter-MitarbeiterIn	80
Category-ManagerIn	81
Channel-Marketing-ManagerIn	82
Competitive-Intelligence-AnalystIn	70
Commodity-ManagerIn	36
Computer-VerkäuferIn	52
Content-ManagerIn	68
ControllerIn (Vertrieb)	106
Copywriter (m/w)	133

Creative Director (m/w)	114
CRM-ManagerIn	84
CSR-ManagerIn	115
Customer-Care-AgentIn	83
Customer-Care-MitarbeiterIn	83
Customer-Service-AgentIn	83
Customer-Relationship-ManagerIn	84

D

Data Security Advisor (m/w)	25
Data-Warehouse-ManagerIn	70
Datenbank-AdministratorIn	24
DatenbankbetreuerIn	24
DatenbankorganisatorIn	24
DatenbankverwalterIn	24
DatensicherheitsexpertIn	25
DekorateurIn	116
Dialogmarketing-ManagerIn	85
Direktmarketing-ManagerIn	85
DisponentIn	38
Drogeriekauffrau	51
Drogeriekaufmann	51
DrogerieverkäuferIn	51
DrogistIn	51

E

E-Business Consultant (m/w)	27
E-Business-DeveloperIn	28
E-Business-ManagerIn	26
E-Commerce-BeraterIn	27
E-Commerce Consultant (m/w)	27
E-Commerce-DeveloperIn	28
E-Commerce-ManagerIn	26
E-JuristIn	29
E-Logistik-ManagerIn	43
E-Procurement-ManagerIn	36
E-Tourismus-ManagerIn	33
E-TouristikerIn	33
EDV-Kauffrau	52
EDV-Kaufmann	52

VERZEICHNIS ALLER BERUFE

EinkäuferIn	39
EinkaufsberaterIn	41
EinkaufscontrollerIn	40
Einzelhandelskauffrau	53
Einzelhandelskaufmann	53
Event-ManagerIn	86
Exportkauffrau	54
Exportkaufmann	54
ExportleiterIn	55
ExportmanagerIn	55
ExportsachbearbeiterIn	54

F

Finanzdienstleistungskauffrau	56
Finanzdienstleistungskaufmann	56
FondsmanagerIn	57
FotoartikelverkäuferIn	58
Foto- und Multimediakauffrau	58
Foto- und Multimediakaufmann	58
Fotokauffrau	58
Fotokaufmann	58
Fundraising-AgentIn	87
Fundraising-ManagerIn	87

G

Grafik-DesignerIn	117
GrafikerIn	117
Großhandelskauffrau	59
Großhandelskaufmann	59

H

HandelsagentIn	99
HandelsvertreterIn	99
Hard- und SoftwareverkäuferIn	52
Hotline-BeraterIn	80

I		
	Immobilienkauffrau	60
	Immobilienkaufmann	60
	ImmobilienverwalterIn	60
	InformationsbrokerIn	69
	InformationsmanagerIn	70
	InformationsvermittlerIn	69
	Information Specialist (m/w)	69
	Internet Business Consultant (m/w)	27
	Internet-Business-ManagerIn	26
	InterviewerIn	88
	IT-JuristIn	29
	IT-SicherheitsexpertIn	25
K		
	Kauffrau für landwirtschaftliche Produkte	48
	Kaufmann für landwirtschaftliche Produkte	48
	Key-Account-ManagerIn	100
	KommunikationsmanagerIn	118
	KontakterIn	119
	KonzepterIn	120
	KonzeptionerIn	120
	KonzeptionistIn	120
	KreativdirektorIn	114
L		
	LagerlogistikerIn	37
	LogistikerIn	42
	Logistik-ManagerIn	43
M		
	ManagerIn (Einkauf, Beschaffung)	36
	ManagerIn (Export)	55
	ManagerIn (Logistik)	43
	ManagerIn (Supply Chain)	45
	Marken-ManagerIn	79
	Marketing-BeraterIn	89
	Marketing Consultant (m/w)	89

VERZEICHNIS ALLER BERUFE

Marketing-ControllerIn	90
Marketing-ManagerIn	91
Marketing-ManagerIn (Non-Profit-Management)	87
Marketing-ManagerIn im Tourismus	95
Market-Research-AnalystIn	70
Market-Research-ManagerIn	92
Markt-AnalystIn	92
Markt- und MeinungsforscherIn	92
MediaplanerIn	121
Medienfachfrau – Marktkommunikation und Werbung	122
Medienfachmann – Marktkommunikation und Werbung	122
Medienfachfrau – Mediendesign	123
Medienfachmann – Mediendesign	123
Medienfachfrau – Medientechnik	71
Medienfachmann – Medientechnik	71
Medizinproduktekaufmann	61
Medizinproduktekauffrau	61
Merchandiser (m/w)	101
Messe- und AusstellungsorganisatorIn	124
Multimedia-ProjektmanagerIn	73
MusikalienhändlerIn	50

N

NachhaltigkeitsmanagerIn	115
--------------------------	-----

O

Online-HändlerIn	30
Online-JournalistIn	72
Online-Marketing-BeraterIn	31
Online-Marketing-ExpertIn	31
Online-Marketing-ManagerIn	93
Online-MediaplanerIn	125
Online-PR-BeraterIn	126
Online-RedakteurIn	72
Online-Relations-ExpertIn	126
Online-TouristikerIn	33

P

PharmareferentIn	62
Pharmazeutisch-kaufmännischeR AssistentIn	63
PlanerIn für Marketingkommunikation	127
PR-BeraterIn	128
PR Consultant (m/w)	128
Pre Sales Consultant (m/w)	102
Pre-Sales-VertriebsberaterIn	102
PressereferentIn	129
PressesprecherIn	129
PR-ManagerIn	128
Procurement-ManagerIn	36
Produkt-ManagerIn	94
ProduktvertreterIn	99
ProjektmanagerIn (Media)	73
ProjektmanagerIn (Multimedia)	73

R

Regional-ManagerIn	78
--------------------	----

S

Sales-ManagerIn	103
SAP-AnwendungsberaterIn	32
SAP-BeraterIn	32
SAP-Consultant (m/w)	32
SAP-SpezialistIn	32
SchaufenstergestalterIn	116
Screen-DesignerIn	75
Security-ManagerIn IT	25
SEO-/SEA-ManagerIn	130
SpezialistIn für E-Tourismus	33
Social-Media-BeraterIn	74
Social Media Consultant (m/w)	74
Social-Media-ManagerIn	74
SozialforscherIn	92
Speditionskauffrau	44
Speditionskaufmann	44
Sponsoring-AgentIn	87
StrategischeR PlanerIn	110
Supply-Chain-ManagerIn	45

VERZEICHNIS ALLER BERUFE

T

TechnischeR EinkäuferIn	39
Tele Sales Agent (m/w)	104
Tele Sales Professional (m/w)	104
Tourismus-Marketing-ManagerIn	95
Tourismus-Werbe-ManagerIn	95
Trend-Category-ManagerIn	81

V

VeranstaltungsmanagerIn	86
VeranstaltungsorganisatorIn	86
VerkäuferIn	53
Verkaufsförderer/-in	101
VerkaufsmanagerIn	103
VerkaufstechnikerIn	105
VersicherungsangestellteR	64
VersicherungsberaterIn	64
Versicherungsfachfrau	64
Versicherungsfachmann	64
Versicherungskauffrau	64
Versicherungskaufmann	64
VersicherungsmaklerIn	64
VertriebscontrollerIn	106
VertriebsingenieurIn	105
VertriebsmanagerIn	107
VertriebsmanagerIn E-Commerce	26
VertriebsmanagerIn für Online-Werbung	131
VertriebstechnikerIn	105
Visual Merchandiser (m/w)	101

W

Web-DesignerIn	75
WerbeberaterIn	132
WerbegestalterIn	116
WerbetexterIn	133
WertpapieranalystIn	57

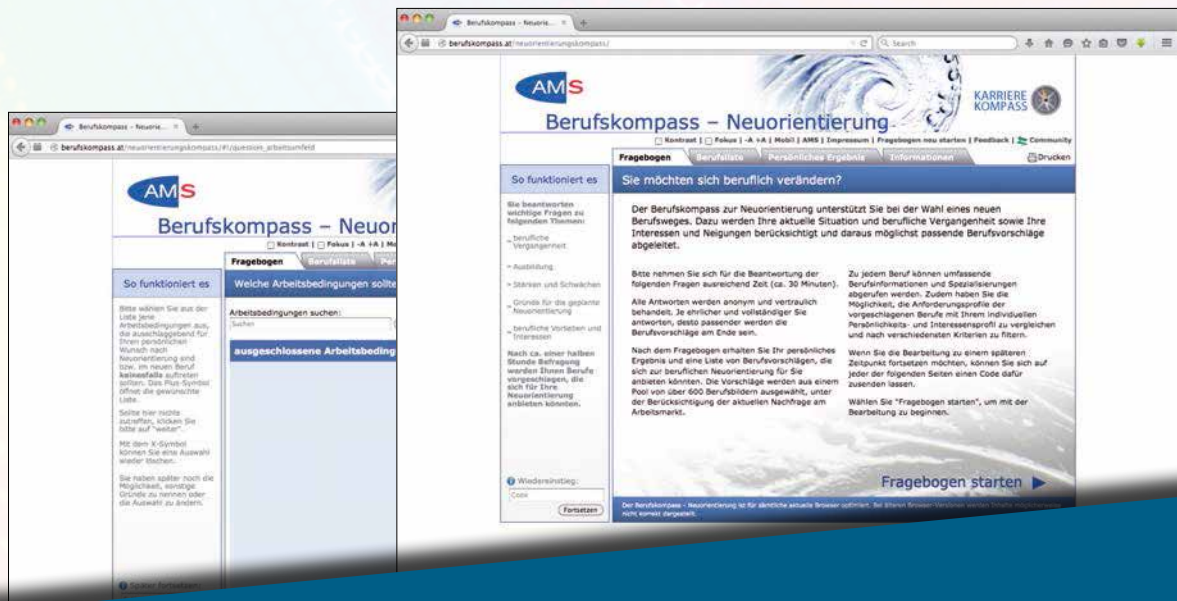
Neuorientierungskompass

Für alle, die sich beruflich neu ausrichten wollen

Sie möchten sich beruflich verändern?

Der Berufskompass zur Neuorientierung unterstützt Sie bei der Wahl eines neuen Berufsweges. Sie beantworten Fragen zu folgenden Themen: berufliche Vergangenheit, Ausbildung, Stärken und Schwächen, Gründe für die geplante Neuorientierung, berufliche Vorlieben und Interessen.

Anschließend erhalten Sie Ihr persönliches Ergebnis und eine Liste von Berufsvorschlägen. Zu jedem Beruf können Sie umfassende Berufsinformationen und Spezialisierungen abrufen.



BERUFS-INFOS ONLINE

www.ams.at/neuorientierungskompass



VERZEICHNIS NACH TÄTIGKEITSBEREICHEN



Beratung

AnzeigenkontakterIn	111
AnzeigenverkäuferIn	111
E-Business Consultant (m/w)	27
E-Commerce-BeraterIn	27
E-Commerce Consultant (m/w)	27
EinkaufsberaterIn	41
E-JuristIn	29
Information Specialist (m/w)	69
InformationsbrokerIn	69
InformationsvermittlerIn	69
Internet Business Consultant (m/w)	27
IT-JuristIn	29
KonzepterIn	120
KonzeptionerIn	120
KonzeptionistIn	120
Marketing-BeraterIn	89
Marketing Consultant (m/w)	89
Market-Research-ManagerIn	92
Markt-AnalystIn	92
Markt- und MeinungsforscherIn	92
Online-Marketing-BeraterIn	31
Online-Marketing-ExpertIn	31
Online-PR-BeraterIn	126
Online-Relations-ExpertIn	126
PR-BeraterIn	128
PR Consultant (m/w)	128
PR-ManagerIn	128
Pre Sales Consultant (m/w)	102
Pre-Sales-VertriebsberaterIn	102
SAP-AnwendungsberaterIn	32
SAP-BeraterIn	32
SAP-Consultant (m/w)	32
SAP-SpezialistIn	32
SozialforscherIn	92
VerkaufstechnikerIn	105
VertriebsingenieurIn	105
VertriebstechnikerIn	105
WerbeberaterIn	132



Gestaltung

Art Director (m/w)	113
DekorateurIn	116
Grafik-DesignerIn	117
GrafikerIn	117
Medienfachfrau – Mediendesign	123
Medienfachmann – Mediendesign	123
Multimedia-ProjektmanagerIn	73
ProjektmanagerIn (Media)	73
ProjektmanagerIn (Multimedia)	73
SchaufenstergestalterIn	116
Screen-DesignerIn	75
Web-DesignerIn	75
WerbegealterIn	116



Handel

Agrarkauffrau	48
Agrarkaufmann	48
AußenhändlerIn	54
BankangestellteR	49
Bankkauffrau	49
Bankkaufmann	49
Buch- und MedienwirtschafterIn –	
Buch- und Musikalienhandel	50
Buch- und MedienverkäuferIn	50
BuchhändlerIn	50
Computer-VerkäuferIn	52
Drogeriekauffrau	51
Drogeriekaufmann	51
DrogerieverkäuferIn	51
DrogistIn	51
EDV-Kauffrau	52
EDV-Kaufmann	52
EinkäuferIn	39
Einzelhandelskauffrau	53
Einzelhandelskaufmann	53
Exportkauffrau	54
Exportkaufmann	54

VERZEICHNIS NACH TÄTIGKEITSBEREICHEN

ExportsachbearbeiterIn	54
Finanzdienstleistungskauffrau	56
Finanzdienstleistungskaufmann	56
FotoartikelverkäuferIn	58
Foto- und Multimediakauffrau	58
Foto- und Multimediakaufmann	58
Fotokauffrau	58
Fotokaufmann	58
Großhandelskauffrau	59
Großhandelskaufmann	59
HandelsagentIn	99
HandelsvertreterIn	99
Hard- und SoftwareverkäuferIn	52
Immobilienkauffrau	60
Immobilienkaufmann	60
ImmobilienverwalterIn	60
Kauffrau für landwirtschaftliche Produkte	48
Kaufmann für landwirtschaftliche Produkte	48
Medizinproduktekaufmann	61
Medizinproduktekauffrau	61
MusikalienhändlerIn	50
PharmareferentIn	62
Pharmazeutisch-kaufmännischeR AssistentIn	63
ProduktvertreterIn	99
TechnischeR EinkäuferIn	39
Tele Sales Agent (m/w)	104
Tele Sales Professional (m/w)	104
VerkäuferIn	53
VersicherungsangestellteR	64
VersicherungsberaterIn	64
Versicherungsfachfrau	64
Versicherungsfachmann	64
Versicherungskauffrau	64
Versicherungskaufmann	64
VersicherungsmaklerIn	64
VertriebsmanagerIn für Online-Werbung	131



Organisation

Account-ManagerIn	119
Account Planner (m/w)	110
AnalystIn	57

Area-ManagerIn	78
Art Buyer (m/w)	112
BeschaffungscontrollerIn	40
BeschaffungsmanagerIn	36
Betriebslogistikkaufmann	37
Betriebslogistikkauffrau	37
Brand-ManagerIn	79
Business-Development-ManagerIn	98
Business Intelligence Consultant (m/w)	70
Category-ManagerIn	81
Channel-Marketing-ManagerIn	82
Commodity-ManagerIn	36
Competitive-Intelligence-AnalystIn	70
ControllerIn (Vertrieb)	106
Creative Director (m/w)	114
CRM-ManagerIn	84
CSR-ManagerIn	115
Customer-Relationship-ManagerIn	84
Data Security Advisor (m/w)	25
Data-Warehouse-ManagerIn	70
Datenbank-AdministratorIn	24
DatenbankbetreuerIn	24
DatenbankorganisatorIn	24
DatenbankverwalterIn	24
DatensicherheitsexpertIn	25
Dialogmarketing-ManagerIn	85
Direktmarketing-ManagerIn	85
DisponentIn	38
E-Business-DeveloperIn	28
E-Business-ManagerIn	26
E-Commerce-DeveloperIn	28
E-Commerce-ManagerIn	26
EinkaufscontrollerIn	40
E-Logistik-ManagerIn	43
E-Procurement-ManagerIn	36
E-Tourismus-ManagerIn	33
E-TouristikerIn	33
Event-ManagerIn	86
ExportleiterIn	55
ExportmanagerIn	55
FondsmanagerIn	57

VERZEICHNIS NACH TÄTIGKEITSBEREICHEN

Fundraising-AgentIn	87
Fundraising-ManagerIn	87
InformationsmanagerIn	70
Internet-Business-ManagerIn	26
IT-SicherheitsexpertIn	25
Key-Account-ManagerIn	100
KommunikationsmanagerIn	118
KontakterIn	119
KreativdirektorIn	114
LagerlogistikerIn	37
LogistikerIn	42
Logistik-ManagerIn	43
ManagerIn (Einkauf, Beschaffung)	36
Marketing-ManagerIn (Non-Profit-Management)	87
ManagerIn (Export)	55
ManagerIn (Logistik)	43
ManagerIn (Supply Chain)	45
Marken-ManagerIn	79
Marketing-ControllerIn	90
Marketing-ManagerIn	91
Marketing-ManagerIn im Tourismus	95
Market-Research-AnalystIn	70
MediaplanerIn	121
Medienfachfrau – Marktkommunikation und Werbung	122
Medienfachmann – Marktkommunikation und Werbung	122
Messe- und AusstellungsorganisatorIn	124
NachhaltigkeitsmanagerIn	115
Online-HändlerIn	30
Online-Marketing-ManagerIn	93
Online-MediaplanerIn	125
Online-TouristikerIn	33
PlanerIn für Marketingkommunikation	127
PressereferentIn	129
PressesprecherIn	129
Procurement-ManagerIn	36
Produkt-ManagerIn	94
Regional-ManagerIn	78
Sales-ManagerIn	103
Security-ManagerIn IT	25
Social-Media-BeraterIn	74
Social Media Consultant (m/w)	74
Social-Media-ManagerIn	74
Speditionskaufmann	44

Speditionskauffrau	44
SpezialistIn für E-Tourismus	33
Sponsoring-AgentIn	87
StrategischeR PlanerIn	110
Supply-Chain-ManagerIn	45
Tourismus-Marketing-ManagerIn	95
Tourismus-Werbe-ManagerIn	95
Trend-Category-ManagerIn	81
VeranstaltungsmanagerIn	86
VeranstaltungsorganisatorIn	86
VerkaufsmanagerIn	103
VertriebscontrollerIn	106
VertriebsmanagerIn	107
VertriebsmanagerIn E-Commerce	26
WertpapieranalystIn	57



Redaktion

Content-ManagerIn	68
Copywriter (m/w)	133
Online-JournalistIn	72
Online-RedakteurIn	72
SEO-/SEA-ManagerIn	130
WerbetexterIn	133



Service

Callcenter-AgentIn	80
Callcenter-MitarbeiterIn	80
Customer-Care-AgentIn	83
Customer-Care-MitarbeiterIn	83
Customer-Service-AgentIn	83
Hotline-BeraterIn	80
InterviewerIn	88
Merchandiser (m/w)	101
Verkaufsförderer/-in	101
Visual Merchandiser (m/w)	101



Technik

Medienfachfrau – Medientechnik	71
Medienfachmann – Medientechnik	71

EINFÜHRUNG

Zielsetzung der Broschüre

Die vorliegende Broschüre gibt einen Überblick über Berufe und Berufsbezeichnungen, weiters über Berufsfelder, Trends und neue Entwicklungen sowie über Ausbildungs- und Beschäftigungsmöglichkeiten in den Bereichen Handel, Marketing und E-Commerce. Sie soll Jugendlichen vor der Berufs- bzw. Ausbildungswahl, aber auch Erwachsenen, die sich beruflich neu orientieren wollen, eine Hilfestellung bieten.

Methodik der Untersuchung

Der Broschüre liegen verschiedene Informationsquellen zugrunde: Insgesamt wurden rund 220 Interviews mit AusbildungsleiterInnen, ExpertInnen der Berufs- und Interessenvertretungen, ArbeitsmarktexpertInnen, Personalverantwortlichen und Berufstätigen aus den unterschiedlichen Berufsfeldern geführt. Darüber hinaus wurden zahlreiche Fachpublikationen, aktuelle Beiträge und ca. 10.000 Stelleninserate aus Tageszeitungen und Fachzeitschriften ausgewertet.

Inhalt und Gliederung der Broschüre

Das weite Spektrum der beruflichen Möglichkeiten in den Bereichen Handel, Marketing und E-Commerce ist in sieben unterschiedliche Berufsfelder gegliedert. Einige dieser Tätigkeiten sind in zwei oder mehreren Berufsfeldern angesiedelt. Aus Gründen der Übersichtlichkeit werden jedoch die einzelnen Berufe jeweils nur einem der folgenden Berufsfelder zugeordnet:



E-BUSINESS UND E-COMMERCE
EINKAUF UND LOGISTIK
HANDEL UND EXPORT
INFORMATION UND MEDIEN
MARKETING
VERKAUF UND VERTRIEB
WERBUNG UND PUBLIC RELATIONS

Ein allgemeiner Teil beschreibt jeweils Themen, Inhalte und aktuelle Trends, welche die Aufgaben im jeweiligen Berufsfeld bestimmen („Charakteristika und Trends“). Die „Berufsübersicht“ enthält die nach Tätigkeitsbereichen gegliederten Berufsbilder eines Berufsfeldes.

Jedem Berufsfeld sind einzelne Berufe zugeordnet. Die teilweise vorhandenen Unterüberschriften zu einem Beruf beziehen sich auf gleichbedeutende oder ähnliche Berufsbezeichnungen. Für jeden Beruf finden Sie eine Beschreibung der charakteristischen „Aufgaben und Tätigkeitsbereiche“ sowie der „Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen“. Im Abschnitt „Aus- und Weiterbildung“ sind exemplarisch Ausbildungen sowie Weiterbildungsmöglichkeiten angeführt, die eine geeignete Basis für die Ausübung des beschriebenen Berufes darstellen.

Dieser Abschnitt enthält die Kategorien:

„Lehrberuf“	
„BMS“	berufsbildende mittlere Schule
„BHS“	berufsbildende höhere Schule, wie z. B. Handelsakademie oder höhere Lehranstalt für wirtschaftliche Berufe; inkl. Kolleg und Aufbaulehrgang
„FachHS“	Fachhochschul-Studiengang (BA = Bachelor, MA = Master)
„Uni, HS“	Universität, Hochschule

EINFÜHRUNG

„Unilehrgang“

Universitätslehrgang

„Sonstiges“

beinhaltet insbesondere Weiterbildungsangebote bei diversen Erwachsenenbildungseinrichtungen, außer-universitären Bildungsanbietern, Trainingsinstituten oder Interessenvertretungen sowie Weiterbildungslehrgänge an Fachhochschulen

Viele Berufe, die in der vorliegenden Broschüre „Handel, Marketing, E-Commerce“ vorgestellt werden, haben keine genau vorgezeichneten Ausbildungswege, obwohl jene, die sie ausüben, oft sehr gut qualifiziert sein müssen. Daher enthält die Broschüre eine Auswahl möglicher Ausbildungswege, die zu einem Beruf führen können.

Beispiel:

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 1.900,- bis 2.200,- brutto

Weiters gibt es einen Überblick über die Arbeitsmarktchancen eines Berufes:

↑ bedeutet „tendenziell steigend“

↔ bedeutet „gleichbleibend“

↓ bedeutet „tendenziell sinkend“

Die Bandbreite der möglichen Brutto-Einstiegsgehälter wird im Abschnitt „Einstiegsgehalt“ beschrieben. Die Angaben über das zu erwartende Anfangsgehalt sind jedoch nur als Richtwert zu betrachten.

Die Verweise auf „AMS-Broschüren“ und weitere Informationsangebote des AMS sollen dazu einladen, sich mit einzelnen Berufsbildern näher vertraut zu machen.

Bei den im Adressteil angegebenen Bildungseinrichtungen können Sie Informationen zu einzelnen Aus- und Weiterbildungsangeboten einholen. Wenn Sie nicht alle Adressen finden sollten, können Sie Genaueres in den bei den „Informationsquellen“ angeführten Berufsinformaterialien und Ausbildungsführern erfahren.



Das „Glossar“ beinhaltet die Erklärung jener Fachbegriffe, die im Text mit einer speziellen Markierung versehen sind (z. B. → **E-Commerce**).

Sollten Sie trotzdem die eine oder andere Information vermissen, dann können Sie das Informationsangebot der BerufsInformations-Zentren (BIZ) des Arbeitsmarktservice nutzen. Hier steht Ihnen eine große Auswahl an Broschüren, Info-Mappen und Videos zur Verfügung, die über Fragen zu Beruf, Ausbildung, Weiterbildung und Arbeitsmarkt informieren. Adressen und Telefonnummern der BIZ finden Sie im Adressteil der Broschüre.

Weitere Informationen bieten darüber hinaus auch die Online-Informationssysteme des AMS, wie z. B.:

- das Berufsinformationssystem (www.ams.at/bis),
- das Qualifikationsbarometer (www.ams.at/qualifikationsbarometer),
- das Berufswörterbuch (www.ams.at/berufsworterbuch),
- der Ausbildungskompass (www.ams.at/ausbildungskompass),
- der Berufskompass (www.ams.at/berufskompass),
- der Jugendkompass (www.ams.at/jugendkompass) oder
- der Karrierekompass (www.ams.at/karrierekompass).

LeserInnenhilfe zur Navigation durch die Broschüre

Verschiedene Leitsysteme unterstützen Sie dabei, sich möglichst rasch und einfach innerhalb der Broschüre zurechtzufinden. Einzelne Berufe können sowohl über das alphabetische Verzeichnis aller Berufe gefunden werden als auch über das Verzeichnis nach Tätigkeitsbereichen. Jedem Beruf ist eines von sieben Symbolen für die Tätigkeitsbereiche „Beratung“, „Gestaltung“, „Handel“, „Organisation“, „Redaktion“, „Service“ und „Technik“ zugeordnet. Eine eigene Leitfarbe für jedes Berufsfeld ermöglicht schließlich das visuelle Navigieren durch die unterschiedlichen Berufsbereiche.

E-BUSINESS UND E-COMMERCE

Charakteristika und Trends

Ob Internet-Shopping, Telebanking oder Online-Buchung:
→ **E-Business**- und → **E-Commerce**-Anwendungen sind aus der Geschäftswelt und dem privaten Alltag nicht mehr wegzudenken. Die ständige Weiterentwicklung von Informations- und Kommunikationstechnologien setzt laufend neue Impulse in der Handelsbranche. Immer mehr Menschen kaufen im Internet ein oder informieren sich online über ein Produkt, bevor sie es im Geschäft erwerben. Um konkurrenzfähig zu bleiben, bieten stationäre Handelsunternehmen auch vermehrt Online-Funktionalitäten an, wie z. B. Online-Shops oder → **Apps** und setzen für den Verkauf, den Vertrieb und das → **Marketing** auf die parallele Nutzung mehrerer Kanäle (→ **Omni-Channel-Handel**). Durch die Auswertung der dabei gesammelten kundInnenbezogenen Daten sollen mögliche Wünsche der KonsumentInnen noch exakter identifiziert werden. Eine wichtige Bedeutung kommt auch dem → **Social Commerce** zu: Die KundInnen treten online mit Unternehmen oder anderen KundInnen in Kontakt und kommunizieren auf diese Weise ihr Feedback oder ihre Empfehlungen zu Produkten oder Dienstleistungen. Im Internet veröffentlichte Testberichte von KäuferInnen sind in manchen Branchen bereits die wichtigste Informationsbasis für KonsumentInnen und beeinflussen deren Kaufentscheidung wesentlich.

Die wichtigsten Anwendungsfelder von E-Business und E-Commerce sind:

→ **B2C** (Business to Consumer, E-Commerce für EndkundInnen): Die Nutzung von Online-Shopping gewinnt in Österreich zunehmend an Bedeutung.

→ **B2B** (Business to Business, E-Commerce zwischen Firmen): Unternehmen nutzen die Vorteile von Informationsbeschaffung, rascher Bestellmöglichkeit sowie auch die Vergleichsmöglichkeiten von branchenspezifischen Portalen.

→ **C2C** (Consumer to Consumer, E-Commerce zwischen KundInnen): Elektronische Geschäftsbeziehungen zwischen Privatpersonen spielen eine immer wichtigere Rolle. Auf Internetmarktplätzen und Bewertungsplattformen werden Produkte verkauft und bewertet.

→ **E-Government** (Kommunikation zwischen BürgerInnen und Verwaltungsbehörden bzw. dem Staat): Dieses Anwendungsfeld bezieht sich vor allem auf die Abwicklung von Verwaltungsaufgaben mithilfe von Informations- und Kommunikationstechnologien (z. B.

→ **Elektronische Zustellung**).

BERUFSÜBERSICHT



Beratung

E-Commerce Consultant (m/w)
E-JuristIn
Online-Marketing-BeraterIn
SAP-BeraterIn



Organisation

Datenbank-AdministratorIn
DatensicherheitsexpertIn
E-Business-ManagerIn
E-Commerce-DeveloperIn
Online-HändlerIn
SpezialistIn für E-Tourismus



DATENBANK-ADMINISTRATOR/IN

= DatenbankbetreuerIn, DatenbankorganisatorIn, DatenbankverwalterIn

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

Datenbank-AdministratorInnen planen, installieren, strukturieren und verwalten Datenbanken. Beim Aufbau einer Datenbank legen sie deren Struktur sowie die Kriterien der Datenerfassung und -zuordnung fest (Definition von Datenmodellen). Sie kümmern sich um die Sicherung von Daten, beheben Fehler, kontrollieren die Speicherkapazität und halten die Verwaltung der Daten auf dem technisch aktuellsten Stand. Datenbank-AdministratorInnen überwachen die Zugriffe auf die Datenbank, optimieren deren Leistung und entfernen überflüssige Daten. Eine Datenbank muss in der Lage sein, die gespeicherten Stammdaten nach unterschiedlichen Gesichtspunkten in möglichst kurzer Zeit zu filtern und den AnwenderInnen zur Verfügung zu stellen.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Gute Beschäftigungsmöglichkeiten für Datenbank-AdministratorInnen bieten sich in Unternehmen aller Wirtschaftsbranchen, in der öffentlichen Verwaltung, in IT-Konzernen, in Software-Beratungsunternehmen, in Rechenzentren und wissenschaftlichen Institutionen (z. B. Archiven). Datenbank-AdministratorInnen können nach einigen Jahren ins Datenbank-Management aufsteigen.

Aus- und Weiterbildung

Lehrberuf	z. B. Informationstechnologie – Informatik
BMS	z. B. Fachschule für Informationstechnik; HAS
BHS	z. B. HTL für Informationstechnologie
FachHS	z. B. Informatik (BA, MA); Informations- und Kommunikationssysteme (BA); Informationstechnik & System-Management (BA, MA); Wirtschaftsinformatik (BA, MA)
Uni, HS	z. B. Informationsmanagement (BA, MA); Informatik (BA, MA); Wirtschaftsinformatik (BA, MA)
Sonstiges	z. B. diverse Kurse bei bfi; WIFI-Fachakademie Angewandte Informatik

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 2.200,- bis 2.500,- brutto

Datenbanken bilden das Rückgrat der Unternehmens-IT. Hier lagern alle wichtigen Informationen über Produkte, Kunden, Partner, Zulieferer, Vertriebswege, Prozesse etc.

Die neue schöne Datenbankwelt,
www.computerwoche.de, 16.3.2016

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Broschüre „Berufe – IT-Informationstechnologie“



DATENSICHERHEITSEXPERT/IN

= Data Security Advisor (m/w), IT-SicherheitsexpertIn, Security-ManagerIn IT

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 2.400,- bis 3.000,- brutto

Hackerangriffe mit dem Verlust sensibler Daten sind der Supergau einer jeden IT-Abteilung. Um das zu vermeiden, ist es wenig sinnvoll, einfach nur auf die neueste Technologie zu setzen und zu versuchen, punktuell Schwachstellen abzudecken. Es braucht vor allem eine ganzheitliche IT-Sicherheitsstrategie [...].

Fünf Schritte in Richtung Sicherheit,
in: Business+Logistic Nr. 1/2016

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Broschüre „Berufe –
IT-Informationstechnologie“

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

DatensicherheitsexpertInnen sind für die Datensicherheit in einem Unternehmen zuständig. Sie entwickeln Sicherheitskonzepte für Computersysteme und Telekommunikationsnetze, kontrollieren deren Umsetzung und arbeiten im Software-Bereich an neuen Lösungen zur Verbesserung der Datensicherheit (→ **Firewalls**, Anti-Viren-Software). Eine ihrer Hauptaufgaben ist der Schutz interner Netzwerke, die an das Internet angebunden sind. DatensicherheitsexpertInnen sorgen dafür, dass unbefugte Personen nicht auf Unternehmens- und KundInnen Daten zugreifen können und verhindern durch regelmäßige → **Backups** den Verlust von Daten. Auch die Erarbeitung von → **Social Media Policies** für die MitarbeiterInnen eines Unternehmens zählt zu ihren Aufgaben.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

DatensicherheitsexpertInnen finden in allen Wirtschaftsbereichen Beschäftigungsmöglichkeiten, insbesondere im IT-Bereich (z. B. Software-Herstellung, IT-Vertrieb und IT-Beratung, IT- und E-Commerce-Services) und in EDV-Abteilungen von Banken, Versicherungen, größeren Unternehmen und öffentlichen Institutionen; weiters auch in Rechenzentren, EDV-Beratungsunternehmen und an Universitäten.

Aus- und Weiterbildung

Lehrberuf	z. B. Informationstechnologie – Informatik
BHS	z. B. HTL für Informationstechnologie; HTL für Elektrotechnik
FachHS	z. B. Informatik (BA, MA); Informationsmanagement (BA, MA); Informationsmanagement und Computersicherheit (MA); IT & Mobile Security (MA); IT Security (BA); Sichere Informationssysteme (BA, MA)
Uni, HS	z. B. Informatik (BA, MA); Wirtschaftsinformatik (BA, MA)
Unilehrgang	z. B. Information Security Management
Sonstiges	z. B. diverse Kurse bei bfi; WIFI-Fachakademie Angewandte Informatik



E-BUSINESS-MANAGER/IN

= E-Commerce-ManagerIn, Internet-Business-ManagerIn,
VertriebsmanagerIn E-Commerce

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

E-Business-ManagerInnen planen, organisieren und entwickeln verschiedene Strategien für elektronische Geschäftsprozesse (→ **E-Business**) eines Unternehmens. Sie optimieren organisatorische Abläufe, erschließen neue elektronische Märkte und bauen Vertriebswege über das Internet auf. Dazu benötigen sie kaufmännisches, rechtliches und auch technisches Know-how. Sie betreuen außerdem die Online-Serviceeinrichtungen für KundInnen, wickeln Online-Aufträge und Lieferungen ab oder koordinieren die Informationsflüsse zwischen Lieferanten, Produktion und Verkauf. E-Business-ManagerInnen arbeiten meist eng mit den Abteilungen Marketing, KundInnendienst, IT und Controlling zusammen.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Beschäftigungsmöglichkeiten bieten sich vor allem in großen Handelsunternehmen, Banken, Versicherungen, IT-Unternehmen und Unternehmensberatungen. Auch eine selbstständige Tätigkeit ist möglich. Je nach Struktur des Unternehmens bestehen Aufstiegsmöglichkeiten in Senior- oder Bereichsleitungspositionen.

Aus- und Weiterbildung

BMS	z. B. Fachschule für wirtschaftliche Berufe; HAS
BHS	z. B. HAK für Informations- und Kommunikationstechnologie – E-Business
FachHS	z. B. Betriebswirtschaft (BA); Management, Communication & IT (BA, MA); Digital Business Management (MA); Marketing und Electronic Business (BA); Unternehmensführung und E-Business-Management (BA); Unternehmensführung – Entrepreneurship (BA); Wirtschaftsinformatik (BA, MA)
Uni, HS	z. B. Betriebswirtschaft (BA, MA); General Management (MA); Strategisches Management (MA); Wirtschaftsinformatik (BA, MA)
Unilehrgang	z. B. Marketing & Sales
Sonstiges	z. B. E-Commerce & Online Marketing (Postgraduater Studiengang der FH Burgenland)

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 2.400,- bis 2.900,- brutto

Das Internet stellt Unternehmen vor ständig neue Herausforderungen. KonsumentInnen verändern ihr Verhalten, Kostendruck und Wettbewerb verstärken den Einsatz des Internets im B2B-Bereich. Unternehmen müssen auf diese Herausforderungen reagieren und setzen auf umfassend ausgebildete MitarbeiterInnen, die Kompetenzen in den Bereichen Web, Marketing, E-Business und Management mitbringen.

Information zum Bachelor-Studiengang Marketing und Electronic Business an der FH Oberösterreich, www.fh-ooe.at/meb

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo



E-COMMERCE CONSULTANT (M/W)

= E-Commerce-BeraterIn, E-Business Consultant (m/w),
Internet Business Consultant (m/w)

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 2.400,- bis 3.000,- brutto

Händler müssen eine Balance zwischen stationärem und Online-Handel finden, die Auftragsabwicklung in den Griff bekommen und dabei noch ein ansprechendes Einkaufserlebnis bieten.

Die Digitalisierung fordert den Handel, www.computerwoche.de, 23.12.2015

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

E-Commerce Consultants beraten Unternehmen beim Einsatz des Internets im Bereich des elektronischen Handels (→ **E-Commerce**). Dabei planen, realisieren und leiten sie selbstständig E-Commerce-Projekte, wie beispielsweise die Konzeption von Online-Shops. Sie entwickeln kundInnen-spezifische Lösungen und beraten ihre KundInnen z. B. in folgenden Bereichen: elektronischer Einkauf (→ **E-Procurement**) und Verkauf (E-Sales), elektronische Marktplätze (→ **B2B**, → **B2C**) und → **Portale**, mobiles Internet (→ **M-Commerce**), E-Marketing und elektronischer Zahlungsverkehr.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Beschäftigungsmöglichkeiten eröffnen sich vor allem in Unternehmensberatungen, Handelsunternehmen, Banken, Versicherungen und in der IT-Branche. Auch eine selbstständige Tätigkeit ist möglich. Je nach Struktur des Unternehmens bestehen Aufstiegsmöglichkeiten in Senior- oder Bereichsleitungspositionen.

Aus- und Weiterbildung

BMS	z. B. Fachschule für wirtschaftliche Berufe; HAS
BHS	z. B. HAK für Informations- und Kommunikationstechnologie – E-Business
FachHS	z. B. Betriebswirtschaft (BA); Business Consultancy International (BA, MA); Digital Business Management (MA); Unternehmensführung und E-Business-Management (BA); Web Business & Technology (BA); Wirtschaftsberatung (BA)
Uni, HS	z. B. Betriebswirtschaft (BA, MA); Wirtschaftsinformatik (BA, MA)
Unilehrgang	z. B. Management und IT
Sonstiges	z. B. E-Commerce & Online Marketing (Postgradualer Studiengang der FH Burgenland); diverse Kurse bei WIFI



E-COMMERCE-DEVELOPER/IN

= E-Business-DeveloperIn

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

E-Commerce-DeveloperInnen entwickeln Web-Lösungen für den elektronischen Handel (→ **E-Commerce**) und realisieren sie. Sie erstellen beispielsweise Websites, Online-Shops und Anwendungen für mobile Endgeräte (z. B. Smartphones). Sie überlegen sich, welche E-Commerce-Trends für das Unternehmen wichtig sind, und setzen diese technisch um. Dazu gehört der Umgang mit Datenbanken und auch die Software-Entwicklung.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

E-Commerce-DeveloperInnen können für alle Unternehmen tätig sein, die ihre Güter, Waren oder Dienstleistungen über das Internet vertreiben, wie z. B. im IT-Sektor, bei EDV-Firmen, Banken, Versicherungen und großen Handelsunternehmen. Je nach Struktur des Unternehmens bestehen Aufstiegs-möglichkeiten in Senior- oder Bereichsleitungspositionen.

Aus- und Weiterbildung

BMS	z. B. Fachschule für wirtschaftliche Berufe; HAS
BHS	z. B. HAK für Informations- und Kommunikationstechnologie – E-Business
FachHS	z. B. Business Consultancy International (BA, MA); Digital Business Management (MA); Unternehmensführung und E-Business-Management (BA); Web Business & Technology (BA); Wirtschaftsberatung (BA)
Uni, HS	z. B. Betriebswirtschaft (BA, MA); Wirtschaftsinformatik (BA, MA)
Unilehrgang	z. B. Management und IT
Sonstiges	z. B. E-Commerce & Online Marketing (Postgradualer Studiengang der FH Burgenland); diverse Kurse bei WIFI

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 2.100,- bis 2.600,- brutto

Onlinehandel und Vor-Ort-Geschäft wachsen weiter zusammen. Neue Bezahlmodelle und digitale Lösungen sind am Vormarsch.

Digitale Wende, Serie EC Austria, www.industriemagazin.at, 18.3.2016

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo



E-JURIST/IN

= IT-JuristIn

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 2.700,- bis 3.000,- brutto

Das Internet ist kein rechtsfreier Raum. Verstöße gegen Rechtsvorschriften können gravierende Folgen haben, mit denen oft nicht gerechnet wird.

Verstoß gegen Internetrecht – Was tun?, Wirtschaftskammer Österreich, www.wko.at, 11.6.2015

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

E-JuristInnen sind SpezialistInnen für IT- und Internetrecht. Sie beraten ihre KlientInnen und gestalten Verträge. E-JuristInnen beschäftigen sich z. B. mit Fragen des Datenschutzes, elektronischen Signaturen, Urheberrecht und Software-Recht. Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf rechtlichen Fragestellungen in Zusammenhang mit → **E-Commerce**-Aktivitäten, wie z. B. Regelungen über die Benutzung von Website-Namen oder Online-Banking. Die Ausarbeitung von Policies (Richtlinien) für den Umgang mit Daten und im Hinblick auf die → **Social-Media**-Aktivitäten eines Unternehmens zählt ebenfalls zu den Aufgaben von E-JuristInnen.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

E-JuristInnen sind im öffentlichen Dienst beschäftigt oder üben ihren Beruf selbstständig aus. Außerdem sind sie in großen Wirtschaftsunternehmen (vor allem Internet- und E-Commerce-Unternehmen), bei Banken und Versicherungen, Interessenvertretungen, Rechtskanzleien und → **NPOs** beschäftigt. Organisatorisch können sie als Stabstelle im Betrieb integriert oder der Rechtsabteilung zugeordnet sein. Aufstiegsmöglichkeiten bestehen unternehmensintern zur Leitung der Rechtsabteilung.

Aus- und Weiterbildung

Uni, HS	z. B. Rechtswissenschaften (Diplom); Recht und Wirtschaft (BA, MA); Wirtschaftsrecht (BA, MA)
Unilehrgang	z. B. Informations- und Medienrecht



ONLINE-HÄNDLER/IN

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

Online-HändlerInnen organisieren den Handel von Waren im Internet. Sie kümmern sich um den Einkauf neuer Produkte und kontrollieren, dass immer genug Waren auf Vorrat im Lager sind. Darüber hinaus analysieren sie das Kaufverhalten der KundInnen und entscheiden, welche Produkte zum Verkauf angeboten werden. Online-HändlerInnen nehmen die E-Mail-Bestellungen der KundInnen entgegen und sorgen für den raschen Versand der Produkte. Auch die ständige Kontrolle der Funktionstüchtigkeit der Website sowie die Betreuung der → **Social-Media**-Aktivitäten (→ **Blogs**, Facebook etc.) gehören zu ihren Aufgaben.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Online-HändlerInnen arbeiten vorwiegend für große Versandhäuser. Auch Warenhäuser jeglicher Art (vom Lebensmittelhandel bis hin zum Buchversand) bieten Beschäftigungsmöglichkeiten. Online-HändlerInnen gründen oftmals ein eigenes Unternehmen.

Aus- und Weiterbildung

Lehrberuf	z. B. Einzelhandel; Großhandelskaufmann/-frau
BMS	z. B. Fachschule für wirtschaftliche Berufe; HAS
BHS	z. B. HAK für Informations- und Kommunikationstechnologie – E-Business
FachHS	z. B. Betriebswirtschaft (BA); Digital Business Management (MA); Unternehmensführung und E-Business-Management (BA)
Uni, HS	z. B. Betriebswirtschaft (BA, MA)
Unilehrgang	z. B. Management und IT; Marketing & Sales
Sonstiges	z. B. spezielle Kurse bei bfi; Werbe Akademie (WIFI)

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 1.900,- bis 2.600,- brutto

Bestellungen über das Smartphone lösen zunehmend den Onlineeinkauf über PC und Laptop ab: Eine Million Österreicher hat von Mai 2014 bis April 2015 im Einzelhandel übers Handy bestellt, das ist ein Plus von 60 Prozent im Jahresabstand. Damit kaufen bereits mehr Österreicher über Smartphones ein, als bei Versandhäusern über Telefon oder Postkarte bestellen.

Einkauf im Internet verlagert sich aufs Handy, www.wienerzeitung.at, 16.6.2015

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo



ONLINE-MARKETING-BERATER/IN

= Online-Marketing-ExpertIn

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 2.100,- bis 2.600,- brutto

Die Vielfalt an Kommunikationsmöglichkeiten und moderne IT-Services haben sowohl für den Bereich Marketing als auch für den Vertrieb eine wachsende Bedeutung.

EC Austria: Bei Onlinemarketing ist ein klarer Nutzen gefragt,
www.wirtschaftsblatt.at, 8.3.2016

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

Online-Marketing-BeraterInnen entwickeln Online--> **Marketing**-Konzepte für Unternehmen. Sie analysieren das Online-Verhalten der Internet-NutzerInnen und entwickeln zielgruppenorientierte Werbemaßnahmen (-> **Targeting**). Sie beraten Unternehmen auch bei der Planung von -> **Social-Media**-Aktivitäten (-> **Blogs**, Facebook, Twitter etc.) und unterstützen sie unter anderem bei der -> **Suchmaschinenoptimierung (SEO)**. Außerdem untersuchen sie E-Commerce-Ideen hinsichtlich ihrer verkaufsfördernden Wirkung, definieren die Anforderungen an E-Commerce-Konzepte und führen laufend KundInnenbefragungen durch.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Beschäftigungsmöglichkeiten für Online-Marketing-BeraterInnen bestehen vor allem in Media-Agenturen und Unternehmensberatungen. Neben WirtschaftsinformatikerInnen und BetriebswirtInnen mit Berufserfahrung haben auch QuereinsteigerInnen mit einer Marketing-Ausbildung gute Chancen.

Aus- und Weiterbildung

BMS	z. B. Fachschule für wirtschaftliche Berufe; HAS
BHS	z. B. HAK für Kommunikationsmanagement und Marketing
FachHS	z. B. Betriebswirtschaft (BA); Digital Business Management (MA); Marketing und Electronic Business (BA); Marketing & Sales (BA, MA); Media- und Kommunikationsberatung (BA, MA); Wirtschaftsinformatik (BA, MA)
Uni, HS	z. B. Betriebswirtschaft (BA, MA); Internationale Wirtschaftswissenschaften (Diplom); Wirtschaftsinformatik (BA, MA); Wirtschaftswissenschaften (BA)
Unilehrgang	z. B. Marketing; Marketing & Sales; Online Media Marketing
Sonstiges	z. B. diverse Kurse bei bfi und WIFI



SAP-BERATER/IN

= SAP-AnwendungsberaterIn, SAP-Consultant (m/w), SAP-SpezialistIn

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

SAP ist die Abkürzung für SystemAnwenderProgramm, einem modulartig aufgebauten Computerprogramm zur Betriebsorganisation. SAP-BeraterInnen betreuen KundInnen und AnwenderInnen – meist aus größeren und mittelgroßen Unternehmen. Die Hauptaufgabe von SAP-BeraterInnen ist die Anpassung des Programms an die jeweiligen Bedürfnisse der Betriebe. Dazu müssen sie sich zuerst über die Betriebsstruktur und -anforderungen informieren. Auch die Durchführung von Schulungen zählt zu ihren Aufgaben. Üblicherweise spezialisieren sich SAP-BeraterInnen auf ein bis zwei Module, in denen sie Zertifizierungen erwerben.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

SAP-BeraterInnen sind sowohl freiberuflich als auch im Angestelltenverhältnis tätig. Beschäftigungsmöglichkeiten bieten vor allem EDV-Dienstleistungsunternehmen sowie mittelständische Unternehmen und Großunternehmen. Um den Schritt in die Selbstständigkeit wagen zu können, ist in der Regel jedoch längere Berufserfahrung notwendig. SAP-BeraterInnen sind hoch qualifizierte SpezialistInnen mit guten Berufsaussichten.

Aus- und Weiterbildung

BHS	z. B. HAK für Management, Controlling und Accounting; HTL für Wirtschaftsingenieure
FachHS	z. B. Business Process Engineering & Management (MA); Communication Engineering (MA); Informatik (BA, MA); Informatik – Software and Information Engineering (BA); Informations- und Kommunikationssysteme (BA); IT & Wirtschaftsinformatik (MA); Software Engineering (BA, MA); Wirtschaftsinformatik (BA, MA)
Uni, HS	z. B. Informatik (BA, MA); Wirtschaftsinformatik (BA, MA)
Sonstiges	z. B. diverse Kurse bei bfi und WIFI; Schulungen von SAP

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 2.500,- bis 2.900,- brutto

Die SAP-Software ist zwar komplex, die Aufgaben eines Beraters gehen aber weit über deren Bedienung hinaus. Sie konzentrieren sich, oft branchenspezifisch, auf Unternehmensabläufe. Der Job besteht darin, zwischen den zwei Welten der IT- und der Fachabteilung, wie zum Beispiel der Personal- oder Buchhaltungsabteilung, zu übersetzen.

Helmut Wieser: SAP-Arbeitsmarkt in Österreich, www.monitor.at, 10.12.2015

AMS-BERUFESINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Broschüre „Berufe – IT-Informationstechnologie“



SPEZIALIST/IN FÜR E-TOURISMUS

= E-Tourismus-ManagerIn, E-TouristikerIn, Online-TouristikerIn

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 2.100,- bis 2.500,- brutto

Für immer mehr Touristen beginnt der Urlaub in den unendlichen Weiten des World Wide Web. Bevor sie sich für eine Destination entscheiden, recherchieren sie gründlich im Internet, wobei Empfehlungen von Freunden und anderen Reisenden eine immer wichtigere Rolle spielen. Der Tourist von morgen sucht und bucht per Mausclick.

Digitale Strategien für die Hotellerie,
www.wienerzeitung.at, 28.1.2016

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Broschüre „Berufe – Tourismus und Freizeit“

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

SpezialistInnen für E-Tourismus entwickeln und organisieren Strategien für den optimalen Einsatz von digitalen Medien im Tourismus. Sie organisieren den Webauftritt eines touristischen Angebots, erschließen elektronische Märkte und bauen den Vertrieb über das Internet auf. Weiters arbeiten sie → **Marketing**-Konzepte für den Online-Bereich aus. Zu den wichtigsten Kanälen zählen dabei E-Mail, Reise- und Buchungsplattformen, → **soziale Netzwerke**, Blogs und SMS.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

SpezialistInnen für E-Tourismus finden in Tourismusorganisationen, bei Interessenvertretungen im Bereich Tourismus, bei touristischen Sport- und Freizeiteinrichtungen (Kulturbetriebe, Seilbahnen, Themenparks, Kongresszentren) oder in Wellness- und Gesundheitseinrichtungen Beschäftigungsmöglichkeiten. Karrierechancen liegen z. B. in der Abteilungsleitung oder in der Geschäftsführung. Auch eine selbstständige Ausübung des Berufs ist möglich.

Aus- und Weiterbildung

BMS	z. B. HAS; Fachschule für Tourismus
BHS	z. B. HAK für Kommunikationsmanagement und Marketing; HLA für Tourismus
FachHS	z. B. Digital Business Management (MA); Entrepreneurship & Tourismus (MA); Hotel Management (BA); Leadership im Tourismus (MA); Tourism and Leisure Management (BA, MA); Unternehmensführung und E-Business-Management (BA)
Uni, HS	z. B. Wirtschaftsinformatik (BA, MA)
Unilehrgang	z. B. International Tourism Management; Tourismusmanagement
Sonstiges	z. B. diverse Kurse bei bfi; WIFI-Fachakademie Angewandte Informatik



EINKAUF UND LOGISTIK

Charakteristika und Trends

Der globale Handel, die zunehmende Verbreitung von → **E-Commerce** und der technologische Fortschritt stellen Logistik-, Produktions- und Handelsunternehmen laufend vor neue Herausforderungen. Einerseits bieten diese Entwicklungen die Chance, neue Absatz- und Beschaffungsmärkte zu erschließen, andererseits erhöht der verschärfte Wettbewerb den Kostendruck auf Unternehmen.

Eine wesentliche Aufgabe der Logistik ist es, Produkte termingerecht und kostengünstig von A nach B zu befördern. Logistik leistet jedoch noch mehr: Sie umfasst neben der → **Distribution** auch die Bereiche Beschaffung, Produktion und Entsorgung. Die Anforderungen steigen dabei in mehrfacher Hinsicht: Logistikunternehmen müssen nicht nur auf die zunehmende Artikelvielfalt, sondern auch immer rascher auf Marktschwankungen und Wünsche der KundInnen reagieren. Dies erfordert flexible Lösungen, die beispielsweise individuell gestaltbare Lieferoptionen oder eine möglichst reibungslose Retourenabwicklung ermöglichen. Neben den wachsenden Anforderungen an Service und Qualität gewinnen die Themen Nachhaltigkeit, soziale Fairness und Umweltschutz in der Logistik an Bedeutung (→ **Green Logistics**) – nicht zuletzt aufgrund eines gesteigerten Bewusstseins der KonsumentInnen und strengerer umweltrechtlicher Vorgaben seitens der Politik. Um diesen vielfältigen Anforderungen gerecht werden zu können, bedarf es intelligenter Logistik-Konzepte, die Effizienz- und Dienstleistungsorientierung in Einklang mit dem notwendigen Nachhaltigkeitsgedanken bringen (→ **Smart Logistics**).

Moderne Informations-, Kommunikations- und Scan-Technologien sind aus der Welt der → **Logistik** und des Einkaufs nicht mehr wegzudenken. Beispielsweise ermöglichen sie eine lückenlose Sendungsverfolgung (z. B. durch → **RFID-Systeme**) und eine dokumentierte Qualitätssicherung. Elektronische Beschaffungssysteme (→ **E-Procurement-Systeme**) erleichtern die effiziente Organisation des gesamten Einkaufsprozesses und reduzieren somit Kosten für die Unternehmen.

Der Bedarf an qualifiziertem Personal in den Bereichen Logistik und Einkauf ist sehr hoch. Aufgrund der zunehmenden internationalen Vernetzung sind fundierte Englisch-Kenntnisse besonders wichtig.

BERUFSÜBERSICHT



Beratung

EinkaufsberaterIn



Handel

EinkäuferIn



Organisation

BeschaffungsmanagerIn

Betriebslogistikkaufmann/Betriebslogistikkauffrau

DisponentIn

EinkaufscontrollerIn

LogistikerIn

Logistik-ManagerIn

Speditionskaufmann/Speditionskauffrau

Supply-Chain-ManagerIn



BESCHAFFUNGSMANAGER/IN

= Commodity-ManagerIn, E-Procurement-ManagerIn, ManagerIn (Einkauf, Beschaffung), Procurement-ManagerIn

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

BeschaffungsmanagerInnen sind für alle leitenden Tätigkeiten zuständig, die mit der Beschaffung von Waren und Gütern zu tun haben. Sie legen die Einkaufsstrategie fest, bereiten wichtige Kaufentscheidungen vor und kontrollieren deren optimale Abwicklung. Dabei analysieren, kontrollieren und überwachen sie alle Einkaufsprozesse. BeschaffungsmanagerInnen arbeiten mit elektronischen Produktkatalogen, tätigen Einkäufe auf Internet-Auktionen und Internet-Marktplätzen und beobachten die Beschaffungsmärkte. Sie führen Marktanalysen und Preisvergleiche durch, kontaktieren LieferantInnen, machen Qualitätskontrollen, bereiten Verträge vor, überwachen die Auftragsausführung und kontrollieren die Einhaltung der Liefer- und Zahlungstermine. Werkzeuge wie die → **Elektronische Zustellung** oder die → **Elektronische Signatur** spielen für die Arbeit von BeschaffungsmanagerInnen eine zunehmend wichtigere Rolle.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

BeschaffungsmanagerInnen können in allen Branchen tätig sein. Beschäftigungsmöglichkeiten eröffnen sich vor allem in Industrie-, Produktions- und Handelsbetrieben. Der professionelle Umgang mit moderner Einkaufs-Software und Internet-Technologien sowie ausgezeichnete Englisch-Kenntnisse werden vorausgesetzt.

Aus- und Weiterbildung

BHS	z. B. HAK für Internationale Wirtschaft; HAK für Logistikmanagement
FachHS	z. B. Business Process Engineering & Management (MA); Internationales Logistik-Management (BA); Logistik und Transportmanagement (BA, MA); Management internationaler Geschäftsprozesse (BA); Supply Chain Management (MA)
Uni, HS	z. B. Betriebswirtschaft (BA, MA); Industrielogistik (BA, MA); Wirtschaftswissenschaften (BA); Wirtschaftswissenschaften – Management and Economics (BA)
Unilehrgang	z. B. Logistik & Supply Chain Management

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 2.200,- bis 2.700,- brutto

Die Internationalisierung der Märkte und die Entwicklung des Onlinehandels haben in den letzten 15 Jahren dazu geführt, dass sich der Unternehmensbereich „Einkauf und Beschaffung“ immer komplexer gestaltet. Insbesondere die Vielfalt an Einkaufs- und Liefermöglichkeiten hat angesichts einer globalisierten Wirtschaft immens zugenommen. Dies bietet für Einkäufer sowohl zahlreiche Chancen als auch Risiken.

Einkauf und Beschaffung,
www.einkaufsmanager.net

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo



BETRIEBSLOGISTIKKAUFMANN/ BETRIEBSLOGISTIKKAUFFRAU

= LagerlogistikerIn

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 1.700,- bis 2.100,- brutto

*Während man früher „just in time“
lieferte, also pünktlich, werden
Güter heute zeitpunktgenau
geliefert, quasi von der Ladefläche
mitten in die Produktion, direkt auf
das Laufband.*

Logistiker träumen von Roboter und
selbstfahrenden Lkw,
www.futurezone.at, 12.3.2015

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Broschüre „Lehrberufe von A-Z.
Informationen zu Lehrberufen in
Österreich“

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

Betriebslogistikkaufleute sind LagerspezialistInnen, die dafür sorgen, dass Güter und Waren dann zur Verfügung stehen, wenn sie benötigt werden (→ **Just-in-time**). Dabei achten sie darauf, die Lagerzeiten und Lagerkosten möglichst gering zu halten. Betriebslogistikkaufleute nehmen Güter entgegen, prüfen ihre Qualität und lagern sie fachgerecht ein. Außerdem kontrollieren sie laufend die Lagerbestände und bestellen Waren nach, wenn beispielsweise eine bestimmte Mindestmenge unterschritten ist. Auch die Bereitstellung und der Versand von Waren fallen in ihren Aufgabenbereich. Dazu verpacken sie die bestellten Waren und stellen entsprechende Dokumente und Formulare aus. Betriebslogistikkaufleute beherrschen sowohl den Umgang mit speziellen EDV-Programmen als auch mit Transportmitteln wie Hub- oder Gabelstaplern.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Betriebslogistikkaufleute sind vor allem in großen Material- und Warenlagern von Industriebetrieben, Handelsbetrieben sowie Speditions- und Transportunternehmen tätig. Dort arbeiten sie entweder in Verwaltungsbüros oder direkt im Lager.

Aus- und Weiterbildung

Lehrberuf	z. B. Betriebslogistikkaufmann/-frau; Speditionskaufmann/-frau; Speditionslogistik
BHS	z. B. HAK für Internationale Wirtschaft; HAK für Logistikmanagement; HAK für Logistik und Transportmanagement; HLA für wirtschaftliche Berufe
FachHS	z. B. Internationales Logistik-Management (BA); Logistik und Transportmanagement (BA, MA); Supply Chain Management (MA)
Uni, HS	z. B. Betriebswirtschaft (BA, MA); Industrielogistik (BA, MA); Wirtschaftswissenschaften (BA); Wirtschaftswissenschaften – Management and Economics (BA)
Unilehrgang	z. B. Logistik & Supply Chain Management; Logistikmanagement
Sonstiges	z. B. diverse Kurse bei bfi und WIFI



DISPONENT/IN

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

DisponentInnen organisieren die Beschaffung und den Transport von Waren und Gütern. In Speditionsbetrieben koordinieren sie den Fuhrpark und planen Routen sowie den Personaleinsatz. Dazu arbeiten sie eng mit anderen MitarbeiterInnen zusammen. Sie erhalten z. B. von den VerkäuferInnen Informationen über die Fracht, von der Zollabteilung die Transportpapiere und vom Fuhrpark die erforderlichen Fahrzeuge. DisponentInnen benutzen zunehmend spezielle Computer-Software, wie z. B. → **GIS-Systeme**. In Produktionsbetrieben sind DisponentInnen dafür verantwortlich, dass alle Materialien und Betriebsmittel, die für den Produktionsprozess benötigt werden, termingerecht verfügbar sind.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Beschäftigungsmöglichkeiten eröffnen sich in großen Speditionsbetrieben (z. B. in der Zollabteilung, der Fuhrparkabteilung, der Schwergutabteilung, der Überseeabteilung oder der Versicherungsabteilung). Außerdem arbeiten DisponentInnen in größeren Handels-, Industrie- und Produktionsbetrieben sowie Transportunternehmen, die Außenhandelsbeziehungen betreiben. Eine Leitungsposition stellt z. B. die Abteilungsleitung von Zoll- und Außenhandelsangelegenheiten dar.

Aus- und Weiterbildung

Lehrberuf	z. B. Speditionskaufmann/-frau; Speditionslogistik
BMS	z. B. Fachschule für wirtschaftliche Berufe; HAS
BHS	z. B. HAK für Internationale Wirtschaft; HAK für Logistikmanagement; HAK für Logistik und Transportmanagement; HLA für wirtschaftliche Berufe
FachHS	z. B. Internationales Logistik-Management (BA); Logistik und Transportmanagement (BA, MA); Supply Chain Management (MA)
Uni, HS	z. B. Betriebswirtschaft (BA, MA); Industrielogistik (BA, MA); Wirtschaftswissenschaften (BA); Wirtschaftswissenschaften – Management and Economics (BA)
Unilehrgang	z. B. Logistik & Supply Chain Management; Logistikmanagement
Sonstiges	z. B. diverse Kurse bei bfi und WIFI

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 1.900,- bis 2.300,- brutto

Wir brauchen flexible Mobilitätskonzepte, die verschiedene Verkehrsträger – vom Lastwagen über das Schiff bis hin zum Zug – optimal miteinander kombinieren.

Wilfried Sihn: „Produktion und Logistik wachsen zusammen“ (Interview), www.derstandard.at, 6.11.2015

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo



EINKÄUFER/IN

= TechnischeR EinkäuferIn

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 1.800,- bis 2.300,- brutto

Die Anforderungen an den Einkauf wandeln sich von rein operativen Aufgaben hin zu Managementtätigkeiten, mit steigender Verantwortung in strategischer und operativer Hinsicht.

Information zur Ausbildung zum Einkaufs- und Beschaffungsmanager am WIFI Wien, www.wifiwien.at

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Broschüre „Lehrberufe von A-Z. Informationen zu Lehrberufen in Österreich“

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

EinkäuferInnen sind in Betrieben für die Beschaffung von Gütern, Materialien und Dienstleistungen aller Art zuständig. Sie beobachten und analysieren die Beschaffungsmärkte, verfolgen die Preisentwicklung, holen Angebote ein, wählen Lieferfirmen aus und überwachen die Kosten. Sie treffen Kaufentscheidungen, schließen Verträge ab und organisieren den Transport der erworbenen Produkte. Außerdem informieren EinkäuferInnen die Lagerverwaltung über bevorstehende Anlieferungen und kontrollieren die Zahlungs- und Lieferfristen.

Technische EinkäuferInnen sind insbesondere auf die Beschaffung technischer Produkte und Materialien (z. B. Maschinen, Anlagen, Betriebsstoffe) spezialisiert. Sie verfügen über fundierte technische Kenntnisse und arbeiten eng mit Produktentwicklungsabteilungen zusammen.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Beschäftigungsmöglichkeiten ergeben sich in allen Branchen, vor allem in Industrie-, Handels- und Produktionsbetrieben. Qualifizierte EinkäuferInnen können in leitende Funktionen (z. B. zur EinkaufsleiterIn, ZentraleinkäuferIn, LogistikerIn oder BeschaffungsmanagerIn) aufsteigen.

Aus- und Weiterbildung

Lehrberuf	z. B. EinkäuferIn
BMS	z. B. Fachschule für wirtschaftliche Berufe; HAS
BHS	z. B. HAK für Internationale Wirtschaft; HAK für Logistikmanagement; HLA für wirtschaftliche Berufe
FachHS	z. B. Global Sales and Marketing (BA, MA); Marketing & Sales (BA, MA)
Uni, HS	z. B. Betriebswirtschaft (BA, MA); Wirtschaftswissenschaften (BA); Wirtschaftswissenschaften – Management and Economics (BA)
Unilehrgang	z. B. Logistik & Supply Chain Management
Sonstiges	z. B. diverse Kurse bei bfi und WIFI; Weiterbildungsangebote der BMÖ-Akademie und der BVL-Logistik-Akademie; International Supply Management (Postgradualer FH-Studiengang der FH Joanneum); Sales Management (Zertifikats-Lehrgang des MCI)



EINKAUFSCONTROLLER/IN

= BeschaffungscontrollerIn

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

EinkaufscontrollerInnen sind für das → **Controlling** im Unternehmensbereich Einkauf/Beschaffung verantwortlich. Dabei planen und überwachen sie das Einkaufsbudget, kontrollieren die Einhaltung der finanziellen Zielvorgaben und veranlassen korrigierende Maßnahmen bei Abweichungen. Darüber nehmen sie → **Soll-Ist-Vergleiche** vor, bereiten entscheidungsrelevante Daten auf, erstellen Beschaffungs- und LieferantInnenberichte für das Management und analysieren die Beschaffungsmärkte und deren Preise.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

EinkaufscontrollerInnen sind in mittleren und größeren Unternehmen aller Wirtschaftsbereiche, wie Industrie, Handel, Gewerbe, sowie bei Banken, Versicherungen und im Verkehrsbereich beschäftigt. Organisatorisch können sie entweder als Stabstelle im Betrieb integriert oder dem Bereich Einkauf zugeordnet sein. Aufstiegsmöglichkeiten bestehen unternehmensintern, z. B. in der Abteilungsleitung für Controlling.

Aus- und Weiterbildung

BHS	z.B. HAK für Management, Controlling und Accounting; HLA für wirtschaftliche Berufe
FachHS	z.B. Betriebswirtschaft (BA, MA); Financial Management & Controlling (MA); Rechnungswesen & Controlling (BA, MA)
Uni, HS	z.B. Betriebswirtschaft (BA, MA); Internationale Betriebswirtschaft (BA, MA); Wirtschaftswissenschaften (Diplom); Wirtschaftswissenschaften – Management and Economics (BA)
Unilehrgang	z.B. Controlling; Logistik & Supply Chain Management
Sonstiges	z.B. Controlling & Unternehmenssteuerung (Zertifikats-Lehrgang des MCI); diverse Kurse bei bfi und WIFI; Weiterbildungsangebote des Controller Instituts, der BMÖ-Akademie und der BVL-Logistik-Akademie

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 2.300,- bis 2.800,- brutto

Einkaufs- und Beschaffungscontrolling ist für die Steuerung und Ergebnisverbesserung im Einkauf unumgänglich geworden. [...] Einkaufserfolge definieren, darstellen und messen zählt nach wie vor zu den schwierigeren Aufgaben im Management und Controlling.

Information zum Lehrgang Certified Professional Procurement Controlling Expert (CPPCE) der BMÖ-Akademie, www.bmo.at

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo



EINKAUFBSBERATER/IN

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 2.000,- bis 2.600,- brutto

Der wirtschaftliche und professionelle Einkauf von Material und Dienstleistung ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor für jedes Unternehmen.

Dr. Josef Kinast, Siemens,
zitiert nach: Bundesverband
Materialwirtschaft, Einkauf und
Logistik in Österreich, www.bmoe.at

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

EinkaufsberaterInnen sind als UnternehmensberaterInnen oder ManagerInnen tätig und erarbeiten Strategien zur Kostenreduktion und zur Optimierung von Prozessen, die mit dem Einkauf und der Beschaffung in Unternehmen zu tun haben. Sie versuchen z. B. in Zusammenarbeit mit der Einkaufs- und Firmenleitung neue LieferantInnen zu gewinnen, Lagerzeiten zu verkürzen oder die Entwicklung bestimmter Fertigungsteile und -komponenten aus dem eigenen Betrieb auszulagern. Auch die Erstellung von Marktanalysen und Einkaufspreisanalysen zählt zu ihren Aufgaben.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Beschäftigungsmöglichkeiten eröffnen sich vor allem in großen Unternehmensberatungen oder Handelsfirmen. Kompetente EinkaufsberaterInnen haben gute Arbeitsmarktchancen, da für die meisten Unternehmen die Senkung der Kosten im Einkaufs-, Lager- und Herstellungsbereich Priorität hat. Mit einer kaufmännischen Ausbildung und mehrjähriger Berufserfahrung in der Einkaufslogistik können auch QuereinsteigerInnen zum/ zur EinkaufsberaterIn aufsteigen.

Aus- und Weiterbildung

Lehrberuf	z. B. EinkäuferIn
BHS	z. B. HAK für Internationale Wirtschaft; HAK für Logistikmanagement
FachHS	z. B. Betriebswirtschaft (BA); International Marketing (MA); International Marketing & Sales (MA); Operations Management (MA); Supply Chain Management (MA)
Uni, HS	z. B. Betriebswirtschaft (BA, MA); Wirtschaftswissenschaften (BA); Wirtschaftswissenschaften – Management and Economics (BA)
Unilehrgang	z. B. Logistik & Supply Chain Management; Marketing & Sales
Sonstiges	z. B. International Supply Management (Postgradualer FH-Studiengang der FH Joanneum); diverse Kurse bei bfi und WIFI; Weiterbildungsangebote der BMÖ-Akademie und der BVL-Logistik-Akademie



LOGISTIKER/IN

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

LogistikerInnen sorgen dafür, dass ein Produkt zur richtigen Zeit am richtigen Ort in der richtigen Menge in der richtigen Qualität und zu den geringsten Kosten ankommt. In Produktionsbetrieben sind sie dafür verantwortlich, dass alle notwendigen Mittel für die Produktion → **Just-in-Time** vorhanden sind. LogistikerInnen kümmern sich um die gesamte betriebliche → **Materialwirtschaft**, inkl. Lager- und Transportwesen, reagieren auf spezielle KundInnenanforderungen und setzen bei ihrer Arbeit EDV-Anwendungen, wie z. B. → **GIS-Systeme**, → **E-Billing** und andere Internet-Technologien, im Zusammenhang mit dem elektronischen Bestellwesen und der elektronischen Auftragsverarbeitung ein.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Beschäftigungsmöglichkeiten eröffnen sich in Speditions- und Transportunternehmen, größeren Handels- und Produktionsbetrieben, Industrieunternehmen oder Beratungsfirmen. LogistikerInnen arbeiten z. B. in der Distributionslogistik, Beschaffungslogistik, Entsorgungslogistik oder im Dienstleistungsbereich. Nach mehrjähriger Berufserfahrung besteht die Möglichkeit, zum/zur Logistik-ManagerIn, Transport-ManagerIn oder VertriebsmanagerIn aufzusteigen.

Aus- und Weiterbildung

Lehrberuf	z. B. Betriebslogistikkaufmann/-frau; Speditionskaufmann/-frau; Speditionslogistik
BMS	z. B. Fachschule für wirtschaftliche Berufe; HAS
BHS	z. B. HAK für Logistikmanagement; HAK für Logistik und Transportmanagement; HLA für wirtschaftliche Berufe
FachHS	z. B. Internationales Logistik-Management (BA); Logistik und Transportmanagement (BA, MA); Supply Chain Management (MA)
Uni, HS	z. B. Betriebswirtschaft (BA, MA); Industrielogistik (BA, MA)
Unilehrgang	z. B. Logistik & Supply Chain Management; Logistikmanagement
Sonstiges	z. B. International Supply Management (Postgradualer FH-Studiengang der FH Joanneum); diverse Kurse bei bfi und WIFI; Weiterbildungsangebote der BMÖ-Akademie und der BVL-Logistik-Akademie

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 1.900,- bis 2.600,- brutto

Schnelle Prozesse und eine reibungslose Lieferkette sind grundlegende Erfolgsfaktoren für jedes Logistikunternehmen. Gerade mobile Apps bedeuten einen wichtigen Schritt, um eigene Mitarbeiter und Subunternehmen optimal einzubinden und den vollständigen Blick über die gesamte Lieferkette hinweg zu gewährleisten.

IT-Sicherheit bringt mehr Mobilität für die Logistik, Robert Rubner, in: Logistik Express 1/2016

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo



LOGISTIK-MANAGER/IN

= E-Logistik-ManagerIn, ManagerIn (Logistik)

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 2.500,- bis 2.900,- brutto

Der boomende E-Commerce bringt für die internationale Logistikbranche ganz neue Herausforderungen mit sich: Wie kommt die Ware zum Endkunden, wenn immer mehr Produkte bestellt werden und gleichzeitig immer schneller zugestellt werden sollen – während die Menschen aber immer mobiler und „unberechenbarer“ werden, also immer seltener zu bestimmten Zeiten daheim anzutreffen sind?

Die Paketzustellung als Wunschkonzert, in: Retail, Magazin für den österreichischen Handel, 3/2015

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

Logistik-ManagerInnen sind OrganisationspezialistInnen für → **Materialwirtschaft**, Einkauf, Produktionsabläufe, → **Distribution** und Verkehrswege. Sie verbessern das Lager- und Bezugswesen, die Produktionsprozesse, den Gütertransport und auch Informationswege. Sie erstellen → **Logistik**-Konzepte und erarbeiten Ablaufpläne, wie Waren auf möglichst personal- und zeitsparende Weise besorgt und produziert werden können bzw. vom Auftrag bis zur Lieferung bei den KundInnen ankommen. Logistik-ManagerInnen arbeiten mit speziellen EDV-Programmen sowie mit Technologien wie Scan-, GPS- und → **GIS-Systemen**, die eine effiziente Routenplanung und Ortung von Fahrzeugen und Gütern ermöglichen.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Beschäftigungsmöglichkeiten für Logistik-ManagerInnen eröffnen sich in zahlreichen Unternehmen wie Transport- und Speditionsunternehmen, Handels- und Produktionsbetrieben, speziellen Dienstleistungs- und Industrieunternehmen sowie im öffentlichen Dienst (z. B. beim optimalen Einsatz von Verkehrsmitteln). Logistik-ManagerInnen können im Unternehmen zum/zur LeiterIn Logistik und in die Geschäftsführung aufsteigen oder eine eigene Unternehmensberatungsfirma gründen.

Aus- und Weiterbildung

BHS	z. B. HAK für Logistikmanagement; HAK für Logistik und Transportmanagement
FachHS	z. B. Logistik und Transportmanagement (BA, MA); Internationales Logistik-Management (BA); Management internationaler Geschäftsprozesse (BA, MA); Operations Management (MA); Supply Chain Management (MA)
Uni, HS	z. B. Betriebswirtschaft (BA, MA); Industrielogistik (BA, MA)
Unilehrgang	z. B. Logistik & Supply Chain Management; Logistikmanagement
Sonstiges	z. B. International Supply Management (Postgradualer FH-Studiengang der FH Joanneum); diverse Kurse und Lehrgänge bei bfi und WIFI; Weiterbildungsangebote der BMÖ-Akademie und der BVL-Logistik-Akademie



SPEDITIONSKAUFMANN/ SPEDITIONSKAUFFRAU

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

Speditionskaufleute organisieren den Transport von Waren und Gütern. Sie sorgen dafür, dass diese zeitgerecht, sicher und preisgünstig ans Ziel kommen. Dazu ermitteln sie die jeweils besten Verkehrswege (z. B. Bahn, Schiff, Flugzeug, Lkw), koordinieren Routen und Termine, kalkulieren Kosten, beauftragen Transportunternehmen und stellen Frachtpapiere, Lagerdokumente und Lieferscheine aus. Bei internationalen Transporten kümmern sie sich auch um die Zollformalitäten. Falls im Speditionsunternehmen ein eigener Fuhrpark vorhanden ist, zählt auch die Organisation der betriebseigenen Fahrzeuge zu ihren Aufgaben. Bei der Planung von Transporten arbeiten sie mit unterschiedlichen Computerprogrammen. Speditionskaufleute stehen in ständigem Kontakt mit KundInnen, LieferantInnen sowie dem Lager- und Transportpersonal.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Speditionskaufleute sind meist in Klein-, Mittel- und Großbetrieben des Spediteurgewerbes sowie in Transport- und Exportabteilungen von Industriebetrieben beschäftigt. Speditionskaufleute können zu AbteilungsleiterInnen, VerkehrsleiterInnen, ProkuristInnen, FilialleiterInnen und GeschäftsführerInnen aufsteigen.

Aus- und Weiterbildung

Lehrberuf	z. B. Speditionskaufmann/-frau; Speditionslogistik
BMS	z. B. Fachschule für wirtschaftliche Berufe; HAS
BHS	z. B. HAK für Internationale Wirtschaft; HAK für Logistikmanagement; HAK für Logistik und Transportmanagement; HLA für wirtschaftliche Berufe
FachHS	z. B. Internationales Logistik-Management (BA); Logistik und Transportmanagement (BA, MA); Supply Chain Management (MA)
Uni, HS	z. B. Betriebswirtschaft (BA, MA); Industrielogistik (BA, MA); Wirtschaftswissenschaften (BA); Wirtschaftswissenschaften – Management and Economics (BA)
Unilehrgang	z. B. Logistik & Supply Chain Management; Logistikmanagement
Sonstiges	z. B. diverse Kurse bei bfi und WIFI

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 1.700,- bis 2.100,- brutto

Der Know-how des Spediteurs im Bereich der Logistik ermöglicht es, die Vorzüge der einzelnen Verkehrsträger optimal einzusetzen und zu kombinieren. Die Spedition nimmt in der österreichischen Verkehrswirtschaft eine zentrale Rolle ein und ist bei ihrer Tätigkeit grundsätzlich verkehrsträgerneutral.

Leitbild Spedition und Logistik,
Fachverband Spediteure, www.wko.at

AMS-BERUFESINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Broschüre „Lehrberufe von A-Z. Informationen zu Lehrberufen in Österreich“



SUPPLY-CHAIN-MANAGER/IN

= ManagerIn (Supply Chain)

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 2.600,- bis 3.000,- brutto

Logistik und Supply Chain Management sind wichtige Erfolgsfaktoren für jede moderne Organisation. Gut qualifizierte MitarbeiterInnen tragen entlang der gesamten Supply Chain kompetent zu einer Steigerung der Wertschöpfung bei und leisten damit einen wesentlichen Beitrag zum Organisationserfolg unter Berücksichtigung von Ökologie und Ökonomie.

Information zum Diplomelehrgang
Expert in Logistics am bfi Wien,
www.bfi-wien.at

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

Supply-Chain-ManagerInnen sind dafür verantwortlich, dass die Lieferkette vom Einkauf über die Produktion bis zum Vertrieb reibungslos und kostengünstig funktioniert. Sie steuern die Informations- und Materialflüsse von den Rohstoff-lieferantInnen bis zu den EndkundInnen. Ihr Ziel ist es, Lieferzeiten zu verkürzen, auf Bedarfsschwankungen zu reagieren, Lagerbestände abzubauen und Abläufe zu beschleunigen. Supply-Chain-ManagerInnen suchen mit allen Beteiligten (Einkauf, Produktion, LieferantInnen, Lager usw.) eine optimale Lösung für die einzelnen Schritte entlang der → **Supply-Chain**.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Supply-Chain-ManagerInnen sind in Firmen verschiedenster Branchen, die eng mit Zulieferern zusammenarbeiten (z. B. von der Automobilindustrie bis hin zu Dienstleistern wie Krankenhäusern), tätig. Weitere Beschäftigungsmöglichkeiten bieten sich in der Chemie-, Maschinenbau- und Elektronikbranche. Die meisten Supply-Chain-ManagerInnen haben bereits in der Logistik und im Beschaffungsmanagement gearbeitet und dabei Zusatzqualifikationen erworben.

Aus- und Weiterbildung

BHS	z. B. HAK für Internationale Wirtschaft; HAK für Logistikmanagement; HAK für Logistik und Transportmanagement
FachHS	z. B. Internationales Logistik-Management (BA); Logistik und Transportmanagement (BA, MA); Management internationaler Geschäftsprozesse (BA); Operations Management (MA); Supply Chain Management (MA)
Uni, HS	z. B. Betriebswirtschaft (BA, MA); Supply Chain Management (MA); Wirtschaftsinformatik (BA, MA)
Unilehrgang	z. B. Logistik & Supply Chain Management; Logistikmanagement
Sonstiges	z. B. diverse Kurse bei bfi und WIFI; Weiterbildungsangebote der BMÖ-Akademie und der BVL-Logistik-Akademie



HANDEL UND EXPORT

Charakteristika und Trends

Der Handel zählt zu den wichtigsten Wirtschaftszweigen Österreichs. Besonders viele Arbeitsplätze bietet der Einzelhandel, insbesondere der Bekleidungshandel, der Lebensmittelhandel sowie die Bau- und Heimwerkerbranche.

So vielfältig die Tätigkeitsbereiche im Handel sind, so unterschiedlich sind auch die Berufsaussichten. Im Fachhandel ist die Nachfrage nach gut geschultem Verkaufspersonal trotz der Konkurrenz durch große Warenhausketten oder Versandhäuser und Online-Shops nach wie vor stabil. Je nach Qualifikation bietet der Einzelhandel auch für QuereinsteigerInnen Beschäftigungsmöglichkeiten. Vor allem im Lebensmittel- und Bekleidungshandel werden – nicht zuletzt aufgrund der hohen Fluktuation – immer MitarbeiterInnen gesucht. Der Anteil der Teilzeitstellen und der geringfügigen Beschäftigungsformen hat in den letzten Jahren erheblich zugenommen. Die Ausdehnung der Ladenöffnungszeiten hat zu einem Anstieg von flexibilisierten Arbeitszeitmodellen geführt.

Die zunehmende Verbreitung von → **E-Commerce** stellt den stationären Handel vor neue Herausforderungen. Um konkurrenzfähig zu bleiben, betreiben viele EinzelhändlerInnen mit Ladengeschäften zusätzlich einen Online-Shop (→ **Cross-Channel-Handel**). Gleichzeitig spielt das Ambiente im Geschäft eine zunehmend wichtigere Rolle. Ein durchdachtes Shop Design und außergewöhnlich gestaltete Verkaufsräume sollen dazu beitragen, dass Einkaufen als Erlebnis empfunden wird. Auch die Kombination von Handel, Gastronomie und Unterhaltung (z. B. Events) gewinnt in diesem Zusammenhang an Bedeutung.

Im Bereich Export eröffnen sich langfristig gesehen gute Arbeitsmarktperspektiven. Ca. 10 Prozent aller österreichischen Unternehmen sind im Auslandsgeschäft tätig. Der wichtigste Exportmarkt für Österreich ist Deutschland. Auch Italien, die USA, die Schweiz und Frankreich sind wichtige Handelspartner.

BERUFSÜBERSICHT



Handel

Agrarkaufmann/Agrarkauffrau
Bankkaufmann/Bankkauffrau
Buch- und MedienwirtschafterIn – Buch- und Musikalienhandel
DrogistIn
EDV-Kaufmann/EDV-Kauffrau
Einzelhandelskaufmann/Einzelhandelskauffrau
Exportkaufmann/Exportkauffrau
Finanzdienstleistungskaufmann/Finanzdienstleistungskauffrau
Foto- und Multimediakaufmann/Foto- und Multimediakauffrau
Großhandelskaufmann/Großhandelskauffrau
Immobilienkaufmann/Immobilienkauffrau
Medizinproduktekaufmann/Medizinproduktekauffrau
PharmareferentIn
Pharmazeutisch-kaufmännischeR AssistentIn
Versicherungskaufmann/Versicherungskauffrau



Organisation

ExportmanagerIn
FondsmanagerIn



AGRARKAUFMANN/ AGRARKAUFFRAU

= Kaufmann für landwirtschaftliche Produkte/
Kauffrau für landwirtschaftliche Produkte

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

Agrarkaufleute handeln mit allen Formen land- und forstwirtschaftlicher Produkte und Stoffe, (z. B. Saatgut, Düngemittel, Schutzmittel) sowie mit Getreide, Obst, Gemüse, Molkereiprodukten oder Holz. Sie überprüfen die Qualität der Produkte, lagern diese fachgerecht und kümmern sich um die Verladung und Lieferung an Verarbeitungsbetriebe für Zwischenprodukte (z. B. Mühlen) sowie lebensmittelverarbeitende Betriebe und landwirtschaftliche Zulieferbetriebe. Außerdem beraten sie KundInnen beim Kauf von Saatgut, Futtermitteln und Düngemitteln sowie von Landmaschinen, Gartengeräten und Baustoffen.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Agrarkaufleute arbeiten vor allem im eigenen landwirtschaftlichen Betrieb, in Genossenschaften (z. B. Lagerhaus, Molkerei, Weinbaugenossenschaft), im Nahrungsmittelhandel und in der Nahrungsmittel-Industrie sowie in der landwirtschaftlichen Industrie (z. B. Landmaschinen-, Saat- und Düngemittelbetriebe). Karrierechancen bestehen in der Übernahme von Leitungsfunktionen wie Bereichsleitung, Verkaufsleitung bis hin zu leitenden Funktionen bei Interessenvertretungen.

Aus- und Weiterbildung

Lehrberuf	z. B. Facharbeiter/in der landwirtschaftlichen Lagerhaltung
BMS	z. B. Landwirtschaftliche Fachschule
BHS	z. B. HAK; HLA für wirtschaftliche Berufe
FachHS	z. B. Marketing & Sales (BA, MA)
Uni, HS	z. B. Agrarwissenschaften (BA); Agrar- und Ernährungswirtschaft (MA); Nutzpflanzenwissenschaften (MA)
Unilehrgang	z. B. Agrarmarketing
Sonstiges	z. B. LFI – Ländliches Fortbildungsinstitut

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 1.600,- bis 2.100,- brutto

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo



BANKKAUFMANN/ BANKKAUFFRAU

= BankangestellteR

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 1.700,- bis 2.200,- brutto

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

Bankkaufleute sind bei Geld- und Kreditinstituten vor allem für die Beratung und Betreuung von Privat- und GeschäftskundInnen zuständig. Sie verwalten die Konten von KundInnen, wickeln den bargeldlosen Zahlungsverkehr ab, informieren über Kredit- und Veranlagungsmöglichkeiten und sind an der Kassa tätig. Neben kaufmännischem und betriebswirtschaftlichem Wissen ist der sichere Umgang mit EDV-Systemen ebenso notwendig wie gutes Auftreten, Freude am KundInnenkontakt und gute Kommunikationsfähigkeiten.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Bankkaufleute sind bei Banken, Sparkassen und Kreditinstituten im Angestelltenverhältnis tätig. Neben dem Schalterdienst, wo sie als Firmen- bzw. PrivatkundInnenbetreuerInnen eingesetzt werden, gibt es auch in den Verwaltungsabteilungen (Back-Office-Bereich) Beschäftigungsmöglichkeiten. Bankkaufleute können im Laufe ihrer beruflichen Tätigkeit durch meist bankinterne Weiterbildung ihre Qualifikationen weiterentwickeln und damit ihr berufliches Spektrum erweitern.

Aus- und Weiterbildung

Lehrberuf	z. B. Bankkaufmann/-frau
BHS	z. B. HAK
FachHS	z. B. Bank- und Finanzwirtschaft (BA); Bank- und Versicherungswirtschaft (BA); Controlling, Rechnungswesen und Finanzmanagement (BA, MA); International Banking and Finance (MA)
Uni, HS	z. B. Angewandte Betriebswirtschaft (BA, MA); Betriebswirtschaft (BA, MA); Wirtschaftswissenschaften (BA)
Unilehrgang	z. B. Finance; Financial Services and Planning
Sonstiges	z. B. diverse Kurse bei bfi und WIFI

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Broschüre „Lehrberufe von A-Z. Informationen zu Lehrberufen in Österreich“



BUCH- UND MEDIEN- WIRTSCHAFTER/IN – BUCH- UND MUSIKALIENHANDEL

= Buch- und MedienverkäuferIn, BuchhändlerIn, MusikalienhändlerIn

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

Buch- und MedienwirtschafterInnen – Buch- und Musikalienhandel verkaufen Bücher unterschiedlicher Fachbereiche (z.B. Kinder- und Jugendbücher, Schulbücher, Romane, Sachbücher), Zeitschriften und andere Druckwerke (z.B. Landkarten, Kalender) sowie Musik- und Notenbücher, Musikinstrumente, CDs, DVDs und Blu-Ray-Discs. Sie informieren sich laufend über Neuerscheinungen auf dem Buch- und Musikalienmarkt, beraten KundInnen und helfen ihnen z.B. bei der Recherche nach Büchern oder beim Kauf eines Instrumentes. Sie wickeln die Bestellung der angeforderten Produkte ab und kontrollieren den Warenbestand in den Verkaufsräumen sowie im Lager.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Beschäftigungsmöglichkeiten ergeben sich vorwiegend in Buchhandlungen und Filialen großer Buchhandelsketten, in Antiquariaten, in Klein- und Mittelbetrieben des Musikalieneinzel- und -großhandels sowie in Musikalienabteilungen von Großkaufhäusern. Für Buch- und MedienwirtschafterInnen – Buch- und Musikalienhandel, die die Lehrabschlussprüfung erfolgreich abgelegt haben, besteht die Möglichkeit der selbstständigen Berufsausübung als GewerbeinhaberIn, PächterIn oder GeschäftsführerIn.

Aus- und Weiterbildung

Lehrberuf	Buch- und Medienwirtschaft – Buch und Musikalienhandel
BHS	z. B. HAK; HLA für wirtschaftliche Berufe
Sonstiges	z. B. diverse Kurse bei bfi und WIFI

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 1.500,- bis 1.900,- brutto

Punkten können Buchhändler vor allem durch Beratung, weil sie einem Bücher ans Herz legen.

Wieder mehr Buchhandlungen in Wien, <http://wien.orf.at>, 11.11.2015

AMS-BERUFESINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Broschüre „Lehrberufe von A-Z. Informationen zu Lehrberufen in Österreich“



DROGIST/IN

= Drogeriekaufmann/Drogeriekauffrau, DrogerieverkäuferIn

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 1.500,- bis 1.900,- brutto

Drogist/Drogistin ist ein verantwortungsvoller Beruf. Drogisten müssen in ihrer Ausbildung ein fundiertes Wissen erwerben, um kompetente Berater ihrer Kunden zu sein.

Österreichischer Drogistenverband,
www.drogistenverband.at

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Broschüre „Lehrberufe von A-Z. Informationen zu Lehrberufen in Österreich“

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

DrogistInnen verkaufen Drogeriewaren unterschiedlichster Art (von Heilkräutern, Tees und Kindernahrung über rezeptfreie Arzneimittel, Kosmetika und Parfümeriewaren bis zu Reinigungs- und Waschmitteln usw.). Sie beraten die KundInnen und erklären ihnen die Wirkung der Produkte. DrogistInnen stellen mitunter auch Drogeriewaren selbst her („Hausspezialitäten“, wie z. B. Teemischungen oder kosmetische Produkte). Zu ihren Aufgaben zählen auch kaufmännische und fachliche Tätigkeiten in den Bereichen Einkauf, Lagerung und Verkauf von Drogeriewaren. Auch die Gestaltung des Verkaufsraums und die Präsentation der Waren gehören zu ihrem Aufgabenbereich.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

DrogistInnen sind vor allem in Klein- und Mittelbetrieben des Drogerie-Einzelhandels, bei größeren Drogerieketten und auch im Großhandel beschäftigt. In größeren Betrieben sowie im Großhandel können DrogistInnen zu FilialleiterInnen, GeschäftsführerInnen oder zu AbteilungsleiterInnen aufsteigen. Es besteht auch die Möglichkeit einer selbstständigen Ausübung des Berufs.

Aus- und Weiterbildung

Lehrberuf	DrogistIn
BMS	z. B. HAS
BHS	z. B. HAK
Sonstiges	z. B. diverse Kurse bei bfi und WIFI



EDV-KAUFMANN/ EDV-KAUFFRAU

= Computer-VerkäuferIn, Hard- und SoftwareverkäuferIn

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

EDV-Kaufleute handeln mit Computern und Computerzubehör (→ **Hardware**) sowie Computerprogrammen (Software). Sie beraten KundInnen und informieren über Eigenschaften einzelner Geräte oder Programme. Sie installieren und konfigurieren Software und einfache Netzwerke und beheben auch kleinere Fehler und Störungen. Außerdem wickeln sie Bestellungen und KundInnenaufträge (inkl. Rechnungslegung und Zahlungsverkehr) ab. Insbesondere in kleineren Geschäften erledigen sie zusätzlich administrative Tätigkeiten: Zum Beispiel ermitteln sie den Warenbedarf, bestellen Waren nach und führen das Lager.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

EDV-Kaufleute sind hauptsächlich in Unternehmen, die Hard- und Software vertreiben (Einzel- und Großhandel), beschäftigt. Sie arbeiten auch in EDV-Abteilungen größerer Unternehmen und Handelsketten. Beschäftigungsmöglichkeiten ergeben sich auch bei den Niederlassungen und Serviceunternehmen großer Computerfirmen, in Softwareentwicklungsunternehmen und bei Internet-→ **Providern**. EDV-Kaufleute können zu FilialleiterInnen, EinkaufsleiterInnen und DisponentInnen aufsteigen oder sich selbstständig machen.

Aus- und Weiterbildung

Lehrberuf	z. B. EDV-Kaufmann/-frau
BMS	z. B. Fachschule für wirtschaftliche Berufe; HAS; Schule für Informatik-Kaufleute
BHS	z. B. HAK
Sonstiges	z. B. diverse Kurse bei bfi und WIFI

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 1.600,- bis 1.900,- brutto

Das Internetzeitalter verlangt von Händlern, dass sie sich der Konsumenten annehmen, sich Kundenwünschen anpassen [...]. Die Herausforderung des stationären Handels liegt darin, eine neue Beziehung zu Käufern zu entwickeln.

Mark T. Fliegauß: Die Macht geht vom Händler auf den Kunden über, Frankfurter Allgemeine, www.faz.net, 28.12.2015

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Broschüre „Lehrberufe von A-Z. Informationen zu Lehrberufen in Österreich“

Broschüre „Berufe – IT-Informationstechnologie“



EINZELHANDELSKAUFMANN/ EINZELHANDELSKAUFFRAU

= VerkäuferIn

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 1.500,- bis 1.900,- brutto

Insgesamt betrug 2015 der Umsatz im stationären und Internet-Einzelhandel in Österreich 69,6 Milliarden Euro. Das geht aus der aktuellen Konjunkturbeobachtung der KMU Forschung Austria hervor, die auf den Daten von mehr als 4.500 Geschäften basiert.

Einzelhandels-Jahresbilanz 2015 zeigt ein Bild von Licht und Schatten, Wirtschaftskammer Österreich, www.wko.at, 27.1.2016

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Broschüre „Lehrberufe von A-Z. Informationen zu Lehrberufen in Österreich“

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

Einzelhandelskaufleute verkaufen unterschiedlichste Waren an KonsumentInnen. Dabei erkundigen sie sich nach den Wünschen der KundInnen und informieren diese über bestimmte Eigenschaften der Artikel (z. B. Preis, Qualitätsmerkmale, Unterschiede zu ähnlichen Waren). Weiters führen sie den Einkauf, die Lagerung und die damit verbundenen kaufmännisch-administrativen Tätigkeiten mithilfe der EDV durch. Auch die ansprechende Präsentation der Waren im Geschäftslokal zählt zu ihren Aufgaben. Der Lehrberuf kann mit folgenden Ausbildungsschwerpunkten erlernt werden: Allgemeiner Einzelhandel, Baustoffhandel, Einrichtungsberatung, Eisen- und Hartwaren, Elektro-Elektronikberatung, Feinkostfachverkauf, Gartencenter, Kraftfahrzeuge und Ersatzteile, Lebensmittelhandel, Parfümerie, Schuhe, Sportartikel, Telekommunikation, Textilhandel, Uhren- und Juwelenberatung.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Beschäftigungsmöglichkeiten ergeben sich in Einzelhandelsbetrieben wie beispielsweise Fachgeschäften, Großkaufhäusern, Supermärkten und Einkaufszentren. Einzelhandelskaufleute arbeiten auch selbstständig in Einzelhandelsgeschäften und in Filialen großer Einzelhandelsketten. Karrierechancen sind der Aufstieg zu EinkäuferInnen, LagerleiterInnen, Markt-leiterInnen, AbteilungsleiterInnen sowie FilialleiterInnen und FilialinspektorInnen.

Aus- und Weiterbildung

Lehrberuf	Einzelhandel (15 Ausbildungsschwerpunkte)
BMS	z. B. Fachschule für wirtschaftliche Berufe; HAS
BHS	z. B. HAK; HLA für wirtschaftliche Berufe
Sonstiges	z. B. diverse Kurse bei bfi und WIFI; Akad. Lehrgang Handelsmanagement (FH Campus 02)



EXPORTKAUFMANN/ EXPORTKAUFFRAU

= AußenhändlerIn, ExportsachbearbeiterIn

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

Exportkaufleute sind HandelsspezialistInnen, die heimische Produkte auf ausländischen Märkten absetzen. Sie betreuen bereits vorhandene KundInnen im Ausland und versuchen, neue AbnehmerInnen zu gewinnen. Dabei arbeiten sie eng mit den Abteilungen Vertrieb/Außendienst sowie Einkauf, Fertigung, Konstruktion und KundInnendienst/Service zusammen. Darüber hinaus ermitteln und analysieren sie neue Absatzmärkte und erstellen Absatzstatistiken. Sie pflegen den Kontakt zu HändlerInnen und InteressentInnen im Ausland sowie zum Außendienst und erarbeiten Verkaufsangebote. Exportkaufleute beraten KundInnen auch bei der zollrechtlichen und einfuhrrechtlichen Abwicklung und überwachen und kontrollieren den Warentransfer.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Beschäftigungsmöglichkeiten für Exportkaufleute ergeben sich vorwiegend in Speditionsbetrieben, in größeren Handelsbetrieben sowie in Produktionsbetrieben mit eigenen Exportabteilungen. Karrierechancen bestehen z. B. in der Übernahme von Funktionen wie ExportleiterIn bzw. LeiterIn der Exportabteilung bis hin zu beratenden Funktionen bei Interessenvertretungen.

Aus- und Weiterbildung

Lehrberuf	z. B. Großhandelskaufmann/-frau
BHS	z. B. HAK für Internationale Wirtschaft; HAK für Logistikmanagement; HLA für wirtschaftliche Berufe
FachHS	z. B. Export-oriented Management (BA); Global Sales and Marketing (BA, MA); International Business and Export Management (MA); Internationale Wirtschaftsbeziehungen (BA, MA); Management internationaler Geschäftsprozesse (BA)
Uni, HS	z. B. Betriebswirtschaft (BA, MA); Internationale Betriebswirtschaft (BA, MA); Internationale Wirtschaftswissenschaften (Diplom)
Unilehrgang	z. B. Global Management; International Business
Sonstiges	z. B. Akad. Lehrgang Handelsmanagement (FH Campus 02); Sales Management (Zertifikats-Lehrgang des MCI)

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 1.500,- bis 1.900,- brutto

Für eine kleine und offene Volkswirtschaft wie die österreichische sind die wirtschaftlichen Verflechtungen mit dem Ausland von herausragender Bedeutung. Exporte und Importe von Waren, Dienstleistungen, Kapital und Know-how sind entscheidende Bestimmungsfaktoren für die wirtschaftliche Entwicklung.

Österreichs Wirtschaftsbeziehungen,
Bundesministerium für Wissenschaft,
Forschung und Wirtschaft,
www.bmwf.gv.at

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo



EXPORTMANAGER/IN

= ExportleiterIn, ManagerIn (Export)

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 2.200,- bis 2.800,- brutto

Das Exportgeschäft wird immer wichtiger für österreichische Unternehmen. Dafür brauchen sie Know-how: zu internationalem Marketing, Logistik und gesetzlichen Vorgaben – aber auch über kulturelle Unterschiede.

Information zum WIFI-Lehrgang Exportmanagement, www.wifi.at

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

ExportmanagerInnen planen und setzen in leitender Funktion Maßnahmen, um Waren oder Dienstleistungen ihres Unternehmens im Ausland gewinnbringend abzusetzen. Sie stellen den potenziellen KundInnenkreis und die Absatzregion im Ausland fest und analysieren die Verbrauchermärkte. Dabei arbeiten sie mit Exportkaufleuten (AußenhändlerInnen) zusammen. Außerdem beschäftigen sie sich mit speziellen → **Logistik**-Problemen im internationalen Bereich (z. B. Transportwege, -mittel und -zeiten). Weitere Aufgabenfelder sind Zollabwicklungen, Verrechnungs- und Versicherungsagenden sowie internationales Recht.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

ExportmanagerInnen sind vorwiegend in Speditionsbetrieben, in größeren Handelsbetrieben sowie Produktionsbetrieben mit eigenen Exportabteilungen tätig. Aufstiegsmöglichkeiten bestehen in Funktionen wie AbteilungsleiterIn oder beratenden Funktionen bei Interessenvertretungen.

Aus- und Weiterbildung

Lehrberuf	z. B. Großhandelskaufmann/-frau
BHS	z. B. HAK für für Internationale Wirtschaft; HAK für Logistikmanagement; HLA für wirtschaftliche Berufe
FachHS	z. B. Export-oriented Management (BA); Global Sales and Marketing (BA, MA); Internationale Wirtschaftsbeziehungen (BA, MA); Management internationaler Geschäftsprozesse (BA)
Uni, HS	z. B. Betriebswirtschaft (BA, MA); Internationale Betriebswirtschaft (BA, MA); Internationale Wirtschaftswissenschaften (Diplom)
Unilehrgang	z. B. Global Management; International Business
Sonstiges	z. B. Akad. Lehrgang Handelsmanagement (FH Campus 02); Sales Management (Zertifikats-Lehrgang des MCI)



FINANZDIENSTLEISTUNGSKAUFMANN/ FINANZDIENSTLEISTUNGSKAUFFRAU

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

Finanzdienstleistungskaufleute beraten ihre KundInnen in allen Fragen rund um das Thema Geld. Sie analysieren zunächst die finanzielle Situation und die Wünsche ihrer KundInnen (Privatpersonen oder Unternehmen) und beraten sie anschließend über Möglichkeiten der Finanzierung (z. B. Kredite) und Veranlagung, über private Altersvorsorge, Versicherungen sowie über den Aufbau von Vermögen. Danach ermitteln sie die besten Finanzprodukte und Angebote oder entwickeln einen Finanzierungsplan, der auf die Bedürfnisse der KundInnen abgestimmt ist. Für den beruflichen Erfolg sind eine gute Fach- und Beratungskompetenz sowie verkäuferische Fähigkeiten wichtig.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Beschäftigungsmöglichkeiten für Finanzdienstleistungskaufleute bestehen bei Banken und Versicherungen sowie bei unabhängigen Beratungsunternehmen. Sie können zu Abteilungs- oder TeamleiterInnen aufsteigen. Auch eine selbstständige Berufsausübung als Finanz- oder VersicherungsmaklerIn oder als VermögensberaterIn ist möglich.

Aus- und Weiterbildung

Lehrberuf	z. B. Finanzdienstleistungskaufmann/-frau
BMS	z. B. Fachschule für wirtschaftliche Berufe; HAS
BHS	z. B. HAK; HLA für wirtschaftliche Berufe
FachHS	z. B. Accounting, Controlling & Finance (MA); Bank- und Finanzwirtschaft (BA); Bank- und Versicherungswirtschaft (BA); Bank- und Versicherungsmanagement (MA); Controlling, Rechnungswesen und Finanzmanagement (BA, MA); Finanz-, Rechnungs- & Steuerwesen (BA)
Uni, HS	z. B. Angewandte Betriebswirtschaft (BA, MA); Banking and Finance (MA); Betriebswirtschaft (BA, MA)
Unilehrgang	z. B. Finance; Financial Planning; Financial Services and Planning; Finanzdienstleistungen

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 1.700,- bis 2.200,- brutto

Finanzberater [...] müssen überzeugen und nicht überreden. Sie sollten über breite Produkt- und Marktkenntnisse verfügen. Im Idealfall können sie sich in jeden einzelnen Kunden hineinversetzen.

Einstieg Finanzdienstleister:
Verkaufen wollen,
www.karrieremagazin.net

AMS-BERUFESINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Broschüre „Lehrberufe von A-Z. Informationen zu Lehrberufen in Österreich“



FONDSMANAGER/IN

= AnalystIn, WertpapieranalystIn

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 2.000,- bis 2.600,- brutto

Hohe Belastbarkeit, Engagement, Überzeugungskraft und Durchsetzungsvermögen zeichnen einen erfolgreichen Fondsmanager aus [...].

Conrad Pramböck: Was Fondsmanager in Banken verdienen, www.derstandard.at, 13.5.2014

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

FondsmanagerInnen handeln mit verschiedenen Wertpapieren (z. B. → **Investmentzertifikate**, → **Aktien**) und verwalten die → **Fonds** ihrer KundInnen. Dabei recherchieren sie Unternehmensdaten, beobachten die Entwicklungen auf den Märkten und schätzen die Wirkung von Informationen und Unternehmensstrategien auf die Börsenkurse ab. Mit diesem Wissen beraten sie KundInnen, die ihr Vermögen vermehren wollen und stellen diesen verschiedene Anlagemöglichkeiten vor. Die gewählten Anlageformen prüfen sie regelmäßig, da diese möglichst sicher und gewinnbringend ausgerichtet sein sollen.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Beschäftigungsmöglichkeiten für FondsmanagerInnen ergeben sich bei Fonds- und Investmentgesellschaften sowie in Geldinstituten wie Banken, Sparkassen und Hypothekenanstalten, aber auch in Spezialinstituten, wie z. B. der Kontrollbank. FondsmanagerInnen sind auch im Versicherungssektor und in Finanzabteilungen großer Unternehmen tätig. Karrierechancen bestehen durch den Aufstieg in leitende Funktionen.

Aus- und Weiterbildung

FachHS	z. B. Accounting, Controlling & Finance (MA); Bank- und Finanzwirtschaft (BA); Bank- und Versicherungswirtschaft (BA); Bank- und Versicherungsmanagement (MA); Internationale Wirtschaftsbeziehungen (BA, MA)
Uni, HS	z. B. Banking and Finance (MA); Betriebswirtschaft (BA, MA); Internationale Betriebswirtschaft (BA, MA); Volkswirtschaftslehre (BA, MA); Wirtschaftswissenschaften (BA)
Unilehrgang	z. B. Finance; Financial Services and Planning; Finanzdienstleistungen; Finanzmanagement



FOTO- UND MULTIMEDIAKAUFMANN/ FOTO- UND MULTIMEDIAKAUFFRAU

= FotoartikelverkäuferIn, Fotokaufmann/Fotokauffrau

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

Foto- und Multimediakaufleute verkaufen Fotoartikel und Video- und Audioelektronik (z. B. Fotokameras, Objektive, Filme, Fotopapier, Fotochemikalien, Digitalkameras, Videokameras, Smartphones, MP3-Player, Computer, → **Tablet-PCs**, Taschenrechner). Dabei beraten sie ihre KundInnen und informieren diese über bestimmte Eigenschaften der Artikel (z. B. Handhabung, Preis, Qualitätsmerkmale, Unterschiede zu ähnlichen Waren). Weiters führen sie den Einkauf, die Lagerung und die damit verbundenen kaufmännisch-administrativen Tätigkeiten mit EDV-Unterstützung durch. Auch die Anfertigung von Passfotos zählt zu ihren Aufgaben.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Beschäftigungsmöglichkeiten ergeben sich vor allem in Betrieben des Fotoeinzelhandels und in Fotofachgeschäften, weiters in Großkaufhäusern, Supermärkten und Einkaufszentren. Foto- und Multimediakaufleute arbeiten auch in selbstständigen Einzelhandelsgeschäften und in Filialen großer Einzelhandelsketten. Foto- und Multimediakaufleute können zu AbteilungsleiterInnen, FilialleiterInnen sowie ProkuristInnen und GeschäftsführerInnen aufsteigen. Karrierechancen liegen auch in der Selbstständigkeit.

Aus- und Weiterbildung

Lehrberuf	z. B. Foto- und Multimediakaufmann/-frau
BMS	z. B. Fachschule für wirtschaftliche Berufe; HAS
BHS	z. B. HAK; HLA für wirtschaftliche Berufe
Sonstiges	z. B. diverse Kurse bei bfi und WIFI

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 1.400,- bis 1.800,- brutto

Abgesehen von neuen Sortimenten muss sich der Fotohandel nicht zuletzt im digitalen Zeitalter mit seinem Vorsprung an Fachkompetenz profilieren. Insbesondere der Beratungsservice bei der hochwertigen, erklärungsbedürftigen digitalen Spiegelreflex-Fototechnik und der kompetente Digital-Express-Bilderservice können zu einem entscheidenden Wettbewerbsvorteil des Fotohändlers ausgebaut werden.

Fotobranche, Handelswissen,
www.handelswissen.de

AMS-BERUFESINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Broschüre „Lehrberufe von A-Z. Informationen zu Lehrberufen in Österreich“



GROSSHANDELSKAUFMANN/ GROSSHANDELSKAUFFRAU

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 1.500,- bis 2.000,- brutto

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

Großhandelskaufleute handeln mit den unterschiedlichsten Waren (z. B. Lebensmittel, Möbel, Textilien) in großen Mengen, die sie an GroßabnehmerInnen (WiederverkäuferInnen) verkaufen. Sie kümmern sich um den Einkauf, ermitteln den Warenbedarf, holen Angebote ein und bestellen Waren. Auch die Lagerhaltung zählt zu ihrem Aufgabenbereich (z. B. sachgemäße Lagerung, Führen einer Lagerkartei bzw. Datenbank, Organisation des Versands). Weiters erstellen sie Angebote, bearbeiten Bestellungen und wickeln den Zahlungsverkehr ab.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Großhandelskaufleute arbeiten überwiegend in Großhandelsbetrieben oder in Import- und Exportunternehmen unterschiedlichster Branchen. Beschäftigungsmöglichkeiten ergeben sich außerdem in der Industrie und im Gewerbe (z. B. als Ein- oder VerkäuferInnen) sowie als EinkäuferInnen für Einzelhandelsketten. Karrierechancen liegen in der Sachbearbeitung im Innendienst, im Verkauf im Außendienst mit zunehmendem Verantwortungsbereich, in der Abteilungsleitung, in der kaufmännischen Leitung sowie in der Geschäftsführung.

Aus- und Weiterbildung

Lehrberuf	z. B. Großhandelskaufmann/-frau
BMS	z. B. Fachschule für wirtschaftliche Berufe; HAS
BHS	z. B. HAK; HLA für wirtschaftliche Berufe
FachHS	z. B. Export-oriented Management (BA); International Marketing (MA); Internationale Wirtschaftsbeziehungen (BA, MA)
Uni, HS	z. B. Betriebswirtschaft (BA, MA); Internationale Betriebswirtschaft (BA, MA); Wirtschaftswissenschaften (BA)
Unilehrgang	z. B. Global Management; International Business
Sonstiges	z. B. diverse Kurse bei bfi und WIFI

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Broschüre „Lehrberufe von A-Z. Informationen zu Lehrberufen in Österreich“



IMMOBILIENKAUFMANN/ IMMOBILIENKAUFFRAU

= ImmobilienverwalterIn

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

Immobilienkaufleute handeln mit Immobilien wie z. B. mit Häusern, Wohnungen, Grundstücken, Betriebsgebäuden. Dabei analysieren und bewerten sie die Immobilienobjekte, schalten Anzeigen in verschiedenen Zeitungen und Online-Plattformen, begleiten InteressentInnen bei der Besichtigung, bereiten den Vertragsabschluss vor und wickeln den Kauf, den Verkauf sowie die Vermietung und Verpachtung von Immobilienobjekten ab. Weitere Aufgabenbereiche von Immobilienkaufleuten sind die Verwaltung und Bestandspflege von Immobilien. Darüber hinaus erstellen sie Finanzierungskonzepte und erledigen Versicherungs-, Bank- und Behördenangelegenheiten.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Beschäftigungsmöglichkeiten für Immobilienkaufleute ergeben sich in Immobilienmakler- und Immobilienverwaltungsfirmen, wie beispielsweise Hausverwaltungen oder Immobilientreuhändern. Sie arbeiten auch in Großfirmen des Geld-, Kredit- und Versicherungswesens (z. B. bei Banken, Versicherungen) und anderen Wirtschaftsbereichen, die im Immobiliengeschäft tätig sind. Karrierechancen liegen im Aufstieg in leitende Funktionen, wie z. B. AbteilungsleiterIn.

Aus- und Weiterbildung

Lehrberuf	z. B. Immobilienkaufmann/-frau
BMS	z. B. Fachschule für wirtschaftliche Berufe; HAS
BHS	z. B. HAK; HLA für wirtschaftliche Berufe
FachHS	z. B. Facility Management & Immobilienwirtschaft (BA); Facility- & Immobilienmanagement (MA); Immobilienmanagement (MA); Immobilienwirtschaft (BA)
Unilehrgang	z. B. Akademische/r ImmobilienberaterIn und LiegenschaftsmanagerIn; Facility Management; Real Estate Management
Sonstiges	z. B. diverse Kurse bei bfi und WIFI

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 1.300,- bis 1.900,- brutto

Die primäre Aufgabe des Immobilienverwalters/der Immobilienverwalterin ist die treuhändige und bestmögliche Bewirtschaftung des ihm anvertrauten Immobilienvermögens.

Berufsbilder, ÖVI-Immobilienakademie,
www.immobilienakademie.at

AMS-BERUFESINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Broschüre „Lehrberufe von A-Z. Informationen zu Lehrberufen in Österreich“



MEDIZINPRODUKTEKAUFMANN/ MEDIZINPRODUKTEKAUFFRAU

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 1.500,- bis 1.900,- brutto

Rund 1.800 Medizinproduktehändler mit ca. 13.000 Beschäftigten generieren jährlich einen Umsatz-erlös von etwa 4,6 Milliarden Euro.

Der Medizinproduktehandel:
gut aufgestellt für die Zukunft,
Wirtschaftskammer Österreich,
www.wko.at

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Broschüre „Lehrberufe von A-Z.
Informationen zu Lehrberufen in
Österreich“

Broschüre „Berufe – Gesundheit,
Wellness, Fitness“

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

Medizinproduktekaufleute verkaufen medizinische Geräte und Heilbehelfe (z. B. Implantate, Röntgengeräte, Verbandsmaterial, chirurgische Instrumente, Desinfektionsmittel). Zu ihrer Kundschaft zählen vor allem Krankenhäuser, Pflegeheime, Labors, Facharztpraxen, Rehabilitationszentren und ähnliche Einrichtungen. Medizinproduktekaufleute stellen den Bedarf ihrer KundInnen fest, beraten sie zu den Medizinprodukten und informieren sie über zusätzliche Serviceleistungen (z. B. Einschulungen). Sie organisieren die Lieferung der Medizinprodukte und bearbeiten auch Reklamationen. Zu den Aufgaben von Medizinproduktekaufleuten zählen außerdem die Einkaufsabwicklung, die Warenübernahme, die Lagerung und die verkaufsgerechte Platzierung der Produkte.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Medizinproduktekaufleute arbeiten in Betrieben des Medizinproduktgewerbes (z. B. Medizinprodukte-Handel, Vermietung von Medizinprodukten, Medizinprodukteherstellung), im Medizinproduktegroßhandel oder in Betrieben des orthopädischen Einzelhandels. Karrieremöglichkeiten bestehen durch den Aufstieg in leitende Funktionen, z. B. Abteilungsleitung.

Aus- und Weiterbildung

Lehrberuf	Medizinproduktekaufmann/-frau
BHS	z. B. HAK
FachHS	z. B. Biomedical Engineering (BA); Digital Healthcare (MA); Gesundheits- und Rehabilitationstechnik (MA); Medizintechnik (BA, MA); Radiologietechnologie (BA)
Uni, HS	z. B. Biomedical Engineering (BA, MA); Medizinische Informatik (MA)
Unilehrgang	z. B. Medizinprodukteberater/in



PHARMAREFERENT/IN

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

PharmareferentInnen informieren ÄrztInnen, Krankenhaus-einkäuferInnen und ApothekerInnen über die pharmazeutischen Produkte des von ihnen vertretenen Unternehmens, so z. B. über Wirkungsweise, Nebenwirkungen, Kombinationsmöglichkeiten und Unverträglichkeiten von Medikamenten. Neben genauer Produktkenntnis und umfangreichem medizinischem und pharmazeutischem Wissen ist die Kenntnis der Produkte von Konkurrenzunternehmen ebenso wichtig wie seriöses Auftreten und sehr gute Kommunikationsfähigkeiten. PharmareferentInnen arbeiten eng mit der Marketing-Abteilung und dem → **Customer Service** zusammen. Meist sind sie für eine bestimmte Region zuständig.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

PharmareferentInnen arbeiten im Angestelltenverhältnis für Unternehmen der pharmazeutischen Industrie. Voraussetzung für die Ausübung des Berufs ist die erfolgreich abgelegte staatliche PharmareferentInnen-Prüfung oder ein abgeschlossenes Pharmazie- oder Medizinstudium.

Aus- und Weiterbildung

BHS	z. B. HTL für Biomedizin und Gesundheitstechnik
FachHS	z. B. Biotechnische Verfahren (BA, MA); Bioverfahrenstechnik (MA); Medical and Pharmaceutical Biotechnology (BA, MA); Molekulare Biotechnologie (BA)
Uni, HS	z. B. Humanmedizin (Diplom); Pharmazie (BA, MA); Veterinärmedizin (Diplom)
Unilehrgang	z. B. Pharmamanagement; Produktmanagement in der Pharmabranche
Sonstiges	z. B. Vorbereitungslehrgang zum/zur Pharmareferenten/Pharmareferentin (z. B. WIFI, bfi, diverse Anbieter)

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 2.100,- bis 2.800,- brutto

Der Umgang mit einem gehobenen Klientel erfordert natürlich ein einwandfreies, sicheres Auftreten des Pharmareferenten. Um seine Tätigkeit ordnungsgemäß ausführen zu können, benötigt der Pharmareferent ein umfangreiches medizinisches und pharmazeutisches Wissen, sowie genaue Kenntnisse über die Produkte „seines“ Unternehmens und dessen Mitbewerber.

Berufsbild Pharmareferent,
pharma-education Training &
Consulting GmbH,
www.pharma-education.at

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Broschüre „Berufe – Berufe mit Kurz- oder Spezialausbildung“



PHARMAZEUTISCH- KAUFMÄNNISCHE/R ASSISTENT/IN

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 1.600,- bis 1.800,- brutto

Pharmazeutisch-kaufmännische Assistentinnen/Assistenten (kurz: PKA) sind wichtige Mitglieder im Team der Apotheke. Sie sind vor allem für Kaufmännisches und Organisatorisches zuständig. Außerdem unterstützen sie Apotheker/innen bei ihren pharmazeutischen Tätigkeiten.

PKA „Ein moderner, vielseitiger und abwechslungsreicher Beruf.“,
Österreichischer Apothekerverband,
www.pkainfo.at

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Broschüre „Lehrberufe von A-Z.
Informationen zu Lehrberufen in
Österreich“

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

Pharmazeutisch-kaufmännische AssistentInnen sind in Apotheken für kaufmännische und organisatorische Aufgaben zuständig. Sie arbeiten beispielsweise im Verkauf, betreuen und beraten die KundInnen zu Produkten, die nicht apothekenpflichtig sind (z. B. Kosmetika, Verbandstoffe, Fieberthermometer). Sie helfen auch bei der Herstellung von Arzneimitteln (Zubereitung von Arzneipulvermischungen, Teemischungen, Salben, Tropfen etc.) mit. Außerdem betreuen sie das Warenlager der Apotheke, wobei sie laufend die Bestände überprüfen und fehlende Waren über den Großhandel oder direkt über die Hersteller nachbestellen. Sie überwachen die Lieferungen und lagern die Waren und Arzneimittel sachgemäß ein. Darüber hinaus sind sie für die Gestaltung der Auslagen und anderer Werbemittel sowie für die Produktplatzierung im Verkaufsraum zuständig und arbeiten an den Marketingaktivitäten des Unternehmens mit.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Pharmazeutisch-kaufmännische AssistentInnen arbeiten vor allem in Apotheken oder Krankenhausapotheken, in Einrichtungen des öffentlichen Gesundheitswesens, teilweise auch im Drogerie-, Reformwaren- und Kosmetikhandel. Betriebe des pharmazeutischen Großhandels bieten ebenfalls mitunter Stellen für Pharmazeutisch-kaufmännische AssistentInnen an.

Aus- und Weiterbildung

Lehrberuf	z. B. Pharmazeutisch-kaufmännische Assistenz
Sonstiges	z. B. diverse Kurse bei bfi und WIFI; Weiterbildungsangebote der Apothekerkammer und des Österreichischen Apothekerverbands



VERSICHERUNGSKAUFMANN/ VERSICHERUNGSKAUFFRAU

= VersicherungsangestellteR, VersicherungsberaterIn, Versicherungsfachmann/
Versicherungsfachfrau; VersicherungsmaklerIn

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

Versicherungskaufleute arbeiten meist im Innendienst in Betrieben der Versicherungswirtschaft. Sie sind vorwiegend in den Bereichen Verwaltung, Organisation, KundInnenbetreuung und Rechnungswesen tätig. Sie erledigen Schriftverkehrsarbeiten, beraten KundInnen über Versicherungsmöglichkeiten, wirken beim Abschluss von Versicherungsverträgen mit und stellen Polizzen aus. Die Palette umfasst dabei unter anderem Haushalts-, Lebens-, Pensions-, Krankenzusatz-, Kfz- und Betriebsversicherungen. Außerdem kontrollieren sie den Zahlungsverkehr und wickeln Schadensfälle ab.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Versicherungskaufleute sind entweder bei Versicherungen im Angestelltenverhältnis beschäftigt oder üben als VersicherungsmaklerInnen ihre Tätigkeit selbstständig aus. Aufstiegsmöglichkeiten bieten sich, je nach Unternehmen, z. B. als → **Key-Account-ManagerIn**.

Aus- und Weiterbildung

Lehrberuf	z. B. Versicherungskaufmann/-frau
BMS	z. B. Fachschule für wirtschaftliche Berufe; HAS
BHS	z. B. HAK; HLA für wirtschaftliche Berufe
FachHS	z. B. Bank- und Finanzwirtschaft (BA); Bank- und Versicherungswirtschaft (BA); Bank- und Versicherungsmanagement (BA)
Uni, HS	z. B. Betriebswirtschaft (BA, MA)
Unilehrgang	z. B. Versicherungswirtschaft
Sonstiges	z. B. diverse Kurse bei bfi und WIFI

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 1.800,- bis 2.000,- brutto

Die österreichische Versicherungswirtschaft [...] zählt zu den größten Investoren des Landes. Zu gesellschaftspolitischen Belangen wie z. B. Altersvorsorge, Gesundheit, Schutz in Freizeit und Verkehr, Sicherheit von Eigentum und betriebswirtschaftlicher Tätigkeit leistet die Branche maßgeblichen Beitrag.

Versicherungsverband Österreich,
www.vvo.at

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Broschüre „Lehrberufe von A-Z. Informationen zu Lehrberufen in Österreich“

Ausbildungskompass

für Ausbildungsmöglichkeiten in Österreich

Der Ausbildungskompass bietet detaillierte Informationen über die Bildungsmöglichkeiten und Ausbildungseinrichtungen in Österreich.

Im Ausbildungskompass finden Sie heraus, welche Ausbildungen es in Ihrer Umgebung gibt.



BERUFS-INFOS ONLINE

www.ams.at/ausbildungskompass





INFORMATION UND MEDIEN

Charakteristika und Trends

Unsere Medienlandschaft ist vielfältiger als je zuvor. Inhalte werden über die verschiedensten Kanäle wie Print, Online, TV, Radio etc. kommuniziert. Die klassischen Mediengrenzen verschwimmen allerdings immer mehr – Beispiele dafür sind die zunehmende Verschmelzung von TV und Internet oder der verstärkte Trend zur Zusammenlegung von Print- und Online-Redaktionen.

→ **Soziale Netzwerke** wie Facebook, Instagram, Twitter und Co. haben die Welt der Kommunikation verändert und auch
→ **Instant-Messaging**-Dienste wie WhatsApp liegen im Trend.
→ **Social Media** ist für viele ÖsterreicherInnen aus dem privaten Alltag nicht mehr wegzudenken und auch in vielen Unternehmen sind soziale Medien als wichtiger → **Marketing**-Kanal längst etabliert. Mobile Endgeräte wie Smartphones, → **Tablet-PCs** oder Notebooks ermöglichen einen ortsunabhängigen und kabellosen Zugang zum Internet und begünstigen somit den Trend, immer und überall online zu sein. Mit der zunehmenden Medienvielfalt wächst allerdings die Herausforderung, Informationen adäquat für die unterschiedlichen Medien und Kanäle aufzubereiten.

Wer im Informations- und Medienbereich tätig sein möchte, sollte die Bereitschaft mitbringen, sich ständig mit neuen Technologien auseinanderzusetzen und diese anzuwenden. Gute berufliche Perspektiven bieten eine Kombination aus fundierten technischen Kenntnissen (z. B. einschlägige Software, Programmiersprachen), guten Grafikenntnissen, vernetztem Denken sowie Kommunikations- und Beratungsfähigkeiten. Ein gutes Sprachgefühl ist vor allem für redaktionelle Tätigkeiten eine wichtige Voraussetzung. Generell eröffnet eine breit angelegte Ausbildung mehr Möglichkeiten, gleichzeitig sollten frühzeitig Kontakte in die Branche aufgebaut und Praxiserfahrungen gesammelt werden.

Beschäftigungsmöglichkeiten im Bereich Information und Medien ergeben sich bei Zeitungen, Magazinen, Verlagen, Nachrichtenagenturen, Rundfunk- und Fernsehanstalten sowie Internet-, Kommunikations- und Informationsdiensten, Werbeagenturen und Grafikbüros.

BERUFSÜBERSICHT



Beratung

InformationsbrokerIn



Gestaltung

ProjektmanagerIn (Media)
Web-DesignerIn



Organisation

InformationsmanagerIn
Social-Media-ManagerIn



Redaktion

Content-ManagerIn
Online-RedakteurIn



Technik

Medienfachmann – Medientechnik/
Medienfachfrau – Medientechnik



CONTENT-MANAGER/IN

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

Content-ManagerInnen beschäftigen sich mit der professionellen Aufbereitung von Inhalten (Content) für Websites, → **Online-Portale**, → **soziale Medien**, firmeninterne Netzwerke (→ **Intranet**) und Datenbanken. Zu ihren Aufgaben zählen die Konzeption der textlichen, grafischen und audiovisuellen Inhalte, deren Beschaffung sowie die laufende Pflege und Qualitätskontrolle. Sie koordinieren die Arbeit von RedakteurInnen oder erstellen auch selbst Inhalte. Außerdem sind sie für die Abstimmung zwischen Design, Programmierung, → **Marketing**, → **PR** und Vertrieb verantwortlich. Die → **Akquisition** von KooperationspartnerInnen gehört ebenso zu den Aufgaben von Content-ManagerInnen. Sie beschäftigen sich intensiv mit den Zielgruppen ihres Unternehmens, kennen die Welt der Online-Medien sehr genau und verfolgen deren Weiterentwicklung und Trends.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Content-ManagerInnen arbeiten in der Regel bei Online-Diensten, bei Anbietern von Fachdatenbanken, bei Multimedia-Agenturen und Fachverlagen sowie bei Unternehmen aller Branchen mit größeren Internetauftritten.

Aus- und Weiterbildung

BHS	z.B. HAK für Informations- und Kommunikationstechnologie – E-Business; HAK für Kommunikationsmanagement und Marketing; HTL für Informationstechnologie
FachHS	z.B. Angewandtes Wissensmanagement (MA); Content Produktion & Digitales Medienmanagement (BA); Content-Strategie/Content Strategy (MA); Informationsmanagement (BA, MA); Information, Medien & Kommunikation (BA); Kommunikation, Wissen, Medien (BA, MA); Media Management (MA)
Uni, HS	z.B. Informatik (BA, MA); Informationsmanagement (BA, MA); Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (BA, MA)
Unilehrgang	z.B. Professional New Media Management
Sonstiges	z.B. diverse Kurse bei bfi und WIFI

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 1.900,- bis 2.500,- brutto

Die Regeln im Social Media scheinen einfach zu sein: Text kurz, knapp und der Zielgruppe angepasst, und passendes Bild oder Video dazu. Doch die bloße Präsenz in sozialen Netzwerken und gelegentliche Veröffentlichungen von Fotos, Videos oder lustigen Sprüchen reichen nicht aus. Die kommunizierten Botschaften sollten gezielt gestreut und möglichst wirkungsvoll inszeniert sein. Das stellt viele Unternehmen vor neue Herausforderungen. King Content muss gut gepflegt und organisiert werden, damit das Social Networking sich bezahlt macht.

Michael J. Kräffner: Storytelling und Content Management in den Sozialen Medien,
www.contentmanager.de, 3.9.2015

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Broschüre „Berufe – IT-Informationstechnologie“

Broschüre „Berufe – Medien, Kultur, Unterhaltung“



INFORMATIONSBROKER/IN

= InformationsvermittlerIn, Information Specialist (m/w)

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 1.900,- bis 2.400,- brutto

Die Informationsgesellschaft braucht Fachleute, die Informationen organisieren und vermitteln. Diese sorgen dafür, dass den Informationssuchenden (in der Regel Entscheidungsträger) die richtige Information zur richtigen Zeit in der richtigen Form zur Verfügung steht.

Informationsfolder zum Lehrgang für Information und Dokumentation des ÖGDI und bfi, www.oegdi.at

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

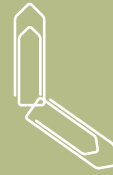
InformationsbrokerInnen beschaffen Informationen zu einem bestimmten Thema und bereiten diese für ihren Auftraggeber auf. Je nach Auftrag werten sie Tageszeitungen und Fachzeitschriften aus, führen Gespräche mit ExpertInnen und durchforsten mit Softwareunterstützung Archive, Bibliotheken sowie On- und Offlinedatenbanken nach neuesten Patenten, Marktanalysen, Forschungsergebnissen, Statistiken, Literaturverzeichnissen oder Wirtschaftsberichten. Sie nutzen auch Analyseverfahren wie → **Data-Mining**. Anfragen kommen insbesondere aus den Bereichen Wirtschaft und Finanzwesen, Technik, Medizin, Pharmazie, Recht und Medien.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

InformationsbrokerInnen sind meist selbstständig (freiberuflich) tätig. Auftraggeber sind u. a. TV- und Rundfunkanstalten, Presseagenturen, Marketing- und Werbeagenturen, Archive und Bibliotheken, Informations- und Dokumentationsabteilungen von Unternehmen, Verbänden, privaten und staatlichen Institutionen sowie Marktforschungseinrichtungen. Hauptberuflich sind in Österreich nur wenige Personen in diesem Beruf tätig.

Aus- und Weiterbildung

Lehrberuf	z. B. Archiv-, Bibliotheks- und InformationsassistentIn
BHS	z. B. HAK für Informations- und Kommunikationstechnologie – E-Business; HTL für Informationstechnologie
FachHS	z. B. Angewandtes Wissensmanagement (MA); Informationsmanagement (BA, MA); Information, Medien & Kommunikation (BA)
Uni, HS	z. B. Informatik (BA, MA); Informationsmanagement (BA, MA); Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (BA, MA)
Sonstiges	z. B. spezielle Kurse bei bfi und WIFI, Lehrgang für Information und Dokumentation (ÖGDI/bfi)



INFORMATIONSMANAGER/IN

= Business Intelligence Consultant (m/w), Competitive-Intelligence-AnalystIn, Data-Warehouse-ManagerIn, Market-Research-AnalystIn

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

InformationsmanagerInnen werten betriebswirtschaftliche Daten eines Unternehmens sowie branchenspezifische Informationen aus und bereiten sie für die Führungsebene auf. InformationsmanagerInnen betreuen Systeme für die Erfassung, Verarbeitung und Analyse von Unternehmenszahlen (z. B. → **Data Warehouse**), analysieren innerbetriebliche Informationsbedürfnisse und liefern (z. B. mittels → **Data Mining**) wettbewerbsrelevante Informationen. InformationsmanagerInnen agieren als unternehmensinterne BeraterInnen zur Verbesserung der IT-Infrastruktur sowie innerbetrieblicher Kommunikations- und Informationsflüsse und helfen bei der Entwicklung unternehmensweit einheitlicher Informationsstrategien mit.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Beschäftigungsmöglichkeiten eröffnen sich in Wirtschaftsunternehmen, IT-Unternehmen, bei Banken, Versicherungen, Internet-Portalbetreibern, Unternehmensberatungen oder auch im öffentlichen Bereich (z. B. wissenschaftliche, kulturelle oder soziale Einrichtungen). BerufseinsteigerInnen beginnen mit Assistenzaufgaben (z. B. Informationsbeschaffung), können aber nach einigen Jahren Managementaufgaben übernehmen (z. B. Entwicklung einer Informatik-Strategie). Für InformationsmanagerInnen ist die Karriereleiter nach oben hin offen und sie können in die höchsten Führungsebenen aufsteigen.

Aus- und Weiterbildung

BHS	z. B. HAK für Informations- und Kommunikationstechnologie – E-Business; HTL für Informationstechnologie
FachHS	z. B. Angewandtes Wissensmanagement (MA); Business Process Engineering & Management (MA); Communication Engineering (MA); Informationsmanagement (BA, MA); Informationsmanagement und Computersicherheit (MA); Management, Communication & IT (BA, MA); Wirtschaftsinformatik (BA, MA)
Uni, HS	z. B. Betriebswirtschaft (BA, MA); Wirtschaftsinformatik (BA, MA)
Unilehrgang	z. B. Library and Information Studies; Management und IT
Sonstiges	z. B. spezielle Kurse bei bfi und WIFI; Lehrgang für Information und Dokumentation (ÖGDI/bfi)

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 2.500,- bis 3.200,- brutto

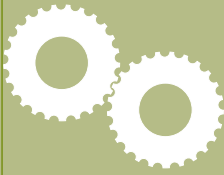
In unserer global vernetzten Welt ist der professionelle Umgang mit Information und Wissen ein wesentlicher Erfolgsfaktor. InformationsmanagerInnen sind Teil dieser dynamischen Entwicklung: Sie entwerfen innovative IT-Lösungen und unterstützen moderne Managementprozesse in Unternehmen oder Institutionen auf Basis von Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT).

Information zum Bachelor-Studiengang Informationsmanagement an der FH Joanneum, www.fh-joanneum.at

AMS-BERUFESINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Broschüre „Berufe – IT-Informationstechnologie“



MEDIENFACHMANN – MEDIENTECHNIK/ MEDIENFACHFRAU – MEDIENTECHNIK

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 1.900,- bis 2.400,- brutto

Die Herstellung und Gestaltung von Medieninhalten und -anwendungen ist heute ein bedeutender und ständig wachsender Wirtschaftszweig, der an die Beschäftigten hohe Anforderungen in fachlicher und gestalterischer Hinsicht stellt.

Information zum Bachelor-Studiengang Medientechnik an der FH St. Pölten, www.fhstp.ac.at

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Broschüre „Lehrberufe von A-Z. Informationen zu Lehrberufen in Österreich“

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

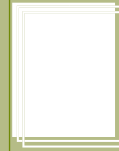
Medienfachleute – Medientechnik unterstützen mit ihrem Know-how die Planung und Durchführung von Medienproduktionen (z. B. Zeitungen, Zeitschriften, Werbeprospekte, Plakate, Videos, Computerspiele, DVDs, Websites). Sie bearbeiten analoge und digitale Vorlagen der KundInnen wie Texte, Bilder, Ton- und Videoaufnahmen und bereiten sie für die Produktion vor. Dazu arbeiten sie z. B. mit Bildbearbeitungsprogrammen, Animationsprogrammen oder Layoutprogrammen. Sie organisieren die einzelnen Arbeitsschritte und beraten KundInnen. Weitere wichtige Bereiche sind die Qualitätssicherung und professionelle Produktpräsentationen.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Medienfachleute – Medientechnik arbeiten hauptsächlich in PR- und Werbeagenturen, in Grafikstudios, in Multimedia-Agenturen oder in → **Podcast**-Serviceunternehmen. Darüber hinaus bieten sich in Verlagen und Unternehmen der Druckvorlagenherstellung, aber auch in Großunternehmen mit eigenen Werbeabteilungen Beschäftigungsmöglichkeiten. Nach einigen Jahren Berufserfahrung besteht die Möglichkeit, bei der Organisation von Projekten Teilverantwortung zu übernehmen.

Aus- und Weiterbildung

Lehrberuf	z. B. Medienfachmann/-frau – Medientechnik
BMS	z. B. Fachschule für Mediengestaltung und digitale Druckproduktion
BHS	z. B. HAK für Informations- und Kommunikationstechnologie – E-Business; HTL für Medieningenieure und Printmanagement
FachHS	z. B. Digital Arts (MA); Digitale Medientechnologien (MA); Informationsdesign (BA); Interactive Media (MA); Medientechnik (BA); Medientechnik und -design (BA); MultiMediaArt (BA, MA); MultiMediaTechnology (BA, MA)
Uni, HS	z. B. Mediengestaltung (Diplom); Medieninformatik (MA)
Sonstiges	z. B. diverse Kurse bei bfi und WIFI



ONLINE-REDAKTEUR/IN

= Online-JournalistIn

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

Online-RedakteurInnen erstellen journalistische Inhalte, die auf Websites und → **Online-Portalen** veröffentlicht werden. Sie recherchieren Informationen, verfassen, überarbeiten und aktualisieren Texte. Einen besonderen Schwerpunkt ihrer Arbeit stellt die onlinegerechte Aufbereitung der Informationen dar. Dazu zählen die übersichtliche Gliederung der Texte, die Verlinkung (innerhalb des redaktionellen Angebots und zu externen Websites), die Bildbearbeitung und die Einbindung von Videos oder Audio-Clips. Darüber hinaus kümmern sie sich um die konzeptionelle Weiterentwicklung des Online-Angebots eines Unternehmens und die → **Social-Media**-Aktivitäten. Online-RedakteurInnen sind auch für die Erstellung von Redaktionsplänen, die Moderation von Live-Diskussionen und die Beantwortung von LeserInnenkommentaren zuständig.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Online-RedakteurInnen arbeiten in Online-Redaktionen von Tageszeitungen, Zeitschriften, TV- und Radiostationen sowie bei Verlagen. Auch Multimedia- und Werbeagenturen, → **Provider** und PR-Abteilungen von Unternehmen, Verbänden oder Behörden bieten Jobmöglichkeiten. Neben technischen Fertigkeiten ist eine journalistische Ausbildung Grundvoraussetzung, um leitende Funktionen zu übernehmen.

Aus- und Weiterbildung

FachHS	z. B. Information, Medien & Kommunikation (BA); Information Medien Kommunikation (MA); Journalismus & Medienmanagement (BA); Journalismus & Neue Medien (MA); Media Management (MA)
Uni, HS	z. B. Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (BA, MA)
Unilehrgang	z. B. Qualitätsjournalismus
Sonstiges	z. B. spezielle Kurse an der Österreichischen Medien- akademie – Kuratorium für Journalistenausbildung

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 2.300,- bis 2.900,- brutto

Redaktionelle Aufgaben Im Internet sind besonders heikel, weggeklickt ist schneller als umgeblättert! Online-Content muss daher nicht nur angemessen aufgebaut und portioniert, sondern auch schlüssig verlinkt sowie suchmaschinenoptimiert gestaltet werden.

Information zum Seminar
Professionelles Texten fürs Web am
bfi Wien, www.bfi.wien

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Broschüre „Berufe –
IT-Informationstechnologie“

Broschüre „Berufe – Medien, Kultur,
Unterhaltung“



PROJEKTMANAGER/IN (MEDIA)

= Multimedia-ProjektmanagerIn; ProjektmanagerIn (Multimedia)

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 2.800,- bis 4.000,- brutto

Charakteristisch für Multimedia-Projekte ist die Spannung zwischen hohem kreativen, gestalterischem Anspruch, aufwändiger und komplexer technischer Abläufe und äußerst harter, internationaler Wettbewerbssituation.

Multimedia-Projekt (Glossar),
www.projektmagazin.de

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Broschüre „Berufe –
IT-Informationstechnologie“

Broschüre „Berufe – Medien, Kultur,
Unterhaltung“

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

ProjektmanagerInnen (Media) sind für die gesamte Abwicklung von → **Multimedia**-Projekten (z. B. Websites, Computerspiele, DVDs, → **Apps**, Präsentationen) verantwortlich. Sie steuern die einzelnen Projektgruppen und koordinieren die Tätigkeiten von KonzepterInnen, ProgrammiererInnen und Web-DesignerInnen. ProjektmanagerInnen (Media) wirken an der inhaltlichen und technischen Konzeption und Umsetzung eines Produkts mit, sind für die Qualitätskontrolle verantwortlich und sorgen für die Einhaltung von Zeitplänen und Budgets. Eine weitere Aufgabe ist die Beratung der AuftraggeberInnen.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen bei Multimedia-Agenturen, Verlagen, Werbe- und PR-Büros sowie bei Softwareentwicklungsunternehmen.

Aus- und Weiterbildung

BHS	z. B. HAK für Informations- und Kommunikationstechnologie – E-Business; HAK für Management für Multimedia, Design und Netzwerktechnik; HTL für Informatik; HTL für Medien; HTL für Medientechnologie und Printmanagement
FachHS	z. B. Digital Arts (MA); Digitale Medientechnologien (MA); Informationstechnik & System-Management (BA, MA); Medientechnik (BA); Medientechnik und -design (BA); MultiMediaArt (BA, MA); Softwareentwicklung (MA); MultiMediaTechnology (BA, MA); Projektmanagement und Informationstechnik (BA, MA); Web Business & Technology (BA)
Uni, HS	z. B. Betriebswirtschaft (BA, MA); Informatik (BA, MA); Medieninformatik (MA); Medieninformatik und Visual Computing (BA); Visual Computing (MA)
Unilehrgang	z. B. Crossmedia Design & Development; New Media Management
Sonstiges	z. B. spezielle Kurse bei bfi und WIFI



SOCIAL-MEDIA-MANAGER/IN

= Social-Media-BeraterIn, Social Media Consultant (m/w)

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

Social-Media-ManagerInnen entwickeln Strategien für die Präsenz auf → **Social-Media**-Plattformen (z. B. Facebook, Twitter) und setzen diese um. Sie organisieren die Social-Media-Aktivitäten (v. a. → **soziale Netzwerke**, → **Blogs**/Foren, → **Wikis**, → **Podcasts**) mit dem Ziel, die Marke zu stärken und neue KundInnen zu gewinnen sowie bestehende KundInnen an das Unternehmen zu binden. Dafür stehen sie intensiv in direktem Kontakt mit den jeweiligen Zielgruppen, betreuen die redaktionellen Inhalte der Social-Media-Plattformen und analysieren und beobachten die veröffentlichten Beiträge (→ **Social Media Monitoring**). Darüber hinaus optimieren Social-Media-ManagerInnen den Web-Auftritt des Unternehmens.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Social Media ManagerInnen arbeiten in Unternehmen aller Branchen, die Social-Media-Aktivitäten für → **Marketing**, → **PR**, Vertrieb (oder auch Recruiting/Personalmarketing) einsetzen. Sie nehmen eine wichtige Schnittstellenfunktion innerhalb eines Unternehmens ein, indem sie die Social-Media-Aktivitäten mit anderen ExpertInnen der PR- und Marketing-Abteilung bzw. der Unternehmenskommunikation abstimmen.

Aus- und Weiterbildung

BHS	z. B. HAK für Informations- und Kommunikationstechnologie – E-Business
FachHS	z. B. Digitale Medientechnologien (MA); Informations- und Kommunikationssysteme (BA); Information, Medien & Kommunikation (BA); Information Medien Kommunikation (MA); Journalismus & Neue Medien (MA); Journalismus und Public Relations (PR) (BA); Kommunikation, Wissen, Medien (BA, MA); Medientechnik und -design (BA); MultiMediaArt (BA, MA)
Uni	z. B. Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (BA, MA)
Unilehrgang	z. B. New Media Management; Online Media Marketing; Social Media and Global Communication
Sonstiges	z. B. diverse Kurse bei bfi und WIFI

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 2.300,- bis 2.700,- brutto

Social Media ist für ein Unternehmen zunächst ein Kommunikationskanal. Doch über welche Inhalte spricht ein Unternehmen? Das kann von Produktinformationen, über Stellenausschreibungen, Unternehmensnachrichten bis zu Aktivitäten aus dem Bereich Soziale Verantwortung (Corporate Social Responsibility, CSR) reichen.

Svenja Teichmann: Die Social-Media-Strategie, Internet World Business, www.internetworld.de, 2.4.2015

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Broschüre „Berufe – IT-Informationstechnologie“

Broschüre „Berufe – Medien, Kultur, Unterhaltung“



WEB-DESIGNER/IN

= Screen-DesignerIn

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 2.200,- bis 3.100,- brutto

Übersichtlichkeit ist das oberste Gebot bei der Erstellung einer Homepage und der dahinterliegenden Seiten. Wenn das Interesse eines potentiellen Kunden nicht innerhalb von Sekunden geweckt ist, verlässt er schnell wieder die Seite und wechselt zu einem alternativen Anbieter.

Onlinepräsenz, in:
Wiener Wirtschaft, Nr. 15, 12.4.2013

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Broschüre „Berufe – IT-Informationstechnologie“

Broschüre „Berufe – Medien, Kultur, Unterhaltung“

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

Web-DesignerInnen entwerfen, gestalten und konzipieren Internet-Auftritte (z. B. Unternehmenswebsites, → **Online-Portale**, → **Intranet-Websites**), → **E-Commerce-Plattformen**, Newsletter und andere Internet-Anwendungen. Sie achten dabei besonders auf ein einheitliches Gestaltungskonzept, eine gute BenutzerInnenführung (→ **Usability**), eine einheitliche Darstellung in unterschiedlichen Browsern bzw. auf unterschiedlichen Geräten sowie eine optimale Lesbarkeit für Suchmaschinen (→ **Suchmaschinenoptimierung, SEO**). Bei der Gestaltung berücksichtigen sie die → **Corporate Identity** der KundInnen. Mithilfe von Bildbearbeitungsprogrammen (z. B. Photoshop), → **Authoring-Software** und ihrer Programmiersprachenkenntnisse (z. B. → **HTML**, → **JAVA**) setzen sie die Projekte technisch um.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Beschäftigungsmöglichkeiten (freiberuflich oder im Angestelltenverhältnis) bestehen bei Multimedia-Agenturen, Grafikstudios, Verlagen, Werbe- und PR-Büros sowie bei Softwareentwicklungsunternehmen. Die meisten Web-DesignerInnen sind AbsolventInnen künstlerisch-grafischer Ausbildungen. Kompetente Web-DesignerInnen haben nach wie vor gute Chancen am Arbeitsmarkt.

Aus- und Weiterbildung

BMS	z. B. Fachschule für Mediengestaltung und digitale Druckproduktion
BHS	z. B. HAK für Management für Informations- und Kommunikationstechnologie – Design; HAK für Management für Medientechnik und Mediendesign inkl. Social Media; HTL für Grafik- und Kommunikationsdesign; HTL für Medien
FachHS	z. B. Communication, Media, Sound and Interaction Design (MA); Digital Arts (MA); Digitale Medientechnologien (MA); Informationsdesign (BA); Medientechnik und -design (BA); MultiMediaArt (BA, MA)
Uni, HS	z. B. Informatik (BA, MA); Mediengestaltung (Diplom)
Sonstiges	z. B. Web Design & Development (Diploma Program des SAE Instituts); diverse Kurse an Weiterbildungseinrichtungen



MARKETING

Charakteristika und Trends

Im Marketing geht es um die optimale „Vermarktung“ von Produkten, Produktgruppen oder Dienstleistungen. Dazu ist es wichtig, die speziellen Wünsche und Bedürfnisse der KundInnen möglichst gut zu kennen. Im Rahmen einer gelungenen Marketing-Strategie spielt die → **Positionierung** eine zentrale Rolle: Die Vorzüge eines Produkts sollen für die jeweilige Zielgruppe klar erkennbar sein. Gleichzeitig muss es von Konkurrenzprodukten unterscheidbar sein. Da die Zielgruppen immer vielfältiger werden, wird auch das Marketing immer komplexer und differenzierter. Die wichtigsten Steuerungsinstrumente sind nach wie vor Produktpolitik, Preispolitik, Vertriebspolitik, Verkaufsförderung und Werbung (→ **Marketing-Mix**).

Im Marketing kommt es verstärkt darauf an, sich auf Veränderungen im Verhalten der MediennutzerInnen einzustellen. Neben den klassischen Marketing-Kanälen wie Printanzeigen, TV-Werbung, Plakatwerbung etc. gewinnen Online-Medien zunehmend an Bedeutung. So setzen immer mehr Unternehmen auf → **Banner**, E-Mail-Aktionen, → **Video-Ads**, → **Affiliate Marketing** sowie → **Social-Media-Marketing** und → **Mobile Marketing**, um ihre Produkte bzw. Dienstleistungen zielgruppengenau den KonsumentInnen näherzubringen. In diesem Zusammenhang spielen die Sammlung und Analyse von KundInnen-daten (z. B. durch → **User Tracking** oder die Auswertung des Einkaufsverhaltens anhand von KundInnen-Karten und Mitgliedschaften) eine wichtige Rolle. Eine wesentliche Herausforderung für Marketing-ExpertInnen besteht darin, die unterschiedlichen Medien und Kanäle – je nach Zielgruppe und Kommunikationsziel – optimal zu kombinieren und aufeinander abzustimmen (→ **Multi-Channel-Marketing**).

Folgende Marketingkonzepte gewinnen zunehmend an Bedeutung: → **Customer Relationship Management**, → **Targeting**, E-Mail-Marketing sowie generell Online-Maßnahmen. In diesem Zusammenhang werden die → **Webanalyse**, → **Suchmaschinenmarketing (SEM)** und → **Usability**-Konzepte weiterhin eine wichtige Rolle spielen.

Der Marketing-Bereich übt vor allem auf junge Menschen eine große Anziehungskraft aus. Dementsprechend hoch ist die Nachfrage nach Arbeitsplätzen. Berufserfahrung und Zusatzqualifikationen (z. B. im technischen Bereich) verbessern die Karrierechancen maßgeblich. Es empfiehlt sich daher, schon möglichst früh praktische Erfahrungen in der Marketing-Branche zu sammeln.

BERUFSÜBERSICHT



Beratung

Marketing-BeraterIn
Markt- und MeinungsforscherIn



Organisation

Area-ManagerIn
Brand-ManagerIn
Category-ManagerIn
Channel-Marketing-ManagerIn
Customer-Relationship-ManagerIn
Dialog-Marketing-ManagerIn
Event-ManagerIn
Fundraising-ManagerIn
Marketing-ControllerIn
Marketing-ManagerIn
Online-Marketing-ManagerIn
Produkt-ManagerIn
Tourismus-Marketing-ManagerIn



Service

Callcenter-AgentIn
Customer-Care-AgentIn
InterviewerIn



AREA-MANAGER/IN

= Regional-ManagerIn

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

Area ManagerInnen sind für einen bestimmten regional abgegrenzten Markt (z. B. bestimmte Länder oder Regionen) zuständig. Innerhalb dieses Gebiets betreuen sie ihre bestehenden KundInnen und versuchen, neue AbnehmerInnen zu gewinnen. Sie interpretieren die Ergebnisse der Marktforschung und veranlassen entsprechende Marketing- und Vertriebsmaßnahmen. Darüber hinaus bearbeiten sie Anfragen, erstellen Angebote und überwachen die reibungslose Durchführung von Aufträgen.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Area-ManagerInnen sind in Unternehmen unterschiedlichster Wirtschaftsbereiche, wie z. B. Industrie, Gewerbe, Handel, Banken und Versicherungen, sowie in Dienstleistungsbetrieben tätig. Der Berufseinstieg erfolgt oft in Form einer Assistenzfunktion. Nach der Einarbeitungsphase bekommen Area-ManagerInnen ein Gebiet zugeteilt, welches im Laufe ihrer Karriere an Größe und verantwortlichen Tätigkeiten zunimmt.

Aus- und Weiterbildung

BHS	z. B. HAK für Kommunikationsmanagement und Marketing; HLA für wirtschaftliche Berufe
FachHS	z. B. Betriebswirtschaft (BA, MA); Export-oriented Management (BA); Global Sales and Marketing (BA, MA); Innovationsmanagement (BA, MA); Innovations- und Produktmanagement (BA); International Business and Export Management (MA); International Marketing (MA); Internationale Wirtschaftsbeziehungen (BA, MA); Marketing & Sales (BA, MA)
Uni, HS	z. B. Betriebswirtschaft (BA, MA); Internationale Betriebswirtschaft (BA, MA); Wirtschaftswissenschaften (BA)
Unilehrgang	z. B. Entrepreneurship & Innovation; Marketing; Marketing & Sales; Marketing und Vertrieb

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 2.100,- bis 2.800,- brutto



BRAND-MANAGER/IN

= Marken-ManagerIn

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 2.100,- bis 2.600,- brutto

In einer Zeit in der globaler Wettbewerb zunimmt, technische Unterschiede schwinden und Ideen schnell nachgeahmt werden können, entscheidet heute zunehmend die Psychologie über den Erfolg. Egal in welcher Produktkategorie – die Gewinner sind diejenigen Unternehmen, die den Kunden und seine Entscheidungen am besten verstehen, vorhersagen und beeinflussen können.

Duell der Marken: „Die Psychologie entscheidet, wer den Wettbewerb gewinnt“, Wirtschaftspsychologe Florian Becker im Interview mit Absatzwirtschaft, www.absatzwirtschaft.de, 27.3.2015

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

Brand-ManagerInnen sind für eine Produktgruppe einer Markenfamilie verantwortlich und bauen diese auf dem Markt auf (→ **Markenführung**). Sie planen, entwickeln und setzen die Instrumente des → **Marketing-Mix** um, mit dem Ziel, eine Marke erfolgreich am Markt zu positionieren. Brand-ManagerInnen analysieren Trends, erkennen Marktlücken, erweitern das Produktsortiment mit neuen Produkten und planen dazugehörige Marketingaktivitäten, wobei Online-Kanäle (z. B. im Bereich → **Social Media**) eine zunehmend wichtigere Rolle spielen. Brand-ManagerInnen arbeiten im Team mit anderen Marketingverantwortlichen und der Produktentwicklung des Unternehmens zusammen.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Beschäftigungsmöglichkeiten für Brand-ManagerInnen bestehen in sehr vielen Unternehmen, vor allem des Handels und der Markenartikelindustrie. Sie können auch in Marketingabteilungen großer Unternehmen angestellt sein. Karrieremöglichkeiten liegen in der Übernahme von Funktionen wie der Leitung eines Produktbereichs oder des Marketings. Ein Wechsel in andere Bereiche, wie z. B. in das Customer-Management oder den Verkaufs- und Vertriebsbereich, ist möglich.

Aus- und Weiterbildung

BHS	z. B. HAK für Kommunikationsmanagement und Marketing; HLA für wirtschaftliche Berufe
FachHS	z. B. Innovationsmanagement (BA, MA); Innovations- und Produktmanagement (BA); International Marketing (MA); Marketing & Sales (BA, MA); Produktmarketing und Innovationsmanagement (MA); Produktmarketing und Projektmanagement (BA)
Uni, HS	z. B. Betriebswirtschaft (BA, MA); Internationale Betriebswirtschaft (BA, MA); Wirtschaftswissenschaften (BA)
Unilehrgang	z. B. Entrepreneurship & Innovation; Marketing; Marketing & Sales
Sonstiges	z. B. diverse Kurse bei bfi und WIFI; Produkt-Management (WIFI-Diplomlehrgang)

Informationen des Arbeitsmarktservice Österreich finden Sie auch im Internet: www.ams.at



CALLCENTER-AGENT/IN

= Callcenter-MitarbeiterIn, Hotline-BeraterIn

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

Callcenter-AgentInnen nehmen einerseits Anrufe entgegen (Inbound-Service), oder rufen andererseits aktiv KundInnen an (Outbound-Service). Callcenter-AgentInnen im Inbound-Bereich nehmen am Telefon KundInnenwünsche, Reklamationen und Bestellungen entgegen und leiten diese zur weiteren Bearbeitung weiter. Im Outbound-Service kontaktieren sie für verschiedene Unternehmen potenzielle KundInnen. Dieser Bereich umfasst Markt- und Meinungsforschung und Benachrichtigungsdienste ebenso wie Telefonakquisition (z. B. für Versicherungen oder Werbeaktionen von Handelsunternehmen) und Telefonverkauf. Auch die Korrespondenz per E-Mail oder Post zählt häufig zum Aufgabenbereich von Call-Center-AgentInnen.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Callcenter-AgentInnen arbeiten in Unternehmen unterschiedlicher Wirtschaftsbereiche wie Industrie, Handel, Gewerbe sowie bei Banken und Versicherungen, in denen Service und KundInnendienst als Marketing-Instrument Bedeutung hat. Sie können auch in eigenständigen Call-Centern beschäftigt sein, wo sie für mehrere Unternehmen tätig sind. Callcenter-AgentInnen befinden sich oft in Beschäftigungsverhältnissen mit leistungsabhängiger Provisionsbasis. Aufstiegsmöglichkeiten bestehen in der Leitung eines Callcenter-Teams.

Aus- und Weiterbildung

BMS	z. B. HAS
BHS	z. B. HAK; HLA für wirtschaftliche Berufe
Sonstiges	z. B. betriebsinterne Ausbildungen in Callcentern; diverse Kurse an Weiterbildungseinrichtungen

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 1.600,- bis 1.900,- brutto

In Österreich werden rund 1,2 Mrd. Kundenkontakte pro Jahr über Call Center und Customer Service Einheiten abgewickelt.

www.callcenterforum.at,
Verein zur Informationssteigerung im
Call Center Bereich

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Broschüre „Berufe –
IT-Informationstechnologie“

Broschüre „Berufe – Berufe mit Kurz-
oder Spezialausbildung“



CATEGORY-MANAGER/IN

= Trend-Category-ManagerIn

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 1.900,- bis 2.600,- brutto

Die Bedeutung von Category Management (CM) – Warengruppenmanagement – wächst rapide und wird auch zukünftig weiter an Relevanz gewinnen. [...] Die Produkte einfach so im Laden platzieren, wie es das Bauchgefühl vorgibt? Mit der Hoffnung, der Umsatz könnte steigen? Das reicht heute nicht mehr aus.

Wie ordne ich die Ware an?,
www.handelsjournal.de, 18.3.2016

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

Category-ManagerInnen stellen Warengruppen (Categories) nach KundInnenbedürfnissen zusammen und sorgen für eine optimale Präsentation des Produkt-Mix am Point of Sale (→ POS). Dazu analysieren sie das Verhalten der KundInnen genau. Sie planen und kontrollieren Marketingaufgaben, z. B. in den Bereichen Produktpolitik (Service, Sortiment) und Kommunikationspolitik (Werbung und Verkaufsförderung), analysieren die Nachfrage und legen die Preise fest. Außerdem stellen sie sicher, dass die Produkte und Dienstleistungen immer verfügbar sind. Sie sind für die Umsätze der betreffenden Produkte verantwortlich.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Beschäftigungsmöglichkeiten für Category-ManagerInnen ergeben sich vor allem in mittleren und großen Handelsunternehmen, aber auch in anderen Wirtschaftsbereichen wie Industrie, Gewerbe, Banken und Versicherungen. Organisatorisch sind sie entweder als Stabstelle im Betrieb integriert oder dem Unternehmensbereich Marketing zugeordnet. Aufstiegsmöglichkeiten bestehen zur Abteilungsleitung für Marketing.

Aus- und Weiterbildung

BHS	z. B. HAK für Kommunikationsmanagement und Marketing; HLA für wirtschaftliche Berufe
FachHS	z. B. International Marketing (MA); Global Sales and Marketing (BA, MA); Produktmarketing und Innovationsmanagement (MA); Produktmarketing und Projektmanagement (BA); Marketing & Sales (BA, MA); Supply Chain Management (MA)
Uni, HS	z. B. Betriebswirtschaft (BA, MA); Internationale Betriebswirtschaft (BA, MA); Wirtschaftswissenschaften (BA)
Unilehrgang	z. B. Marketing; Marketing & Sales



CHANNEL-MARKETING-MANAGER/IN

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

Channel-Marketing-ManagerInnen beschäftigen sich mit der Frage, mit welchem Medium bzw. Kanal (Channel) sie eine bestimmte Zielgruppe am besten erreichen können. Sie entwickeln Marketingmaßnahmen und Vertriebskonzepte, die sich einerseits an die EndkonsumentInnen und andererseits an VertriebspartnerInnen, wie z. B. den Fachhandel, richten. Sie informieren HändlerInnen über neue Produkte, erarbeiten absatzfördernde Maßnahmen und bauen die Kontakte zum Handel aus. Channel-Marketing-ManagerInnen nutzen sämtliche Instrumente des Marketings (→ **Marketing-Mix**), gestalten die Kommunikationspolitik (Werbung und Verkaufsförderung), analysieren die Nachfragesituation und legen Preise fest.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Beschäftigungsmöglichkeiten für Channel-Marketing-ManagerInnen ergeben sich bei mittleren und großen Unternehmen unterschiedlicher Wirtschaftsbereiche wie Industrie und Gewerbe sowie bei Banken und Versicherungen. Gute Perspektiven bieten größere Handels- und Dienstleistungsunternehmen mit komplexen Vertriebsstrukturen. Aufstiegsmöglichkeiten bestehen nach einer Einarbeitungsphase in der Übernahme der Abteilungsleitung für Marketing.

Aus- und Weiterbildung

BHS	z. B. HAK für Kommunikationsmanagement und Marketing; HLA für wirtschaftliche Berufe
FachHS	z. B. Digital Marketing (MA); Export-oriented Management (BA); Global Sales and Marketing (BA, MA); International Business & Management (MA); International Marketing (MA); Marketing & Sales (BA, MA); Marketing & Kommunikationsmanagement (BA)
Uni, HS	z. B. Betriebswirtschaft (BA, MA); Internationale Betriebswirtschaft (BA, MA); Wirtschaftswissenschaften (BA)
Unilehrgang	z. B. Marketing & Sales; Marketing
Sonstiges	z. B. Diplomlehrgang Marketing und Business-Management (bfi Wien); Fachakademie für Marketing und Management (WIFI), Werbe Akademie (WIFI)

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 1.900,- bis 2.600,- brutto

Die Folgen der Digitalisierung stellen hohe Ansprüche an die Fachkompetenz der Marketingmanager. Und die Herausforderungen betreffen dabei nicht nur die Beherrschung der klassischen 4 P's im Marketing Mix – Product, Price, Place, Promotion – sondern vor allem auch Fragen des digitalen Know-hows.

Ralf Klein-Bölting: Das Marketing muss sich neu erfinden, WirtschaftsWoche, www.wiwo.de, 5.3.2016

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo



CUSTOMER-CARE-AGENT/IN

= Customer-Care-MitarbeiterIn, Customer-Service-AgentIn

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 1.700,- bis 2.200,- brutto

Kundenloyalität und Weiterempfehlungen sind das Ergebnis von gelebtem Kundendienst. Sie tragen zum Unternehmenserfolg mindestens genauso viel bei wie jedes Prüfsiegel oder jede Zertifizierung.

Kundendienstverband Österreich,
www.kva.at

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

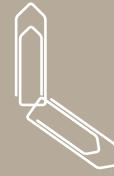
Customer-Care-AgentInnen sind Ansprechpersonen für Anfragen der KundInnen. Je nach Art des Unternehmens müssen sie über Spezialkenntnisse verfügen, um die KundInnen optimal beraten zu können. Häufig unterstützen Customer-Care-AgentInnen auch den Vertrieb bei der KundInnenakquisition. Darüber hinaus arbeiten sie mit MitarbeiterInnen in den unterschiedlichsten Unternehmensbereichen zusammen, damit diese auf die jeweiligen KundInnenwünsche entsprechend reagieren können. Weiters koordinieren sie die Beratung und Betreuung der KundInnen des Unternehmens.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Beschäftigungsmöglichkeiten für Customer-Care-AgentInnen ergeben sich vor allem in Dienstleistungs- und Handelsunternehmen. Customer-Care-AgentInnen arbeiten hauptsächlich im Callcenter. Aufstiegsmöglichkeiten bestehen nach einer Einarbeitungsphase in der Übernahme von Assistenzfunktionen und leitenden Funktionen innerhalb der betrieblichen Hierarchien, wie z. B. ManagerIn des KundInnenservices.

Aus- und Weiterbildung

Lehrberuf	z. B. Medienfachmann/-frau – Marktkommunikation und Werbung
BMS	Fachschule für wirtschaftliche Berufe, HAS
BHS	z. B. HAK für Kommunikationsmanagement und Marketing; HLA für wirtschaftliche Berufe
FachHS	z. B. Marketing & Kommunikationsmanagement (BA); Marketing & Sales (BA, MA)
Uni, HS	z. B. Betriebswirtschaft (BA, MA); Internationale Betriebswirtschaft (BA, MA)
Unilehrgang	z. B. Marketing & Sales
Sonstiges	z. B. Sales Management (Zertifikats-Lehrgang des MCI)



CUSTOMER-RELATIONSHIP-MANAGER/IN

= CRM-ManagerIn

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

→ **Customer Relationship Management (CRM)** umfasst alle Aktivitäten, die sich auf das Verhältnis Unternehmen-KundInnen beziehen. Eine besonders wichtige Rolle spielt dabei die KundInnenbindung. Customer-Relationship-ManagerInnen entwickeln und planen Aktivitäten und Maßnahmen, die die KundInnen möglichst langfristig an das Unternehmen binden sollen (z. B. durch KundInnen-Karten, Mitglieder-Rabatte, Geburtstagsgeschenke, Mailings). Dabei arbeiten sie mit den Abteilungen → **Marketing** und → **PR** zusammen. Die strukturierte Erfassung und Auswertung von KundInnendaten ist die Grundlage für sämtliche KundInnenbindungsmaßnahmen. Zur Unterstützung dieser Aufgaben werden spezielle CRM-Softwareprogramme eingesetzt bzw. individuell entwickelt.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Beschäftigungsmöglichkeiten für Customer-Relationship-ManagerInnen ergeben sich in der Regel in großen Unternehmen unterschiedlicher Wirtschaftsbereiche, wie Handel, Industrie, Gewerbe sowie bei Banken und Versicherungen. Auch Unternehmen, die CRM-Software entwickeln, beschäftigen CRM-ManagerInnen. Aufstiegsmöglichkeiten bestehen unternehmensintern zur Abteilungsleitung für Marketing.

Aus- und Weiterbildung

BHS	z. B. HAK für Informations- und Kommunikationstechnologie – E-Business; HAK für Kommunikationsmanagement und Marketing; HLA für wirtschaftliche Berufe
FachHS	z. B. Betriebswirtschaft (BA, MA); Kommunikationswirtschaft (BA); Marketing & Sales (BA, MA); Marketing & Salesmanagement (MA); Sales Management (MA)
Uni, HS	z. B. Betriebswirtschaft (BA, MA); Internationale Betriebswirtschaft (BA, MA)
Unilehrgang	z. B. Marketing & Sales; Marketing und Vertrieb
Sonstiges	z. B. diverse Kurse an Weiterbildungseinrichtungen; Werbe Akademie (WIFI)

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 2.300,- bis 3.100,- brutto

Ein gutes Produkt allein reicht nicht aus, ein freundschaftlicher loyaler Kontakt zum Kunden gehört zum Markterfolg unbedingt dazu.

Warum Kundenbindungsprogramme nicht nur die Vielkäufer belohnen sollen, www.lead-digital.de, 9.3.2016

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo



DIALOGMARKETING-MANAGER/IN

= Direktmarketing-ManagerIn

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 2.100,- bis 2.600,- brutto

Der Erfolg einer Direktmarketing-Aktion – ob off- oder online – steht und fällt mit den verwendeten Adressdaten! Die schönste Kampagne ist sinnlos, wenn sie die falsche Zielgruppe zum falschen Zeitpunkt mit dem falschen Angebot oder gar nicht erreicht.

Information zum Seminar
Datenschutz & Direktmarketing,
ARS – Akademie für Recht, Steuern
und Wirtschaft, www.ars.at

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

Dialogmarketing-ManagerInnen planen, koordinieren und organisieren sämtliche Werbemaßnahmen, die KonsumentInnen zielgruppengerecht (z. B. Jugendliche oder SeniorInnen) und persönlich ansprechen. Dazu legen sie für jede → **Dialogmarketing**-Aktion die passenden Werbemittel (z. B. E-Mail, SMS, Brief, Prospekt, Katalog, persönliches Telefongespräch) fest. Sie kalkulieren die Kosten und den Erfolg des eingesetzten Werbemittels und analysieren anschließend die Wirkung der Marketingaktion. Neben den klassischen Kommunikationsmedien des Dialogmarketings spielen personalisierte E-Mails und → **Socia-Media**-Kanäle eine zunehmend wichtigere Rolle (z. B. direkte Ansprache durch Postings).

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Dialogmarketing-ManagerInnen sind bei mittleren und großen Unternehmen verschiedenster Wirtschaftsbereiche, häufiger jedoch selbstständig oder in Agenturen tätig. Dies können auf umfassendes Marketing ausgerichtete Großagenturen oder aber kleine, spezialisierte Betriebe, wie z. B. PR- oder Werbeagenturen oder auch spezielle → **Dialogmarketing**-Agenturen sein. Karrierechancen liegen in der Übernahme von leitenden Funktionen.

Aus- und Weiterbildung

Lehrberuf	z. B. Medienfachmann/-frau – Marktkommunikation und Werbung
BHS	z. B. HAK für Kommunikationsmanagement und Marketing; HLA für wirtschaftliche Berufe
FachHS	z. B. International Marketing (MA); Marketing & Kommunikationsmanagement (BA); Marketing & Projektmanagement (BA); Marketing & Sales (BA, MA); Marketing & Salesmanagement (MA)
Uni, HS	z. B. Angewandte Betriebswirtschaft (BA, MA); Betriebswirtschaft (BA, MA); Internationale Betriebswirtschaft (BA, MA); Wirtschaftswissenschaften (BA)
Unilehrgang	z. B. Marketing; Marketing & Sales
Sonstiges	z. B. diverse Kurse bei Weiterbildungseinrichtungen; Diplomlehrgang Marketing und Business-Management (bfi Wien); Fachakademie für Marketing und Management (WIFI); Werbe Akademie (WIFI)

Informationen des Arbeitsmarktservice Österreich finden Sie auch im Internet: www.ams.at



EVENT-MANAGER/IN

= VeranstaltungsmanagerIn, VeranstaltungsorganisatorIn

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

Event-ManagerInnen organisieren öffentliche Veranstaltungen wie Konzerte, Tourneen, Festivals, Clubbings, aber auch Veranstaltungen für einen eingeschränkten Personenkreis wie Unternehmenspräsentationen, Konferenzen, Messen und Tagungen. Dabei sprechen sie sich zunächst mit ihren KundInnen ab, erstellen Konzepte, bereiten Präsentationsunterlagen vor, kalkulieren Kosten und verhandeln Verträge. Zu ihren weiteren Aufgaben gehören Presse- und Werbetätigkeiten, die Betreuung von SponsorInnen sowie die Koordination der beteiligten Dienstleistungsfirmen (z. B. Catering-Unternehmen).

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Beschäftigungsmöglichkeiten im Angestelltenverhältnis eröffnen sich bei Agenturen für Veranstaltungsorganisation, Werbung und Public Relations sowie in Marketingabteilungen großer Unternehmen (Event-Marketing). Außerdem ist eine freiberufliche Tätigkeit für unterschiedliche AuftraggeberInnen möglich. Aufstiegsmöglichkeiten liegen in der Übernahme von Funktionen wie ProjektleiterIn oder TeamleiterIn.

Aus- und Weiterbildung

BMS	z. B. Fachschule für Tourismus
BHS	z. B. HAK für Management für Event; HAK für Management für Tourismus und Eventmarketing; HLA für Kultur- und Eventmanagement; HLA für Tourismus
FachHS	z. B. Entrepreneurship & Tourismus (MA); Leadership im Tourismus (MA); Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement (BA, MA); Tourismus-Management (BA); Tourism and Leisure Management (BA, MA); Tourismus-Management (BA); Tourismus- & Freizeitwirtschaft (BA)
Uni, HS	z. B. Betriebswirtschaft (BA, MA); Sport- und Eventmanagement (BA, MA)
Unilehrgang	z. B. Eventmanagement und Eventmarketing; Sport- und Eventmanagement; Tourismusmanagement
Sonstiges	z. B. diverse Kurse und Lehrgänge bei bfi und WIFI; Eventmanagement (WIFI Werbe Akademie)

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 2.100,- bis 2.600,- brutto

Eine/-r erfolgreiche/-r Eventmanager/-in hat Talent zur Organisation und Improvisation, sprüht vor Kreativität, ist belastbar und blüht unter Stress zu Höchstleistungen auf.

Mag. (FH) Thomas Kenyeri, Leitung des Lehrgangs Eventmanagement am WIFI Wien, www.wifiwien.at

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Broschüre „Berufe – Medien, Kultur, Unterhaltung“

Broschüre „Berufe – Tourismus und Freizeitwirtschaft“



FUNDRAISING-MANAGER/IN

= Fundraising-AgentIn, Marketing-ManagerIn (Non-Profit-Management), Sponsoring-AgentIn

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 1.900,- bis 2.400,- brutto

Um Spenden zu sammeln und andere finanzielle Mittel zu lukrieren bedienen sich FundraiserInnen verschiedener Instrumente. Das klassische Instrument ist der Spendenbrief, auch Face to Face Fundraising über ein persönliches Gespräch ist weitaus bekannt.

FVA – Fundraising Verband Austria,
www.fundraising.at

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

Fundraising-ManagerInnen beschaffen finanzielle Mittel für nicht-kommerzielle Organisationen (→ **NPOs**) und Projekte (z. B. in den Bereichen Bildung, Kultur, Soziales, Umwelt). Sie gewinnen neue SponsorInnen und betreuen bereits vorhandene SponsorInnen, um Geldmittel und andere Unterstützungen wie Sach- und Personalleistungen zu erhalten. Als Bindeglied zwischen den Organisationen und den SpenderInnen dokumentieren Fundraising-ManagerInnen genau, wofür die finanziellen Mittel verwendet werden und legen dies auch offen.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Fundraising-ManagerInnen sind hauptsächlich in kulturellen, sozialen, medizinischen oder pädagogischen Betrieben, Institutionen und Vereinen sowie bei Interessenvertretungen, Parteien, kirchlichen Organisationen oder anderen NPOs tätig. Beschäftigungsmöglichkeiten gibt es aber auch in PR-Abteilungen von Wirtschaftsunternehmen. Karrieremöglichkeiten liegen im Aufstieg in leitende Funktionen innerhalb der betrieblichen Hierarchien oder auch in der Selbstständigkeit.

Aus- und Weiterbildung

BMS	z. B. Fachschule für wirtschaftliche Berufe; HAS
BHS	z. B. HAK; HLA für wirtschaftliche Berufe
FachHS	z. B. Betriebswirtschaft (BA, MA); Kommunikationsmanagement (MA); Marketing & Sales (BA, MA); Nonprofit-, Sozial- und Gesundheitsmanagement (BA)
Uni, HS	z. B. Betriebswirtschaft (BA, MA); Internationale Betriebswirtschaft (BA, MA); Wirtschaftswissenschaften (BA)
Unilehrgang	z. B. PR und Integrierte Kommunikation; Public Communication; Public, Nonprofit und Health Care Management
Sonstiges	z. B. diverse Kurse bei Weiterbildungseinrichtungen; Lehrgänge und Seminare an der NPO-Akademie; WIFI Fundraising College



INTERVIEWER/IN

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

InterviewerInnen befragen im Auftrag von Markt- und Meinungsforschungsinstituten oder ähnlichen Institutionen Personen telefonisch oder persönlich nach ihren Meinungen, Gewohnheiten, Wünschen und Verhaltensweisen zu bestimmten Themen. Die Fragebögen, wichtige Hinweise, Erklärungen sowie Adresslisten und einen Einsatzplan mit Ort und Zeitpunkt der Befragung erhalten die InterviewerInnen bei der InterviewerInnenbesprechung oder per Post. Während der Befragung notieren sie die Antworten ihrer GesprächspartnerInnen und übermitteln die ausgefüllten Fragebögen bzw. transkribierten Interviews an ihre AuftraggeberInnen.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

InterviewerInnen arbeiten in der Regel selbstständig als freie MitarbeiterInnen für Markt- und Meinungsforschungsinstitute, für die Statistik Austria oder für andere Institutionen und Unternehmen. Dieser Beruf wird oft als Nebentätigkeit ausgeübt. InterviewerInnen können zu InterviewleiterInnen für bestimmte Produkte oder Regionen aufsteigen. Sie führen dann eine Gruppe von InterviewerInnen und koordinieren z. B. deren Einsatzpläne.

Aus- und Weiterbildung

BMS	z. B. HAS
BHS	z. B. HAK; HLA für wirtschaftliche Berufe
Sonstiges	Es gibt keine geregelte Ausbildung, nötige Kenntnisse und Fertigkeiten werden betriebsintern vermittelt.

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 1.500,- bis 1.900,- brutto

Auch heute noch gängig sind die sogenannten Face-to-Face-Umfragen. Hier gehen Interviewer von Haustür zu Haustür und bitten um Statements zu bestimmten Themen oder Produkten. Und Onlinebefragungen zu allen erdenklichen Themen werden immer wichtiger.

Marktforscher: Immer schön neugierig bleiben, Zeit Online, www.zeit.de, 17.11.2015

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo



MARKETING-BERATER/IN

= Marketing Consultant (m/w)

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 1.800,- bis 2.500,- brutto

Heute steht beinahe jedes Unternehmen unter Dauerbeobachtung. Marketing besteht nicht nur aus einseitigen Botschaften. Kunden wollen Dialoge führen. [...] Kunden hinterfragen Produktentwicklung, Herstellung, Vertrieb, Verkauf und Anstellungsbedingungen.

Marketing neu denken,
in: Think!, 1/2013

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

Marketing-BeraterInnen unterstützen ihre AuftraggeberInnen bei der Planung und Umsetzung von → **Marketing**-Aktivitäten. Beispielsweise erstellen sie Marktstudien und absatzwirtschaftliche Untersuchungen oder beraten ihre KlientInnen beim Auf- und Ausbau von Verkaufsorganisationen oder beim → **Customer Relationship Management**. Darüber hinaus untersuchen und planen sie die Gestaltung der Vertriebsmethoden (z. B. über Internet) sowie der Preispolitik und erstellen werbepsychologische Konzepte.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Marketing-BeraterInnen können selbstständig oder unselbstständig tätig sein. Unselbstständig tätige Marketing-BeraterInnen sind bei Unternehmensberatungen oder verschiedenen Kammern und Interessenvertretungen beschäftigt. Ihre KlientInnen sind sowohl private als auch öffentliche Unternehmen, Vereine und Verbände. Aufstiegsmöglichkeiten bestehen unternehmensintern, z. B. zur Leitung des Unternehmensbereiches Marketing.

Aus- und Weiterbildung

Lehrberuf	z. B. Medienfachmann/-frau – Marktkommunikation und Werbung
BHS	z. B. HAK; HLA für wirtschaftliche Berufe
FachHS	z. B. Global Sales and Marketing (BA, MA); Innovations- und Produktmanagement (BA); International Marketing (MA); Produktmarketing und Projektmanagement (BA); Marketing & Kommunikationsmanagement (BA); Marketing & Sales (BA, MA); Marketing- & Salesmanagement (MA); Sales Management für technische Produkte und Dienstleistungen (MA); Wirtschaftsberatung (BA)
Uni, HS	z. B. Betriebswirtschaft (BA, MA); Internationale Betriebswirtschaft (BA, MA); Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (BA, MA)
Unilehrgang	z. B. Marketing; Marketing & Sales; Produktentwicklung
Sonstiges	z. B. Diplomlehrgang Marketing und Business-Management (bfi Wien); Fachakademie für Marketing und Management (WIFI); Werbe Akademie (WIFI)

Informationen des Arbeitsmarktservice Österreich finden Sie auch im Internet: www.ams.at



MARKETING-CONTROLLER/IN

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

Marketing-ControllerInnen sind für das → **Controlling** im Unternehmensbereich → **Marketing** zuständig. Dabei planen und überwachen sie das Marketingbudget, kontrollieren die Einhaltung der finanziellen Zielvorgaben und setzen korrigierende Maßnahmen bei Abweichungen. Darüber hinaus stellen sie z. B. → **Soll-Ist-Vergleiche** an, bereiten entscheidungsrelevante Daten auf, erstellen Marken- und Produktberichte für das Management und analysieren die Markt- und Kostensituation. Sie informieren und beraten die Geschäftsführung und die Marketingabteilung des Unternehmens.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Marketing-ControllerInnen sind in mittleren und größeren Unternehmen aller Wirtschaftsbereiche wie Industrie, Handel, Gewerbe sowie Banken, Versicherungen und im Verkehrsbereich beschäftigt. Organisatorisch können sie entweder als Stabstelle im Betrieb integriert oder dem Bereich Marketing zugeordnet sein. Aufstiegsmöglichkeiten bestehen zur Assistenz der Geschäftsführung bzw. Abteilungsleitung für Controlling.

Aus- und Weiterbildung

BHS	z. B. HAK für Controlling, Wirtschaftspraxis und Steuern; HAK für Management, Controlling und Accounting;; HLA für wirtschaftliche Berufe
FachHS	z. B. Accounting, Controlling & Finance (MA); Controlling, Rechnungswesen und Finanzmanagement (BA, MA); Financial Management & Controlling (MA); Marketing & Sales (BA, MA); Marketing & Salesmanagement (MA); Rechnungswesen & Controlling (BA, MA)
Uni, HS	z. B. Betriebswirtschaft (BA, MA); Internationale Betriebswirtschaft (BA, MA)
Unilehrgang	z. B. Controlling; Finanzmanagement
Sonstiges	z. B. Controlling & Unternehmenssteuerung (Zertifikats-Lehrgang des MCI); Weiterbildungsangebote des Controller Instituts; spezielle Kurse bei bfi und WIFI

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

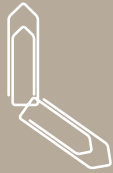
€ 2.400,- bis 3.000,- brutto

Die Erkenntnis, dass Unternehmen langfristig nur durch eine starke Marktorientierung erfolgreich sein können, weist dem Marketing eine strategische Bedeutung im Unternehmen zu. In budgetär angespannten Zeiten müssen jedoch alle Maßnahmen einer Effizienz- und Effektivitätsprüfung standhalten. Dabei ist spezifisches Controlling-Know-how in Marketing & Sales gefordert!

Information zum Lehrgang
Marketingcontrolling am Controller
Institut, www.controller-institut.at

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo



MARKETING-MANAGER/IN

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 2.100,- bis 2.600,- brutto

Vom heimischen Desktop über das Smartphone oder Tablet bis hin zum Fernseher: Der Nutzer von heute nutzt längst die unterschiedlichsten Medien. [...] Marketer müssen auf diesen Trend reagieren, wenn sie ihre potenziellen Kunden optimal erreichen wollen.

Auf allen Kanälen: So gelingt integriertes Marketing [Infografik], t3n digital pioneers, www.t3n.de, 7.10.2015

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

Marketing-ManagerInnen sind für die Planung und Umsetzung von → **Marketing**-Konzepten verantwortlich. Sie entwickeln Strategien zur Verkaufsförderung, Imagesteigerung und Gewinnung von KundInnen und erstellen auf Basis von Zielgruppenanalysen Konzepte für Kampagnen in unterschiedlichen Medien (z. B. Plakat, TV, Internet). Sie informieren sich über die Einhaltung der Marketingziele (z. B. Erhöhung der Absatzzahlen in einem bestimmten Zeitraum). Bei Abweichungen können sie rechtzeitig reagieren und Gegenmaßnahmen setzen. Dabei arbeiten sie mit der Verkaufsabteilung und der Geschäftsführung zusammen, aber auch mit Marktforschungsinstituten, Werbeagenturen und Medienunternehmen. Marketing-ManagerInnen sind auch an der Entwicklung neuer Produkte beteiligt und entscheiden über deren Gestaltung und Verpackung mit.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Beschäftigungsmöglichkeiten für Marketing-ManagerInnen bestehen überwiegend in großen Unternehmen verschiedenster Wirtschaftsbereiche wie Industrie, Handel, Gewerbe sowie bei Banken und Versicherungen. Aufstiegsmöglichkeiten bestehen zur Abteilungsleitung für Marketing.

Aus- und Weiterbildung

Lehrberuf	z. B. Medienfachmann/-frau – Marktkommunikation und Werbung
BHS	z. B. HAK für Kommunikationsmanagement und Marketing; HLA für wirtschaftliche Berufe
FachHS	z. B. Betriebswirtschaft (BA, MA); Global Sales and Marketing (BA, MA); Innovations- und Produktmanagement (BA); International Marketing (MA); Marketing & Kommunikationsmanagement (BA); Marketing & Sales (BA, MA); Marketing- & Salesmanagement (MA); Produktmarketing und Projektmanagement (BA)
Uni, HS	z. B. Betriebswirtschaft (BA, MA); Internationale Betriebswirtschaft (BA, MA)
Unilehrgang	z. B. Marketing; Marketing & Sales
Sonstiges	z. B. Diplomlehrgang Marketing und Business-Management (bfi Wien); Fachakademie für Marketing und Management (WIFI); Werbe Akademie (WIFI)

Informationen des Arbeitsmarktservice Österreich finden Sie auch im Internet: www.ams.at



MARKT- UND MEINUNGS- FORSCHER/IN

= Market-Research-ManagerIn, Markt-AnalystIn, SozialforscherIn

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

Markt- und MeinungsforscherInnen beschaffen und analysieren Daten zu wirtschaftlichen, gesellschaftlichen oder politischen Themen. Dazu führen sie mündliche oder schriftliche Interviews sowie Online-Befragungen durch, werten die Ergebnisse aus und bereiten sie auf. Beispielsweise befassen sie sich mit den Einkommensverhältnissen, der Kaufkraft und dem Einkaufsverhalten potenzieller Zielgruppen oder der Produkt- und Preisentwicklung konkurrierender Unternehmen. Als BeraterInnen machen sie ihre AuftraggeberInnen, die Geschäftsführung oder andere Unternehmensbereiche auf veränderte Markt- und Wettbewerbssituationen aufmerksam. Damit können sie dazu beitragen, Erfolgsfaktoren und Potenziale besser zu erkennen und entsprechend zu nutzen.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen vor allem in Markt- und Meinungsforschungsinstituten, aber auch in Unternehmen unterschiedlicher Wirtschaftsbereiche, wie z. B. Industrie, Handel, Gewerbe, Banken und Versicherungen. Aufstiegsmöglichkeiten liegen nach einer Einarbeitungsphase in der Übernahme leitender Funktionen innerhalb der betrieblichen Hierarchien, wie z. B. Marketingleitung.

Aus- und Weiterbildung

BHS	z. B. HAK; HLA für wirtschaftliche Berufe
FachHS	z. B. Kommunikationswirtschaft (BA); Marketing & Sales (BA, MA); Media- und Kommunikationsberatung (BA, MA); Produktmarketing und Innovationsmanagement (MA); Produktmarketing und Projektmanagement (BA)
Uni, HS	z. B. Betriebswirtschaft (BA, MA); Psychologie (BA, MA); Soziologie (BA, MA); Wirtschaftspsychologie (BA, MA)
Unilehrgang	z. B. Marketing; Markt- und Meinungsforschung; Public Communication

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

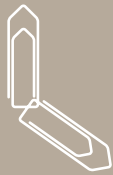
€ 2.000,- bis 2.700,- brutto

Jede Fehlentscheidung kostet Zeit, Geld, Arbeitsplätze. Deshalb sind genaue, verlässliche Daten (je nach Fragestellung) über Meinungen, Einstellungen, Verhaltensweisen von einzelnen Menschen, Gruppen oder Unternehmen notwendig.

Was ist Marktforschung?, Verband der Marktforscher Österreichs, www.vmoe.at

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo



ONLINE-MARKETING-MANAGER/IN

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 2.100,- bis 2.600,- brutto

Viele Händler übertragen ihre Marketing-Strategien aus der Offline-Welt direkt in das digitale Universum – ein großer Fehler. Denn mit der richtigen Online-Strategie kann der Umsatz um zehn bis 15 Prozent gesteigert werden.

Web-Marketing: In 10 Schritten zu mehr Umsatz im Online-Shop, www.trend.at, 25.1.2016

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

Online-Marketing-ManagerInnen entwerfen zielgruppengerechte Online-Marketing-Strategien und setzen sie auch um. Sie entwickeln und betreuen beispielsweise Online-Shops, optimieren den Webauftritt eines Unternehmens, sind für → **Social-Media**-Kampagnen und → **Mobile-Marketing**-Aktionen verantwortlich, kümmern sich um den Versand von Mailings und Newslettern und betreiben → **Suchmaschinenmarketing (SEM)**. Sie entwickeln Marketing-, Vertriebs- und Verkaufskonzepte, um eine optimale Vermarktung der Produkte für den Online-Handel zu erreichen. Dazu beobachten sie den Markt, analysieren Statistiken (z. B. über Klickraten) und kontrollieren laufend den Erfolg der Online-Aktivitäten. Auch die KundInnenakquise zählt zu ihren Aufgaben. Online-Marketing-ManagerInnen arbeiten eng mit Web-DesignerInnen, IT-ExpertInnen und Vertriebsfachleuten zusammen.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Beschäftigungsmöglichkeiten für Online-Marketing-ManagerInnen bestehen vor allem in Werbeabteilungen großer Handelsunternehmen, Banken, Versicherungen, in der IT- und Kommunikationsbranche sowie in Unternehmensberatungen. Karrierechancen liegen z. B. in der Abteilungsleitung.

Aus- und Weiterbildung

BHS	z. B. HAK für Informations- und Kommunikationstechnologie – E-Business; HAK für Kommunikationsmanagement und Marketing
FachHS	z. B. Digital Business Management (BA); Digital Marketing (MA); Marketing & Sales (BA, MA); Marketing und Electronic Business (BA); Marketing & Kommunikationsmanagement (BA); Marketing & Salesmanagement (MA)
Uni, HS	z. B. Betriebswirtschaft (BA, MA); Wirtschaftsinformatik (BA, MA); Wirtschaftswissenschaften (BA)
Unilehrgang	z. B. Marketing; Online Media Marketing; Marketing & Sales; Social Media and Global Communication
Sonstiges	z. B. diverse Kurse bei bfi und WIFI



PRODUKT-MANAGER/IN

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

Produkt-ManagerInnen sind für ein Produkt, eine Produktgruppe oder Dienstleistung eines Unternehmens zuständig. Sie betreuen diese von der Idee bis zur Markteinführung und sind auch für die Umsätze und die → **Rentabilität** der betreffenden Produkte oder Dienstleistungen verantwortlich. Zu ihren Aufgaben gehören die Planung und Kontrolle von → **Marketing**-Aufgaben in den Bereichen Produktpolitik (z. B. Service, Sortiment), Preispolitik, → **Distributionspolitik** (z. B. Vertriebswege, Lagerung) und Kommunikationspolitik (z. B. Verkaufsförderung, Werbekonzepte).

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Produkt-ManagerInnen sind in Unternehmen unterschiedlicher Wirtschaftsbereiche wie Industrie, Handel, Gewerbe sowie bei Banken und Versicherungen beschäftigt. Auch Dienstleistungsunternehmen bieten Beschäftigungsmöglichkeiten. Organisatorisch sind Produkt-ManagerInnen meist als Stabstelle im Betrieb integriert oder der Marketingabteilung zugeordnet. Die Position von Produkt-ManagerInnen ist in der Regel keine Einstiegsposition und wird üblicherweise erst nach einigen Jahren erfolgreicher Berufstätigkeit erreicht. Aufstiegsmöglichkeiten bestehen unternehmensintern zur Abteilungsleitung für Marketing.

Aus- und Weiterbildung

BHS	z. B. HAK für Management, Controlling und Accounting; HAK für Kommunikationsmanagement und Marketing; HLA für wirtschaftliche Berufe
FachHS	z. B. Design- und Produktmanagement (BA, MA); Innovationsmanagement (BA, MA); Innovations- und Produktmanagement (BA); International Marketing (MA); Produktmarketing und Innovationsmanagement (MA); Produktmarketing und Projektmanagement (BA)
Uni, HS	z. B. Betriebswirtschaft (BA, MA); Internationale Betriebswirtschaft (BA, MA)
Unilehrgang	z. B. Innovation und Produktmanagement; Marketing; Produktentwicklung; Marketing & Sales

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 2.200,- bis 2.800,- brutto

Neue Produkte entstehen nicht durch glückliche Zufälle oder spontane Geistesblitze. Dazu braucht es Innovations- und ProduktmanagerInnen, die auf Kundenwünsche abgestimmte Produktideen finden, sie richtig bewerten, auswählen und umsetzen – das ist der Schlüssel zum Erfolg!

Information zum Bachelor-Studiengang Innovations- und Produktmanagement an der FH Oberösterreich, www.fh-ooe.at/ipm

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo



TOURISMUS-MARKETING-MANAGER/IN

= Marketing-ManagerIn im Tourismus, Tourismus-Werbe-ManagerIn

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 2.100,- bis 2.500,- brutto

Mehr als je zuvor entscheiden im Tourismus starke Marken über den Erfolg von Destinationen, weil der Wettbewerbsdruck immer mehr zunimmt.

Österreich Werbung,
www.austriatourism.com

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Broschüre „Berufe – Tourismus und Freizeitwirtschaft“

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

Tourismus-Marketing-ManagerInnen entwickeln → **Marketing-** und Werbekonzepte für touristische Anbieter. Dazu zählen z. B. Hotels oder Hotelketten, Reiseveranstalter, Veranstaltungen und Festivals oder auch Destinationen wie Städte und Regionen. Tourismus-Marketing-ManagerInnen konzipieren Werbe- und Marketingmaßnahmen im In- und Ausland und setzen diese auch um. Auch die Durchführung von Marktforschungen zählt zu ihren Aufgaben.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Tourismus-Marketing-ManagerInnen sind in Unternehmen im Bereich Hotellerie oder Gastronomie, in Tourismusorganisationen, bei Interessenvertretungen im Bereich Tourismus, bei touristischen Sport- und Freizeiteinrichtungen (Kulturbetriebe, Seilbahnen, Themenparks, Kongresszentren) oder in Wellness- und Gesundheitseinrichtungen beschäftigt. Die Aufstiegsmöglichkeiten sind vielseitig, diese können beispielsweise in der Marketing-Leitung einer regionalen Destination oder einer Hotelkette bestehen.

Aus- und Weiterbildung

BMS	z. B. Fachschule für Tourismus
BHS	z. B. HAK für Informations- und Kommunikationstechnologie – E-Business; HAK für Kommunikationsmanagement und Marketing; HLA für Tourismus
FachHS	z. B. Entrepreneurship & Tourismus (MA); International Marketing (MA); Hotel Management (BA); Leadership im Tourismus (MA); Tourism and Leisure Management (BA, MA); Tourismus-Management (BA)
Uni, HS	z. B. Internationale Betriebswirtschaft (BA, MA)
Unilehrgang	z. B. International Tourism Management; Marketing & Sales; Tourismusmanagement; Tourismus- & Eventmanagement
Sonstiges	z. B. Werbe Akademie (WIFI); Tourismusmarketing & Innovation (Zertifikats-Lehrgang des MCI)



VERKAUF UND VERTRIEB

Charakteristika und Trends

Die Aufgabe von Verkauf und Vertrieb ist es, Produkte und Dienstleistungen für die KundInnen verfügbar zu machen. Grundsätzlich wird beim Vertrieb zwischen zwei Formen unterschieden: Beim Direktvertrieb richtet sich ein Unternehmen, das Produkte herstellt bzw. anbietet, unmittelbar an die EndkundInnen. Beispiele sind der Direktverkauf durch HandelsvertreterInnen, der Telefonverkauf oder der Online-Verkauf eines Unternehmens. Beim indirekten Vertrieb hingegen sind zwischen dem Herstellungsunternehmen und den EndkundInnen der Groß- oder Einzelhandel geschaltet. Eine Form, die auch dem indirekten Vertrieb zugerechnet wird, ist das → **Franchising**.

Das Tätigkeitsfeld Vertrieb nähert sich immer mehr dem Bereich Marketing an. Ging es früher vor allem darum, möglichst viele Produkte an möglichst viele KundInnen zu verkaufen, so gewinnt heute ein gut funktionierendes → **Customer-Relationship-Management (CRM)** immer mehr an Bedeutung. Was zählt, sind optimale KundInnenbeziehungen. Das beinhaltet auch, dass Verkaufs- und VertriebsexpertInnen die Geschäftsmodelle und -strategien der FirmenkundInnen gut kennen. Sie müssen jedoch auch über die Bedürfnisse der EndkundInnen Bescheid wissen. Zu diesem Zweck werden verstärkt → **Analytics**-Tools eingesetzt, um möglichst viele kundInnenbezogene Daten aus unterschiedlichen Kanälen sammeln und auswerten zu können.

Generell ist der Bedarf an Personal im Bereich Verkauf und Vertrieb sehr hoch. Überall dort, wo es um den direkten Kontakt mit HändlerInnen oder EndkundInnen geht, sind kommunikative Persönlichkeiten mit gutem Auftreten und ausgeprägtem Verkaufstalent sehr gefragt. Wichtig ist außerdem die Fähigkeit, KundInnenbeziehungen aufzubauen und zu pflegen sowie Mobilitätsbereitschaft und eine gute Kenntnis der Absatzmärkte sowie des Mitbewerbs.

Im Exportbereich wird mit der zunehmenden Internationalisierung Englisch immer relevanter, aufgrund der engen Handelsverflechtungen mit den mittel- und osteuropäischen Ländern stellen entsprechende Sprachkenntnisse eine wichtige Zusatzqualifikation dar.

BERUFSÜBERSICHT



Beratung

Pre Sales Consultant (m/w)
VerkaufstechnikerIn



Handel

HandelsvertreterIn
Tele Sales Professional (m/w)



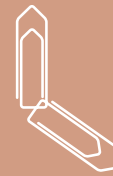
Organisation

Business-Development-ManagerIn
Key-Account-ManagerIn
Sales-ManagerIn
VertriebscontrollerIn
VertriebsmanagerIn



Service

MerchandiserIn



BUSINESS-DEVELOPMENT-MANAGER/IN

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

Business-Development-ManagerInnen sind für die Entwicklung und den Ausbau von Produkt- und Geschäftsfeldern sowie von KundInnenbeziehungen zuständig. Sie befassen sich mit der Planung neuer Unternehmensziele und der Erschließung neuer Märkte. Sie analysieren z. B. die Marktentwicklung, erarbeiten eine Strategie, wie sich bestimmte Produkte in einem neuen Geschäftsfeld verkaufen lassen und versuchen, neue Kontakte zu KooperationspartnerInnen aufzubauen bzw. bestehende Kooperationen auszubauen.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Business-Development-ManagerInnen sind in Betrieben aller Wirtschaftsbereiche tätig: in Industrie-, Gewerbe- und Handelsbetrieben ebenso wie in IT-Unternehmen, Telekommunikationsunternehmen, Banken, Versicherungen und sonstigen Dienstleistungsbetrieben. Der Berufseinstieg erfolgt zumeist in Form einer Assistenzfunktion. Die Karrierechancen liegen innerhalb der betrieblichen Hierarchien, vor allem in Senior-Funktionen und Bereichsleitungen oder auch in der Geschäftsführung.

Aus- und Weiterbildung

BHS	z. B. HAK; HLA für wirtschaftliche Berufe
FachHS	z. B. Business Consultancy International (BA, MA); Business Management (BA); Europäische Wirtschaft und Unternehmensführung (BA, MA); Global Sales and Marketing (BA, MA); Innovations- und Produktmanagement (BA); International Business & Management (MA); Internationale Wirtschaftsbeziehungen (BA, MA); Management internationaler Geschäftsprozesse (BA); Unternehmensführung – Entrepreneurship (BA); Unternehmensführung – Executive Management (MA)
Uni, HS	z. B. Betriebswirtschaft (BA, MA); Internationale Betriebswirtschaft (BA, MA); Wirtschaftswissenschaften (BA)
Unilehrgang	z. B. Marketing & Sales; Entrepreneurship & Innovation
Sonstiges	z. B. Business Management (WIFI-Lehrgang); Werbe Akademie (WIFI); Sales Manager Akademie

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 2.200,- bis 2.600,- brutto

Informationstechnologien sind Beschleuniger der Geschäftsstrategie von Unternehmen und Voraussetzung für die Innovationskraft und Zukunftsfähigkeit österreichischer Betriebe. Business Development spielt dabei eine entscheidende Rolle.

IT-Expertentag: Business Development sichert Zukunftsfähigkeit von IT-Unternehmen, Alfred Harl, Obmann des Fachverbandes Unternehmensberatung und IT (UBIT), Wirtschaftskammer Österreich, www.wko.at

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo



HANDELSVERTRETER/IN

= HandelsagentIn, ProduktvertreterIn

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 1.500,- bis 2.100,- brutto

Der Handelsagent übernimmt eine Fülle von Leistungen von der Kundenwerbung und -betreuung über die Marktbeobachtung und Korrespondenz bis hin zur Reklamationsbearbeitung oder der Lagerung und Warendisposition. Aber auch die Bonitätsbeurteilung, die Warenauslieferung oder das Inkasso gehören zu den Aufgabengebieten der Handelsagenten.

Wer wir sind? Die Handelsagenten:
Netzwerker und Verkaufsprofis,
Bundesgremium der
Handelsagenten,
www.handelsagenten.at

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Broschüre „Berufe – Berufe mit Kurz- oder Spezialausbildung“

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

HandelsvertreterInnen bahnen Geschäfte an und verkaufen Waren oder Dienstleistungen im Namen eines oder mehrerer Unternehmen. Sie besuchen Industrie-, Großhandels- oder Einzelhandelsbetriebe und auch Einzelpersonen. HandelsvertreterInnen sind das Bindeglied zwischen Herstellerbetrieben und Handelsbetrieben. Sie informieren ihre KundInnen über einzelne Produkte, präsentieren das Sortiment, handeln Preise, Zahlungs- und Lieferbedingungen aus und sind für die Zustellung der bestellten Produkte zuständig.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

HandelsvertreterInnen sind in unterschiedlichen Wirtschaftsbereichen wie Industrie, Handel, Gewerbe sowie für Banken und Versicherungen tätig. Sie sind entweder bei einem Unternehmen angestellt oder üben den Beruf auf selbstständiger Basis aus. Selbstständige HandelsvertreterInnen brauchen eine Gewerbeberechtigung.

Aus- und Weiterbildung

BMS	z. B. Fachschule für wirtschaftliche Berufe; HAS
BHS	z. B. HAK für Kommunikationsmanagement und Marketing; HLA für wirtschaftliche Berufe
FachHS	z. B. Marketing & Sales (BA, MA); Sales Management (MA); Technisches Vertriebsmanagement (BA)
Uni, HS	z. B. Betriebswirtschaft (BA, MA); Wirtschaftswissenschaften (BA)
Unilehrgang	z. B. Marketing; Marketing & Sales
Sonstiges	z. B. diverse Kurse bei bfi und WIFI; Sales Manager Akademie



KEY-ACCOUNT-MANAGER/IN

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

Key-Account-ManagerInnen betreuen und beraten wichtige GroßkundInnen (auch SchlüsselkundInnen oder → **Key-Accounts**) eines Unternehmens. Sie sind für diese die Ansprechperson für alle Fragen, beginnend von Produktinformationen bis hin zu Kaufabschlüssen. Darüber hinaus versuchen sie, NeukundInnen zu gewinnen, pflegen und intensivieren Kontakte mit bestehenden KundInnen, analysieren Marktentwicklungen und Bedürfnisse der KundInnen und entwickeln auf sie zugeschnittene Lösungen. Dabei arbeiten sie eng mit den Abteilungen Verkauf, Außendienst, → **Marketing** und KundInnendienst zusammen.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Key-Account-ManagerInnen sind meist in großen Unternehmen verschiedenster Wirtschaftsbereiche wie Industrie, Handel, Gewerbe, im IT-Bereich sowie bei Banken und Versicherungen beschäftigt. Aufstiegsmöglichkeiten bestehen z. B. zur Abteilungsleitung für Marketing oder für Produkt-Management. In der Branche sind variable Gehaltsanteile (Provisionen) üblich.

Aus- und Weiterbildung

BHS	z. B. HAK; HLA für wirtschaftliche Berufe
FachHS	z. B. Marketing & Sales (BA, MA); Produktmarketing und Projektmanagement (BA); Technisches Vertriebsmanagement (BA); Sales Management (MA)
Uni, HS	z. B. Betriebswirtschaft (BA, MA); Internationale Betriebswirtschaft (BA, MA); Wirtschaftswissenschaften (BA)
Unilehrgang	z. B. Marketing & Sales; Marketing und Vertrieb
Sonstiges	z. B. div. Kurse und Lehrgänge bei bfi und WIFI

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 2.100,- bis 2.600,- brutto

Für den Kunden ist der Key Account Manager der persönliche Ansprechpartner. Er berät ihn und handelt mit ihm Verträge aus. Dazu sammelt der Key Account Manager Informationen über die Interessen und Anforderungen seines Kunden: Seinen Markt, sein Marketing, seine Logistik und Entwicklung.

Aufgaben des Key Account Managers, www.business-wissen.de, 21.1.2014

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo



MERCHANDISER (M/W)

= Verkaufsförderer/-in, Visual Merchandiser (m/w)

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 1.600,- bis 2.400,- brutto

Zwei Arten von Geschäften werden sich sehr unterschiedlich entwickeln: jene mit Massenartikeln und jene, die ihren Kunden ein großartiges Erlebnis bieten wollen. Hier werden wir in den physischen Verkaufsräumlichkeiten viel mehr interaktives Theater erleben. Shopping hat auch viel mit Erholung, mit Entspannung zu tun. Daher ist in den Einkaufszentren der Anteil von Gastronomiebetrieben ständig gestiegen.

Großes Theater im Store der Zukunft, Konsumpsychologe Paco Underhill im Interview mit Retail, Magazin für den österreichischen Handel, 4/2015

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

Merchandiser entwickeln und realisieren umsatzfördernde Maßnahmen für den Verkauf von Produkten. Sie sind unter anderem für die ansprechende visuelle Präsentation von Waren am Point of Sale (→ **POS**) zuständig. Dazu besuchen sie regelmäßig Verkaufsfilialen. Sie entwickeln Ideen und Konzepte zur zielgruppengerechten Gestaltung von Geschäftslokalen, Verkaufsflächen, Regalen, Auslagen, → **Showrooms**, Messeständen sowie für Verkaufspräsentationen. Als Bindeglied zwischen → **Marketing** und Vertrieb optimieren sie den Verkaufserfolg durch eine kreative Gestaltung des Umfelds, in dem die Waren angeboten und verkauft werden. Merchandiser entwickeln auch gemeinsam mit dem Marketingteam eines Unternehmens Konzepte zur Verkaufsförderung (z. B. Promotionsveranstaltungen, Probierartikel oder Werbematerialien).

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Beschäftigungsmöglichkeiten für Merchandiser bestehen in Betrieben des Handels und der Markenartikelindustrie. Die Aufstiegsmöglichkeiten sind in diesem Bereich vielfältig und bestehen in der Übernahme von leitenden Funktionen innerhalb der betrieblichen Hierarchien wie z. B. TeamleiterIn.

Aus- und Weiterbildung

Lehrberuf	z. B. Einzelhandelskaufmann/-frau
BMS	z. B. Fachschule für wirtschaftliche Berufe; HAS
BHS	z. B. HAK für Kommunikationsmanagement und Marketing; HLA für wirtschaftliche Berufe; HLA für Kunst und Design
FachHS	z. B. Design und Produktmanagement (BA, MA); Marketing & Sales (BA, MA); Produktmarketing und Projektmanagement (BA)
Uni, HS	z. B. Angewandte Betriebswirtschaft (BA, MA); Betriebswirtschaft (BA, MA); Wirtschaftswissenschaften (BA)
Unilehrgang	z. B. Marketing; Marketing & Sales
Sonstiges	z. B. Fachakademie für Marketing und Management (WIFI); Werbe Akademie (WIFI); diverse Kurse an Weiterbildungseinrichtungen



PRE SALES CONSULTANT (M/W)

= Pre-Sales-VertriebsberaterIn

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

→ **Pre Sales** Consultants unterstützen Unternehmen bei der → **Akquisition** und Beratung von KundInnen in der Phase vor dem Kauf. Dabei geht es häufig um technische oder produktbezogene Fragen der KundInnen und darum, für sie das passende Angebot zu finden. Pre Sales Consultants unterstützen ihre KlientInnen auch bei der Etablierung von Vertriebswegen und helfen bei der Suche nach neuen Absatzmärkten. Dabei analysieren sie Anforderungen, präsentieren Lösungsansätze und führen Auftragsverhandlungen. Sie entwickeln beispielsweise neue Verkaufskonzepte, organisieren ein neues, firmeninternes Telefonmarketing oder überprüfen den Verkaufsprozess bis hin zur Rabattgestaltung.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Pre Sales Consultants arbeiten häufig auf selbstständiger Basis. Sie können aber auch in Consulting- und Unternehmensberatungsfirmen oder in großen Konzernen, vorwiegend im IT-Bereich, angestellt sein. Die Karrierechancen liegen in Funktionen, wie z. B. Senior Consultant oder im Einstieg ins Unternehmen als PartnerIn.

Aus- und Weiterbildung

FachHS	z. B. Business Consultancy International (BA, MA); International Marketing (MA); Marketing & Sales (BA, MA); Technisches Vertriebsmanagement (BA); Wirtschaftsberatung (BA)
Uni, HS	z. B. Betriebswirtschaft (BA, MA); Internationale Betriebswirtschaft (BA, MA); Wirtschaftswissenschaften (BA)
Unilehrgang	z. B. Marketing & Sales; Marketing und Vertrieb
Sonstiges	z. B. Werbe Akademie (WIFI); Sales Manager Akademie

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 2.100,- bis 2.700,- brutto

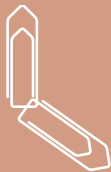
In der Pre-Sales-Phase geht es vor allem darum, den Kunden mit den gewünschten und auf ihn zugeschnittenen Informationen zu versorgen (Information on Demand). Beispiele hierfür stellen der Versand von Prospektmaterial, das kostenlose Zusenden von Kleidungsstücken auf Probe sowie eine unverbindliche und kostenlose Beratung dar.

In: Zentes, Joachim u. a.:
Handelsmanagement. Vahlen 2012.

AMS-BERUFESINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Broschüre „Berufe –
IT-Informationstechnologie“



SALES-MANAGER/IN

= VerkaufsmanagerIn

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 2.200,- bis 2.700,- brutto

Wer in einer globalisierten Welt im Vertrieb bestehen möchte, wird erkennen: nicht der Verkauf von Produkten steht im Mittelpunkt, sondern vielmehr der Beitrag zur Lösung zentraler, betrieblicher und unternehmerischer Probleme unserer Kunden. Dazu gehört eben weit mehr, als nur über Abschlusstechniken zu reden.

Mag. Jörg Rosegger, Captain des Jahrgangs Master Sales Management 2015, zitiert nach: CAMPUS 02 Fachhochschule der Wirtschaft, www.campus02.at

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Broschüre „Berufe – IT-Informationstechnologie“

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

Sales-ManagerInnen sind dafür verantwortlich, dass die Umsatzziele eines Unternehmens erreicht werden. Sie geben Marktanalysen in Auftrag und entwickeln auf Basis der Marktforschungsergebnisse Maßnahmen zur Absatzförderung (z. B. Werbeaktionen, Produktverpackung). Sales-ManagerInnen kontrollieren die Verkaufszahlen, erarbeiten Absatzprognosen und leiten diese an die Geschäftsführung weiter, um die betriebliche Produktion mit den Absatzmöglichkeiten abzustimmen. Sie führen Verkaufsgespräche, pflegen ihren KundInnenstamm, akquirieren neue KundInnen und leiten Verkaufsteams (Innen- und Außendienst).

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Sales-ManagerInnen sind in Unternehmen aller Wirtschaftsbereiche wie Industrie, Handel, Gewerbe sowie bei Banken und Versicherungen beschäftigt. Karrierechancen bestehen innerhalb der betrieblichen Hierarchien, vor allem in Senior-Funktionen und Bereichsleitungen. Darüber hinaus bestehen Aufstiegsmöglichkeiten in die Geschäftsführung oder in die Konzernleitung.

Aus- und Weiterbildung

BHS	z. B. HAK für Management, Controlling und Accounting; HLA für wirtschaftliche Berufe
FachHS	z. B. Business Management (BA); Global Sales and Marketing (BA, MA); Marketing & Sales (BA, MA); Marketing & Salesmanagement (MA); Sales Management (MA); Sales Management für technische Produkte und Dienstleistungen (MA)
Uni, HS	z. B. Angewandte Betriebswirtschaft (BA, MA); Betriebswirtschaft (BA, MA); Internationale Betriebswirtschaft (BA, MA); Wirtschaftswissenschaften (BA)
Unilehrgang	z. B. General Management; Global Management; Marketing; Marketing & Sales
Sonstiges	z. B. Fachakademie für Marketing und Management (WIFI); Werbe Akademie (WIFI); Sales Manager Akademie



TELE SALES PROFESSIONAL (M/W)

= Tele Sales Agent (m/w)

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

Tele Sales Professionals sind VerkäuferInnen, die ihre KundInnen per Telefon und E-Mail über Produkte und Dienstleistungen informieren und beraten. Im Rahmen von Telefonvertriebsprojekten suchen sie nach potenziellen HändlerInnen und KundInnen, bereiten Angebote vor, beantworten E-Mail-Anfragen zu Produkten, Dienstleistungen sowie zu Zahlungs-, Preis- und Lieferbedingungen. Sie geben die gewünschten Informationen weiter und führen telefonische Verkaufsgespräche, die im günstigen Fall zu Kaufabschlüssen führen. Darüber hinaus erstellen sie Bestands- und Bestelllisten, führen Kassenbücher, Wareneingangsbücher und pflegen KundInnendatenbanken.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Tele Sales Professionals arbeiten in Unternehmen verschiedener Wirtschaftsbereiche, die mit ihren Produkten im Internet vertreten sind, wie Industrie, Handel, Gewerbe sowie bei Banken und Versicherungen. Beschäftigungschancen ergeben sich auch bei Internet- → **Providern** und → **E-Commerce**-Unternehmen. Aufstiegsmöglichkeiten bestehen z. B. als Produkt-, Key-Account- oder Area-ManagerIn.

Aus- und Weiterbildung

Lehrberuf	z. B. EDV-Kaufmann/-frau
BMS	z. B. Fachschule für wirtschaftliche Berufe; HAS
BHS	z. B. HAK für Kommunikationsmanagement und Marketing; HLA für wirtschaftliche Berufe
FachHS	z. B. Global Sales and Marketing (BA, MA); Marketing & Sales (BA, MA); Marketing & Salesmanagement (MA); Sales Management (MA); Sales Management für technische Produkte und Dienstleistungen (MA)
Uni, HS	z. B. Betriebswirtschaft (BA, MA); Wirtschaftswissenschaften (BA)
Unilehrgang	z. B. Marketing & Sales
Sonstiges	z. B. Fachakademie für Marketing und Management (WIFI); Werbe Akademie (WIFI); Sales Manager Akademie

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 1.600,- bis 2.500,- brutto

Das Telefon ist und bleibt eines der wichtigsten Kommunikationsmittel und damit die Visitenkarte der Bank, der Versicherung und des Unternehmens – sowohl Kunden als auch Geschäftspartnern gegenüber.

Telefonakquise: Nutzen Sie die Vorteile konsequent,
www.cash-online.de, 27.1.2014

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo



VERKAUFSTECHNIKER/IN

= VertriebstechnerIn, VertriebsingenieurIn

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 2.200,- bis 2.900,- brutto

Den „idealen“ Verkäufer erkennt man an Eigenschaften wie Auftreten, technisches und Branchen-Know-how, Kundenbezug, Stressresistenz, Wille zur Weiterentwicklung, Charakterstärke, Loyalität, Ausdrucksweise, Teamfähigkeit, der nötigen Egozentrik und dem richtigen „Schmäh“.

Der stete Wandel im Hightech-Vertrieb, Dirk Heinrich, selbstständiger Verkaufstrainer im Interview mit Computerwelt, www.computerwelt.at, 23.5.2013

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

VerkaufstechnikerInnen beraten KundInnen zu technischen Produkten (z. B. Geräte, Anlagen, Werkzeuge) eines Unternehmens. Sie können sowohl im Innen- als auch im Außendienst tätig sein. Je nach Branche und Aufgabenstellung beraten sie PrivatkundInnen, technische Kaufleute, IndustrieekäuferInnen oder den Fachhandel. Neben dem technischen Know-how verfügen VerkaufstechnikerInnen über verkäuferisches Geschick und ausgeprägte Kommunikationsfähigkeiten. Sie führen Verkaufsgespräche, halten Verkaufspräsentationen (z. B. auf Messen), erstellen Angebote, kalkulieren Preise, verhandeln mit LieferantInnen und koordinieren Liefertermine. Auch die Erstellung von Umsatzprognosen mithilfe von Statistik- und → **Data-Mining**-Tools sowie die Beobachtung des Konkurrenzmarktes gehören zu ihren Aufgaben.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

VerkaufstechnikerInnen arbeiten vor allem für Unternehmen, die technische Produkte herstellen, vertreiben oder importieren. Beschäftigungsmöglichkeiten finden sich in unterschiedlichsten Bereichen, wie z. B. Maschinenbau, Baubereich, Haustechnik oder IT-Hard- und Softwarelösungen. Wie bei vielen anderen verkaufsorientierten Berufen sind variable Vergütungen bzw. Provisionen üblich.

Aus- und Weiterbildung

BHS	z. B. HAK für Entrepreneurship und Management; HTL für Wirtschaftsingenieure
FachHS	z. B. Elektronik/Wirtschaft (BA); International Industrial Management (MA); Internationales Wirtschaftsingenieurwesen (BA, MA); Produktdesign und Technische Kommunikation (BA); Produktmarketing und Innovationsmanagement (MA); Technisches Vertriebsmanagement (BA); Wirtschaftsingenieurwesen (BA, MA)
Uni, HS	z. B. Angewandte Betriebswirtschaft (BA, MA); Wirtschaftsingenieurwesen – Maschinenbau (BA, MA)
Unilehrgang	z. B. Engineering Management
Sonstiges	z. B. diverse Kurse bei bfi und WIFI



VERTRIEBSCONTROLLER/IN

= ControllerIn (Vertrieb)

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

VertriebscontrollerInnen sind für das → **Controlling** im Unternehmensbereich Vertrieb verantwortlich. Dabei planen und überwachen sie das Vertriebsbudget, kontrollieren die Einhaltung der finanziellen Zielvorgaben, stellen → **Soll-Ist-Vergleiche** an, bereiten entscheidungsrelevante Daten auf, erstellen Vertriebs- und Zwischenhändlerberichte und analysieren die Absatzwege und deren Kostensituation. Sie informieren die Geschäftsführung und die Marketingabteilung über Abweichungen von definierten Zielvorgaben und schlagen Gegensteuerungsmaßnahmen vor.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

VertriebscontrollerInnen sind in mittleren und größeren Unternehmen aller Wirtschaftsbereiche wie Industrie, Handel, Gewerbe sowie bei Banken und Versicherungen beschäftigt. Organisatorisch können sie entweder als Stabstelle im Betrieb integriert oder dem Bereich Vertrieb zugeordnet sein. Aufstiegsmöglichkeiten bestehen unternehmensintern zur Abteilungsleitung für Controlling.

Aus- und Weiterbildung

BHS	z.B. HAK für Management, Controlling und Accounting; HLA für wirtschaftliche Berufe
FachHS	z.B. Controlling, Rechnungswesen und Finanzmanagement (BA, MA); Financial Management & Controlling (MA); Finanz-, Rechnungs- & Steuerwesen (BA); Rechnungswesen & Controlling (BA, MA); Sales Management (MA)
Uni, HS	z.B. Betriebswirtschaft (BA, MA); Internationale Betriebswirtschaft (BA, MA); Wirtschaftswissenschaften (BA); Internationale Wirtschaftswissenschaften (Diplom)
Unilehrgang	z.B. Finanzmanagement
Sonstiges	z.B. Controlling & Unternehmenssteuerung (Zertifikats-Lehrgang des MCI); Weiterbildungsangebot des Controller Instituts

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 2.300,- bis 3.000,- brutto

Vertriebs- und Marketing Controlling ist mehr als die Ermittlung und Analyse realisierter oder erwarteter Zielabweichungen. Modernes Vertriebs- und Marketing Controlling dient vor allem der Entscheidungsunterstützung sowie der Verhaltensbeeinflussung.

Information zum Seminar Vertriebs- und Marketing Controlling an der Sales Manager Akademie, www.sales-manager.at

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo



VERTRIEBSMANAGER/IN

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 2.200,- bis 2.600,- brutto

Der persönliche und telefonische Kontakt wird auch trotz der fortschreitenden Digitalisierung ein wichtiger Faktor für die Zusammenarbeit zwischen dem Kunden und den Dienstleistern bleiben, und das sowohl im Kundendienst, in der Disposition als auch im Vertrieb.

Holger Gloszeit: Digitalisierung auch in der Führung und im Vertrieb?, in: Logistik Express 4/2015

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Broschüre „Berufe – IT-Informationstechnologie“

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

VertriebsmanagerInnen sind für alle organisatorischen Maßnahmen, die mit dem Vertrieb von Produkten eines Unternehmens zusammenhängen, verantwortlich. Dabei entscheiden sie über Absatzwege, Transportmöglichkeiten und generell über Vertriebsformen (z. B. ob der Vertrieb über eigene Filialen oder über ZwischenhändlerInnen erfolgen soll). In Zusammenarbeit mit ManagerInnen aus dem Verkaufsbereich planen sie den Einsatz des Außendienstes und erarbeiten Ausbildungs- und Schulungsprogramme für das Verkaufspersonal. Sie betreuen auch die Serviceeinrichtungen für KundInnen, wickeln Aufträge und Lieferungen ab und erarbeiten gemeinsam mit der Unternehmensführung Vertriebskonzepte.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

VertriebsmanagerInnen sind in mittleren und größeren Unternehmen aller Wirtschaftsbereiche wie Industrie, Handel, Gewerbe sowie bei Banken und Versicherungen beschäftigt. Die Karrierechancen liegen innerhalb der betrieblichen Hierarchien, vor allem in Senior-Funktionen und Bereichsleitungen oder auch in der Geschäftsführung.

Aus- und Weiterbildung

BHS	z. B. HAK; HLA für wirtschaftliche Berufe
FachHS	z. B. Export-oriented Management (BA); Global Sales and Marketing (BA, MA); International Business & Management (MA); Internationales Logistik-Management (BA); International Marketing (MA); Marketing & Sales (BA, MA); Sales Management (MA); Sales Management für technische Produkte und Dienstleistungen (MA)
Uni, HS	z. B. Betriebswirtschaft (BA, MA); Wirtschaftswissenschaften (BA)
Unilehrgang	z. B. Marketing & Sales; Marketing und Vertrieb
Sonstiges	z. B. Fachakademie für Marketing und Management (WIFI); Werbe Akademie (WIFI); diverse Kurse an Weiterbildungseinrichtungen; Sales Manager Akademie



WERBUNG UND PUBLIC RELATIONS

Charakteristika und Trends

Werbung und → **Public Relations (PR)** haben beide die Aufgabe, Botschaften zu vermitteln. In der Werbung geht es vorrangig darum, Produkte und Dienstleistungen möglichst attraktiv erscheinen zu lassen und diese erfolgreich zu verkaufen. Das Ziel von Public Relations ist es, umfassende Informationen über ein Thema, ein Unternehmen oder eine Organisation zu vermitteln. Dabei soll eine positive und nachhaltige Beziehung zu verschiedenen Öffentlichkeiten (z. B. JournalistInnen, KundInnen, PolitikerInnen, MitarbeiterInnen) geschaffen und gepflegt werden.

Die Bereiche Werbung und PR ergänzen einander zunehmend. Kommunikationsabteilungen von Unternehmen und Agenturen setzen vermehrt auf integrierte Kommunikation. Das bedeutet, dass alle Kommunikationsinstrumente und -maßnahmen (z. B. externe Kommunikation wie Werbung und PR, aber auch interne Kommunikation) strategisch vernetzt und aufeinander abgestimmt werden.

Auch wenn in den Bereichen Werbung und PR die klassischen Medien wie Zeitung, Plakat, Radio, Fernsehen etc. noch vorherrschen, zeichnet sich bereits jetzt ab, dass Online-Medien bei der Vermittlung von Werbe- und PR-Botschaften in Zukunft eine immer wichtigere Rolle spielen werden. Websites, → **Blogs**, Newsletter und → **Social Media**-Aktivitäten gehören längst zum fixen Instrumentarium erfolgreicher Werbung und PR. Auch → **Mobile-Ads** und → **Video-Ads** werden verstärkt für den Transport von Werbe- und PR-Botschaften eingesetzt. Die unterschiedlichen Kommunikationskanäle sinnvoll miteinander zu kombinieren, stellt eine große Herausforderung für die gesamte Kommunikationsbranche dar.

Im Bereich Werbung und Public Relations sind gute Kommunikations- und Beratungsfähigkeiten besonders nachgefragt. Wichtig sind außerdem Kenntnisse der österreichischen Medienlandschaft und die Kompetenz, Netzwerke und Kontakte aufzubauen bzw. zu pflegen. Für den Berufseinstieg ist Praxiserfahrung, z. B. durch ein Praktikum im Bereich PR, Marketing oder auch im Journalismus, förderlich.

BERUFSÜBERSICHT



Beratung

AnzeigenkontakterIn
KonzepterIn
Online-Relations-ExpertIn
PR-BeraterIn
WerbeberaterIn



Gestaltung

Art Director (m/w)
DekorateurIn
GrafikerIn
Medienfachmann – Mediendesign/
Medienfachfrau – Mediendesign



Handel

VertriebsmanagerIn für Online-Werbung



Organisation

Account Planner (m/w)
Art Buyer (m/w)
Creative Director (m/w)
CSR-ManagerIn
KommunikationsmanagerIn
KontakterIn
MediaplanerIn
Medienfachmann – Marktkommunikation und Werbung/
Medienfachfrau – Marktkommunikation und Werbung
Messe-/AusstellungsorganisatorIn
Online-MediaplanerIn
PlanerIn für Marketingkommunikation
PressesprecherIn



Redaktion

SEO-/SEA-ManagerIn
WerbetexterIn



ACCOUNT PLANNER (M/W)

= StrategischeR PlanerIn

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

→ **Account** Planner entwickeln Strategien, um Marken bzw. Produkte und Dienstleistungen erfolgreich am Markt zu positionieren, zu steuern und weiterzuentwickeln. Sie definieren Werbeziele und sorgen dafür, dass Werbebotschaften bei den jeweiligen Zielgruppen ankommen. Dabei beschäftigen sie sich intensiv mit dem Kaufverhalten und den Merkmalen (z. B. Alter, Interessen) der Zielgruppen. Sie erheben Daten, z. B. im Rahmen von → **Fokusgruppen**, analysieren Markt- und Meinungsforschungsergebnisse und wissen über Trends Bescheid. Ihre Erkenntnisse geben sie an die Kreativabteilung weiter, die die Werbemittel gestaltet. Account Planner kontrollieren auch den Erfolg der Kommunikationsmaßnahmen.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Account Planner sind vor allem bei Werbe- und Multimedia-Agenturen beschäftigt und können auch in der Marktforschung sowie in der Unternehmensberatung tätig sein. BerufseinsteigerInnen beginnen meist als Junior Account Planner, in weiterer Folge ist der Aufstieg in eine Senior-Funktion oder in die Geschäftsführung möglich.

Aus- und Weiterbildung

Lehrberuf	Medienfachmann/Medienfachfrau – Marktkommunikation und Werbung
BHS	z. B. HAK für Kommunikationsmanagement und Marketing
FachHS	z. B. Betriebswirtschaft und Wirtschaftspsychologie (BA, MA); Consumer Affairs (MA); Digital Marketing (MA); Kommunikationswirtschaft (BA); Marketing & Kommunikationsmanagement (BA); Marketing & Sales (BA, MA); Media- und Kommunikationsberatung (BA, MA)
Uni, HS	z. B. Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (BA); Kommunikationswissenschaft (BA); Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (BA, MA); Psychologie (BA, MA); Marketing (MA)
Unilehrgang	z. B. Marketing & Sales
Sonstiges	z. B. Werbe Akademie (WIFI)

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 2.100,- bis 2.700,- brutto

Gute Werbung entsteht [...] aus dem Zusammenspiel der Ideen guter Leute. Das ist arbeitsintensiv, erfordert Professionalität, Systematik und Qualitätsanspruch. Aber: es macht Spaß und lohnt sich.

Jürgen Schröcker: Gute Werbung fällt nicht vom Himmel, www.horizont.net, 19.10.2015

AMS-BERUFESINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Broschüre „Berufe – Medien, Kultur, Unterhaltung“



ANZEIGENKONTAKTER/IN

= AnzeigenverkäuferIn

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 1.500,- bis 1.900,- brutto

Anzeigenverkäufer sind Repräsentanten ihres Medienunternehmens, ihrer Publikation. Es wird von ihnen erwartet, die Vorzüge ihrer Publikation darzustellen und dabei den größtmöglichen Kundennutzen herauszuarbeiten. Es ist ihre Aufgabe, die Unterschrift des Kunden unter den Anzeigenauftrag zu bringen [...].

In: Szameitat, Thorsten:
Praxiswissen Anzeigenverkauf.
Gabler 2010.

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Broschüre „Berufe – Berufe mit Kurz- oder Spezialausbildung“

Broschüre „Berufe – Medien, Kultur, Unterhaltung“

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

AnzeigenkontakterInnen sind für die → **Akquisition** von WerbekundInnen für Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Prospekte, Veranstaltungsprogramme, Websites oder Werbeplakate zuständig. Sie informieren bestehende KundInnen und potenzielle NeukundInnen (meist Unternehmen und Institutionen) über Art, Auflage, Zielpublikum, Erscheinungstermine und Tarife der Werbeeinschaltungen (Inserate). Die Anzeigenakquisition erfolgt am Telefon, mittels Werbefriefen, über E-Mail oder im direkten Gespräch. Auch die Erstellung und Durchführung von Verkaufskonzepten sowie die Erfolgskontrolle der einzelnen Maßnahmen gehören zu ihren Aufgaben.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Beschäftigungsmöglichkeiten bieten sich vor allem bei Zeitungs-, Zeitschriften- und Buchverlagen, Online-Plattformen sowie Werbe- und PR-Agenturen. Auch kleinere Publikationen (z. B. Bezirksjournale) haben Bedarf an AnzeigenkontakterInnen. Bei Aneignung branchenspezifischer Fachkenntnisse besteht bei großen Unternehmen die Möglichkeit, zum/zur LeiterIn der Anzeigenabteilung aufzusteigen. Variable Vergütungen bzw. Provisionen sind üblich. Häufig arbeiten AnzeigenkontakterInnen auch auf freiberuflicher Basis.

Aus- und Weiterbildung

BMS	z. B. Fachschule für wirtschaftliche Berufe; HAS
BHS	z. B. HAK
FachHS	z. B. Kommunikationswirtschaft (BA); Marketing & Sales (BA, MA); Sales Management (MA)
Uni, HS	z. B. Betriebswirtschaft (BA, MA)
Unilehrgang	z. B. Marketing & Sales; Public Communication
Sonstiges	z. B. Werbe Akademie (WIFI)



ART BUYER (M/W)

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

Art Buyer sind für die Organisation und Koordination von Werbeproduktionen zuständig. Sie vermitteln Kontakte zwischen Werbeagentur und KünstlerInnen (z. B. FotografInnen, SchauspielerInnen, RegisseurInnen, Models, StylistInnen) und arbeiten eng mit Art Directors und Creativ Directors zusammen. Sie recherchieren und verwalten KünstlerInnen-Adressen, kalkulieren die Produktionskosten, wählen mögliche Mitwirkende und Locations aus und sind Ansprechpersonen für das gesamte Projekt. Art Buyer sorgen für die Einhaltung von Terminen, verhandeln Honorare und sind für alle Fragen des → **Copyrights** zuständig.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Art Buyer arbeiten (freiberuflich wie angestellt) bei Werbeagenturen, Werbe- und Grafikstudios sowie in Werbe- und PR-Abteilungen von Unternehmen. Die Zahl der Arbeitsplätze ist allerdings beschränkt. BerufseinsteigerInnen beginnen als Junior Art Buyer, bevor sie als Art Buyer eigenständig Verantwortung übernehmen.

Aus- und Weiterbildung

BHS	z. B. HAK; HLA für wirtschaftliche Berufe
FachHS	z. B. Betriebswirtschaft (BA, MA); Film-, TV- und Medienproduktion (BA); Marketing & Sales (BA, MA); Media- und Kommunikationsberatung (BA, MA); Medienmanagement (BA)
Uni, HS	z. B. Betriebswirtschaft (BA, MA); Kommunikationswissenschaft (BA, MA); Medien- und Kommunikationswissenschaften (BA); Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (BA, MA)
Unilehrgang	z. B. art & economy; Marketing & Sales
Sonstiges	z. B. Werbe Akademie (WIFI)

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 2.100,- bis 3.000,- brutto

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo



ART DIRECTOR (M/W)

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 2.200,- bis 3.400,- brutto

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

Art Directors sind als „künstlerische LeiterInnen“ für die Planung, Entwicklung und Umsetzung von Werbekampagnen und Werbemitteln (z. B. Plakate, Werbespots, Broschüren, Banner) zuständig. Ihre Aufgabe ist es, Werbebotschaften visuell zu gestalten. Als erfahrende GrafikerInnen leiten sie ein Team aus TexterInnen, LayouterInnen, IllustratorInnen und GrafikerInnen und begleiten alle Produktionsschritte. Art Directors halten Besprechungen mit MitarbeiterInnen ab, beraten KundInnen und präsentieren Entwürfe bzw. Ergebnisse.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Für Art Directors bestehen gute Karrierechancen. Beschäftigungsmöglichkeiten ergeben sich vor allem in Werbe- und Grafikagenturen, aber auch Werbe-, Verkaufs- und PR-Abteilungen großer Unternehmen sowie Verlage, Zeitungen und Zeitschriften haben Bedarf an Fachleuten. Art Director ist eine Aufstiegsposition, üblicherweise werden Werbe-GrafikerInnen nach längerer, erfolgreicher Berufstätigkeit mit dieser Position betraut.

Aus- und Weiterbildung

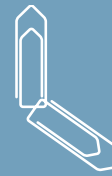
Lehrberuf	Medienfachmann/Medienfachfrau – Marktkommunikation und Werbung
BMS	z. B. Fachschule für Mediengestaltung und digitale Druckproduktion
BHS	z. B. HTL für Grafik- und Kommunikationsdesign; HTL für Medieningenieure und Printmanagement
FachHS	z. B. Communication, Media, Sound and Interaction Design (MA); Design- und Produktmanagement (BA, MA); Informationsdesign (BA); Information Medien Kommunikation (MA); MultiMediaArt (BA, MA); Media Management (MA)
Uni, HS	z. B. Bildende Kunst (Diplom); Design (Diplom); Visuelle Kommunikation (Grafikdesign & Fotografie) (MA)
Unilehrgang	z. B. Crossmedia Design & Development; Marketing; Marketing & Sales
Sonstiges	z. B. diverse Kurse und Lehrgänge bei bfi und WIFI

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Broschüre „Berufe – Medien, Kultur, Unterhaltung“

Informationen des Arbeitsmarktservice Österreich finden Sie auch im Internet: www.ams.at



CREATIVE DIRECTOR (M/W)

= KreativdirektorIn

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

Creative Directors sind für die Gesamtkonzeption von Werbekampagnen verantwortlich. Nach dem → **Briefing** durch die AuftraggeberInnen überlegen sie sich Werbestrategien, entwickeln Werbebotschaften, legen Gestaltungsmittel fest und sorgen für deren Umsetzung durch Art Directors, WerbetexterInnen und GrafikerInnen. Creative Directors sind für den gesamten Projektablauf verantwortlich. Sie erstellen Zeitpläne, kalkulieren die Kosten für die Umsetzung, kontrollieren die Einhaltung des Budgets, kümmern sich um Personalangelegenheiten und betreuen laufend die AuftraggeberInnen.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Creative Directors sind v. a. bei Werbeagenturen, Werbe- und Grafikstudios sowie bei Werbe-, Verkaufs- und PR-Abteilungen großer Unternehmen beschäftigt. Creative Director ist eine Aufstiegsposition für WerbespezialistInnen mit langjähriger, erfolgreicher Berufstätigkeit, die Zahl der Arbeitsplätze ist daher eher begrenzt.

Aus- und Weiterbildung

BHS	z. B. HAK für Kommunikationsmanagement und Marketing; HTL für Grafik- und Kommunikationsdesign
FachHS	z. B. Communication, Media, Sound and Interaction Design (MA); Design- und Produktmanagement (BA, MA); Information, Medien & Kommunikation (BA); Informationsdesign (BA); InterMedia (BA, MA); Kommunikationswirtschaft (BA); Media- und Kommunikationsberatung (BA, MA); Medienmanagement (BA); Medientechnik und -design (BA); MultiMediaArt (BA, MA)
Uni, HS	z. B. Betriebswirtschaft (BA, MA); Design (Diplom); Kommunikationswissenschaft (BA, MA); Medien- und Kommunikationswissenschaften (BA); Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (BA, MA)
Unilehrgang	z. B. Informationsdesign; Marketing; Marketing & Sales
Sonstiges	z. B. Werbe Akademie (WIFI); Diplomstudiengang Creative Director/-in (SAFM)

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 2.900,- bis 3.600,- brutto

Creative Directors (CD) sind im Rahmen von verschiedensten Marketing-Projekten oder Werbekampagnen nicht nur Ideenlieferant, sondern auch Vermittler, Organisator und Stratege. Anfangs gilt es, die Bedürfnisse der Kunden richtig zu interpretieren und im Rahmen eines geeigneten Konzepts, einer Strategie und den passenden Kommunikationsmitteln erfolgreich umzusetzen.

Information zum Diplomstudiengang Creative Director/in an der Salzburger Fachakademie für Marketing (SAFM), www.bildak.com/safm

AMS-BERUFESINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Broschüre „Berufe – Medien, Kultur, Unterhaltung“



CSR-MANAGER/IN

= NachhaltigkeitsmanagerIn

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 2.100,- bis 2.600,- brutto

Corporate Social Responsibility (CSR) nimmt in Unternehmen, Organisationen und gemeinnützigen Vereinen einen immer größeren Stellenwert ein. Weder Firmen, Behörden noch NPOs können sich ihrer sozialen, ökonomischen und ökologischen Verantwortung entziehen. In Zukunft werden Fachkräfte benötigt, die gesellschaftlich verantwortungsvolles und nachhaltiges Wirtschaften organisieren und CSR-Strategien umsetzen können.

Information zum Lehrgang
AkademischeR CSR-ManagerIn der
FH des bfi Wien, www.fh-vie.ac.at

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

CSR-ManagerInnen entwickeln, planen und realisieren Strategien, Projekte und Kampagnen im Bereich → **Corporate Social Responsibility (CSR)**. Sie arbeiten für Unternehmen, die für ökologisch nachhaltiges Wirtschaften und gesellschaftlich verantwortungsvolles Handeln stehen und dieses Image in der Öffentlichkeit pflegen. Je nach Art des Unternehmens erarbeiten CSR-ManagerInnen gemeinsam mit verschiedenen Abteilungen oder der Geschäftsführung unterschiedliche CSR-Konzepte (z. B. Umstellung auf umweltschonendere Produktionsverfahren, soziales Engagement, Förderung der Work-Life-Balance der MitarbeiterInnen). Regelmäßig analysieren und bewerten sie den Erfolg der CSR-Maßnahmen (Nachhaltigkeitscontrolling). Eine wichtige Aufgabe von CSR-ManagerInnen ist es, die CSR-Aktivitäten des Unternehmens sowohl innerhalb des Unternehmens als auch nach außen zu kommunizieren, z. B. durch die Veröffentlichung von CSR- und Nachhaltigkeitsberichten sowie durch → **PR**-Kampagnen.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

CSR-ManagerInnen sind in Unternehmen unterschiedlichster Wirtschaftsbereiche, wie z. B. Industrie, Gewerbe, Handel, Banken und Versicherungen, sowie in Dienstleistungsbetrieben tätig. Auch Unternehmensberatungen, Organisationen und Behörden bieten Beschäftigungsmöglichkeiten. CSR-ManagerInnen können in unterschiedlichen Abteilungen in leitender Position tätig sein.

Aus- und Weiterbildung

FachHS	z. B. Betriebswirtschaft (BA, MA); Nachhaltige Energiesysteme (MA); Nachhaltiges Lebensmittelmanagement (BA); Umwelt- und Nachhaltigkeitsmanagement (MA)
Uni, HS	z. B. Angewandte Betriebswirtschaft (BA, MA); Betriebswirtschaft (BA, MA); Sustainable Development (MA)
Unilehrgang	z. B. Corporate Social Responsibility Management; Marketing & Sales; Nachhaltigkeitsmanagement
Sonstiges	z. B. AkademischeR CSR-ManagerIn (FH-Postgraduate-Lehrgang)



DEKORATEUR/IN

= SchaufenstergestalterIn, WerbegestalterIn

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

DekorateurInnen gestalten Schaufenster, Auslagen, Vitrinen, Verkaufsräume, Messestände und Ausstellungen. Sie besprechen die geplante Gestaltung mit den AuftraggeberInnen, kalkulieren die Kosten der Ausführung und fertigen Entwürfe in Form von Skizzen oder Modellen (z. B. aus Karton oder Holz) an. Bei der Umsetzung verwenden sie unterschiedliche Gegenstände (z. B. Podeste, Schaufensterfiguren, Accessoires) und stellen Dekorationsobjekte aus unterschiedlichen Materialien (z. B. Textilien, Holz, Papier, Kunststoff, Metall) selbst her.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

DekorateurInnen finden vor allem bei großen Kaufhäusern und Handelsketten Beschäftigung. Aber auch öffentliche Institutionen (z. B. Museen) haben für Ausstellungen und Veranstaltungen Bedarf an Fachleuten. Während BerufseinsteigerInnen mit Assistenzaufgaben (Umsetzung von Entwürfen) betraut werden, führen DekorateurInnen mit Berufserfahrung Aufträge eigenverantwortlich durch.

Aus- und Weiterbildung

Lehrberuf	z. B. TapeziererIn und DekorateurIn
BMS	z. B. Fachschule für Kunsthandwerk; Fachschule für Malerei und Gestaltung
BHS	z. B. HLA für wirtschaftliche Berufe [Design & Produktinnovation]; HTL für Grafik- und Kommunikationsdesign
FachHS	z. B. Ausstellungsdesign [MA]; Design- und Produktmanagement [BA, MA]
Sonstiges	z. B. diverse Kurse bei bfi und WIFI

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 1.500,- bis 1.700,- brutto

Der Job als Dekorateur klingt einfach, ist es aber gar nicht. Denn bei der Dekoration muss einiges beachtet werden. Was passt zur ausgestellten Ware? Welcher Kundenkreis soll angesprochen werden? [...]

Zugleich soll Produkt und Deko miteinander harmonieren. Die Deko soll zwar neugierig machen, aber nicht von der Ware ablenken.

Arbeitsplatz im Schaufenster, Zeit Online, www.zeit.de, 19.5.2015

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Broschüre „Lehrberufe von A-Z. Informationen zu Lehrberufen in Österreich“

Broschüre „Berufe – Berufe mit Kurz- oder Spezialausbildung“



GRAFIKER/IN

= Grafik-DesignerIn

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 1.800,- bis 2.700,- brutto

Waren vor dreißig Jahren grafische und technische Kompetenzen ausreichend, müssen Grafikdesigner heute Allrounder sein: Konzeptionelle Fähigkeiten, Projektmanagement-Skills, Fachwissen und Allgemeinbildung sind ebenso wesentlich wie soziale Kompetenzen und Teamfähigkeit.

Neues sehen und gekonnt gestalten,
in: Die Presse, 18.5.2013

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Broschüre „Berufe – Medien, Kultur, Unterhaltung“

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

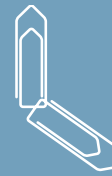
GrafikerInnen entwerfen das Erscheinungsbild für unterschiedlichste (gedruckte oder digitale) Medien. Zu ihren Aufgaben zählen die Gestaltung von Anzeigen, Plakaten, Zeitungen, Büchern und Verpackungen bis hin zu Firmenlogos, Websites und → **Apps**. GrafikerInnen setzen einerseits unterschiedliche Darstellungsmittel, Farben, Formen und Symbole ein, und berücksichtigen andererseits (wahrnehmungs-)psychologische Gesichtspunkte. Das Tätigkeitsfeld von GrafikerInnen reicht von der Entwicklung der Idee über die Anfertigung von Entwürfen bis hin zur Ausführung druckfähiger Reinzeichnungen bzw. zur softwaretechnischen Umsetzung.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

GrafikerInnen arbeiten (freiberuflich oder angestellt) bei Werbeagenturen, Werbe- und Grafikstudios sowie in Werbe- und PR-Abteilungen von Unternehmen. Aber auch Verlage, Zeitungen und Zeitschriften bieten Jobmöglichkeiten. Die Nachfrage nach Grafikdienstleistungen ist groß, allerdings auch der Wettbewerb unter den zahlreichen GrafikerInnen. Nach längerer, erfolgreicher Berufstätigkeit können GrafikerInnen mit Zusatzqualifikationen in der Personalführung zum/zur Art DirectorIn aufsteigen.

Aus- und Weiterbildung

BHS	z. B. HTL für Grafik- und Kommunikationsdesign, HTL für Medieningenieure und Printmanagement
FachHS	z. B. Communication, Media, Sound and Interaction Design (MA); Design- und Produktmanagement (BA, MA); Informationsdesign (BA); InterMedia (BA, MA); Medientechnik und -design (BA); MultiMediaArt (BA, MA)
Uni, HS	z. B. Bildende Kunst (Diplom); Design (Diplom); Grafik (Diplom); Grafik Design (Diplom); Visuelle Kommunikation (Grafikdesign & Fotografie) (MA)
Sonstiges	z. B. Werbe Akademie (WIFI)



KOMMUNIKATIONSMANAGER/IN

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

KommunikationsmanagerInnen koordinieren und managen die gesamte → **Kommunikationspolitik** von Unternehmen oder Organisationen. Sie sind für sämtliche Marketing-, PR- und Werbeaktivitäten eines Unternehmens verantwortlich. KommunikationsmanagerInnen unterstützen die Geschäftsführung bei öffentlichen Auftritten und pflegen die Beziehungen zu KundInnen, AktionärInnen und JournalistInnen. Gleichzeitig koordinieren sie auch die betriebsinterne Kommunikation, z. B. mittels MitarbeiterInnenzeitschriften oder Online-Portalen im → **Intranet**. Sie planen und realisieren PR- und Werbekampagnen (z. B. Pressemeldungen, Werbebriefe, Firmen- → **Blogs**, → **Social Media**-Aktivitäten), sorgen für die Gestaltung des Geschäftsberichts und organisieren KundInnenveranstaltungen (z. B. Produktpräsentationen). Zu ihren Aufgaben zählen auch die → **Markenführung** sowie die Betreuung der → **Corporate Identity** eines Unternehmens.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

KommunikationsmanagerInnen arbeiten in der Privatwirtschaft und in öffentlichen Institutionen. ArbeitgeberInnen sind u. a. Marketing-, PR- und Werbeabteilungen großer Unternehmen aller Wirtschaftsbereiche sowie Vereine und Verbände jeglicher Art. KommunikationsmanagerIn ist eine Aufstiegsposition, die zumeist erst nach einigen Jahren erfolgreicher PR-Tätigkeit erreicht werden kann.

Aus- und Weiterbildung

BHS	z. B. HAK für Kommunikationsmanagement und Marketing
FachHS	z. B. Information, Medien & Kommunikation (BA); Journalismus & Medienmanagement (BA); Journalismus und Public Relations (PR) (BA); Kommunikation, Wissen, Medien (BA, MA); Media- und Kommunikationsberatung (BA, MA)
Uni, HS	z. B. Kommunikationswissenschaft (BA, MA); Medien- und Kommunikationswissenschaften (BA); Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (BA, MA)
Unilehrgang	z. B. Public Communication; PR und Integrierte Kommunikation
Sonstiges	z. B. Werbe Akademie (WIFI)

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 2.400,- bis 2.700,- brutto

Aufgabe der PR eines Unternehmens ist das Management von Kommunikation jeder Art zwischen Menschen, Organisationen, Institutionen sowie der Öffentlichkeit außerhalb (externe PR) und innerhalb des Unternehmens (interne PR).

Rolle der PR, Public Relations
Verband Austria, www.prva.at

AMS-BERUFESINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Broschüre „Berufe – Medien, Kultur, Unterhaltung“



KONTAKTER/IN

= Account-ManagerIn

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 1.700,- bis 2.400,- brutto

Der Kontakter ist der Generalist in der Werbeagentur, der alle Kommunikationstechniken und auch die Beratungspsychologie beherrschen muss. Die Hauptaufgabe des Kontakters besteht in der Koordination aller Abteilungen einer Werbeagentur zur optimalen Realisierung eines Kundenauftrages. Weiters ist er die Kontaktperson der Agentur zum Kunden, wobei die wichtigste Eigenschaft mit der Wirkung eines Katalysators zu vergleichen ist: Er muss Verstärker der Kundenanliegen sein, keinesfalls darf er als Filter zwischen Kunden und Agentur wirken.

Jobs in einer Werbeagentur,
 Fachgruppe Werbung &
 Marktkommunikation
 Wirtschaftskammer Steiermark,
www.werbe.at

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Broschüre „Berufe – Medien, Kultur,
 Unterhaltung“

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

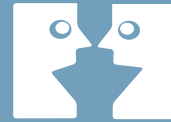
KontakterInnen sind in einer PR- oder Werbeagentur für die Betreuung von AuftraggeberInnen verantwortlich. Sie stellen den Kontakt zu den KundInnen her, beraten diese, legen Angebote und präsentieren Werbekonzepte. KontakterInnen sind die Schnittstelle zwischen AuftraggeberIn und Werbeteam (z.B. GrafikerInnen und TexterInnen), dem sie alle KundInnenwünsche, Auftragsdetails oder Beschwerden weitergeben. Auch die Termin- und Erfolgskontrolle zählt zu ihren Aufgaben.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

KontakterInnen arbeiten in PR- und Werbeagenturen, in speziellen → **Dialogmarketing**-Agenturen, in Multimedia-Firmen und Grafik-Studios. Beschäftigungsmöglichkeiten bieten sich auch in Werbe-, Verkaufs- und PR-Abteilungen großer Unternehmen. BerufseinsteigerInnen beginnen generell mit Assistenzaufgaben, eine Aufstiegsmöglichkeit ist die Funktion „Account Supervisor“. KontakterInnen können auch ins Kommunikationsmanagement eines Unternehmens wechseln oder sich mit einer eigenen Agentur selbstständig machen. Variable Gehaltsanteile (Provisionen) sind üblich.

Aus- und Weiterbildung

BHS	z. B. HAK für Kommunikationsmanagement und Marketing; HLA für wirtschaftliche Berufe
FachHS	z. B. Information, Medien & Kommunikation (BA); Marketing & Sales (BA, MA); Media Management (MA); Media- und Kommunikationsberatung (BA, MA); Medienmanagement (BA)
Uni, HS	z. B. Betriebswirtschaft (BA, MA); Kommunikationswissenschaft (BA, MA); Medien- und Kommunikationswissenschaften (BA); Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (BA, MA)
Unilehrgang	z. B. Marketing; Marketing & Sales
Sonstiges	z. B. Werbe Akademie (WIFI)



KONZEPTER/IN

= KonzeptionerIn, KonzeptionistIn

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

KonzepterInnen sind für die Entwicklung von Werbekonzepten, vorwiegend im Online- und Multimedia-Bereich (z. B. Internetauftritt, → **Apps**, Online-Marketing-Kampagnen, → **Social Media**, Computerspiele), zuständig. Sie erarbeiten Strategien und Konzepte, die in Zusammenarbeit mit einem Team aus TechnikerInnen, GrafikerInnen, TexterInnen und ProjektmanagerInnen umgesetzt werden. KonzepterInnen kennen die Möglichkeiten und Grenzen der jeweiligen Medien. Dementsprechend prüfen sie die Wünsche und Vorgaben der AuftraggeberInnen auf ihre Umsetzbarkeit. Darüber hinaus sind KonzepterInnen für die Präsentation des Entwurfs vor den KundInnen zuständig.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

KonzepterInnen arbeiten als Angestellte oder freie MitarbeiterInnen bei Werbe- und PR-Agenturen. Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen auch bei Multimedia-Firmen, Grafik-Studios sowie bei den Werbe-, Verkaufs- und PR-Abteilungen großer Unternehmen und Institutionen. BerufseinsteigerInnen übernehmen vorerst Assistenzaufgaben, nach einigen Jahren können sie dann eigenverantwortlich Projekte betreuen.

Aus- und Weiterbildung

BHS	z. B. HAK; HTL für Informationstechnologie
FachHS	z. B. Content Produktion & Digitales Medienmanagement (BA); InterMedia (BA, MA); Journalismus & Medienmanagement (BA); Journalismus & Neue Medien (MA); Media Management (MA); Medienmanagement (BA); Medientechnik (BA); Medientechnik und -design (BA); MultiMediaArt (BA, MA)
Uni, HS	z. B. Betriebswirtschaft (BA, MA); Informatik (BA, MA); Informationsmanagement (BA, MA); Mediengestaltung (Diplom); Kommunikationswissenschaft (BA, MA); Medien- und Kommunikationswissenschaften (BA); Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (BA, MA)
Unilehrgang	z. B. Crossmedia Design & Development; New Media Management; Online Media Marketing
Sonstiges	z. B. Werbe Akademie (WIFI)

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 2.100,- bis 3.000,- brutto

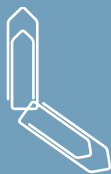
Die Zusammenarbeit zwischen Konzeptern und Designern ist nicht immer unproblematisch. Auf der einen Seite müssen die Konzepter genaue Vorgaben machen, damit die Designer nicht in die falsche Richtung arbeiten. Auf der anderen Seite müssen sie den Designern weitgehend freie Hand lassen, damit gute, kreative Entwürfe entstehen.

In: Jacobsen, Jens: Website-Konzeption: Erfolgreiche Websites planen, umsetzen und betreiben. dpunkt.verlag 2013.

AMS-BERUFESINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Broschüre „Berufe – Medien, Kultur, Unterhaltung“



MEDIAPLANER/IN

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 1.900,- bis 2.400,- brutto

Mediaplanung umfasst eine zielgruppengerechte und planungsperiodenbezogene Aufteilung des Werbebudgets auf einzelne Werbeträger beziehungsweise Mediengattungen, um vorgegebene Werbeziele bestmöglich zu erreichen.

In: Bruhn, Manfred: Unternehmens- und Marketingkommunikation. Vahlen 2014.

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Broschüre „Berufe – Medien, Kultur, Unterhaltung“

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

MediaplanerInnen entscheiden, in welchen Medien und zu welchem Zeitpunkt bestimmte Werbebotschaften platziert werden (→ **Media-Mix**). Dazu analysieren sie die Produkte am Medienmarkt (z. B. Zeitungen, Zeitschriften, Radio, Fernsehen und Internet) und beschäftigen sich mit der Wirkung von Werbebotschaften auf bestimmte Zielgruppen. Auf Basis dieser Erkenntnisse entwickeln sie entsprechende Werbestrategien. Darüber hinaus sind MediaplanerInnen für die Preisverhandlungen sowie den Kauf von Werbeflächen (z. B. Anzeigenplätze, Sendezeiten) verantwortlich, kalkulieren die kostengünstigste Variante und kontrollieren den Erfolg ihrer Werbemaßnahmen.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Beschäftigungsmöglichkeiten eröffnen sich in Media- und Werbeagenturen oder speziellen → **Dialogmarketing-** Agenturen sowie Werbe-, Verkaufs- und PR-Abteilungen großer Unternehmen. Mit entsprechender Praxiserfahrung können MediaplanerInnen bereits nach einigen Jahren zum/ zur Hauptverantwortlichen für die gesamte Mediaplanung aufsteigen.

Aus- und Weiterbildung

Lehrberuf	Medienfachmann/-frau – Marktkommunikation und Werbung
BMS	z. B. Fachschule für wirtschaftliche Berufe; HAS
BHS	z. B. HAK für Kommunikationsmanagement und Marketing
FachHS	z. B. Information, Medien & Kommunikation (BA); Journalismus & Medienmanagement (BA); Journalismus & Neue Medien (MA); Media Management (MA); Media- und Kommunikationsberatung (BA, MA); Medienmanagement (BA)
Uni, HS	z. B. Betriebswirtschaft (BA, MA); Kommunikationswissenschaft (BA, MA); Medien- und Kommunikationswissenschaften (BA); Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (BA, MA)
Unilehrgang	z. B. Crossmedia Design & Development; Online Media Marketing
Sonstiges	z. B. Werbe Akademie (WIFI)



MEDIENFACHMANN – MARKT-KOMMUNIKATION UND WERBUNG / MEDIENFACHFRAU – MARKT-KOMMUNIKATION UND WERBUNG

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

Medienfachleute – Marktkommunikation und Werbung entwickeln im Team Konzepte und Strategien zur Marktkommunikation für Unternehmen und Institutionen. Sie erarbeiten Werbe- und Marketingkampagnen und überlegen sich Medienstrategien. Sie wählen z. B. geeignete Medien bzw. einen → **Media-Mix** aus. Je nach Strategie und Zielgruppe entscheiden sie über den Einsatz von Printmedien (z. B. Zeitungen, Plakate) oder digitalen Medien (z. B. Websites) und entwickeln Vorschläge für die Gestaltung. Zu ihren Aufgaben gehört auch die Recherche und Analyse von Informationen für Werbekonzepte. Darüber hinaus kalkulieren und erstellen sie Angebote, betreuen KundInnen und führen Präsentationen durch.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Beschäftigungsmöglichkeiten ergeben sich vor allem in Werbe- und Multimedia-Agenturen oder in speziellen → **Dialogmarketing**-Agenturen, in Grafik- und Werbestudios, Verlagen und in Werbe-, Marketing- und PR-Abteilungen großer Unternehmen und Institutionen. Nach einigen Jahren Berufserfahrung besteht die Möglichkeit, Teilverantwortung bei der Organisation von Projekten zu übernehmen.

Aus- und Weiterbildung

Lehrberuf	z. B. Medienfachmann/Medienfachfrau – Marktkommunikation und Werbung
BHS	z. B. HAK für Kommunikationsmanagement und Marketing; HTL für Grafik- und Kommunikationsdesign
FachHS	z. B. Information, Medien & Kommunikation (BA); Media- und Kommunikationsberatung (BA, MA); Media Management (MA); Medienmanagement (BA)
Unilehrgang	z. B. Online Media Marketing; Professional New Media Management
Sonstiges	z. B. Werbe Akademie (WIFI)

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 1.600,- bis 2.400,- brutto

Werbung ist angewandte Kommunikation, die in zunehmendem Maße ein immer breiteres Spektrum von Fachkenntnissen aus den verschiedensten Spezialgebieten erfordert.

Fachverband Werbung und Marktkommunikation, Wirtschaftskammer Österreich, www.wko.at/werbung

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Broschüre „Lehrberufe von A-Z. Informationen zu Lehrberufen in Österreich“

Broschüre „Berufe – Medien, Kultur, Unterhaltung“



MEDIENFACHMANN – MEDIENDESIGN / MEDIENFACHFRAU – MEDIENDESIGN

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 1.700,- bis 2.100,- brutto

*Gutes Mediendesign ist dann effektiv,
wenn es überrascht, aber dabei
unaufdringlich bleibt.*

Helge Schalk, KURIER-Creative-
Director, www.kurier.at, 8.5.2013

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Broschüre „Lehrberufe von A-Z.
Informationen zu Lehrberufen in
Österreich“

Broschüre „Berufe – Medien, Kultur,
Unterhaltung“

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

Medienfachleute – Mediendesign betreuen Mediengestaltungsprojekte im Print-, Digital- und → **Multimedia**-Bereich. So gestalten sie beispielsweise Broschüren, Zeitungen, Plakate, Internet-Auftritte, DVDs, Blu-Ray-Discs und Präsentationen. Anhand der Vorgaben der KundInnen verarbeiten sie deren Vorlagen (z. B. Texte, Fotos, Grafiken, Videos, Tonaufnahmen). Als Werkzeuge dienen ihnen beispielsweise → **Layoutprogramme** und Bildbearbeitungsprogramme sowie spezielle → **Authoring-Software** für Multimedia- und Web-Inhalte. Während eines Projektes stimmen sie sich laufend mit den KundInnen ab, um technische und gestalterische Einzelheiten der Medienprodukte zu besprechen.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Beschäftigungsmöglichkeiten bieten sich vor allem in PR- und Werbeagenturen, Grafikstudios und Multimedia-Agenturen, zum Teil auch in Großunternehmen mit eigenen Werbeabteilungen. Darüber hinaus arbeiten Medienfachleute – Mediendesign auch in Verlagen oder Unternehmen der Druckvorlagenherstellung. Aufstiegschancen sind hauptsächlich durch Spezialisierung (z. B. Spezialwissen in Bildbearbeitung) gegeben.

Aus- und Weiterbildung

Lehrberuf	z. B. Medienfachmann/-frau – Mediendesign
BHS	z. B. HAK für Management für Medientechnik und Mediendesign inkl. Social Media; HTL für Grafik- und Kommunikationsdesign
FachHS	z. B. Communication, Media, Sound and Interaction Design (MA); Design- und Produktmanagement (BA, MA); Digitale Medientechnologien (MA); Medientechnik und -design (BA); MultiMediaArt (BA, MA)
Uni, HS	z. B. Mediengestaltung (Diplom); Visuelle Kommunikation (Grafikdesign & Fotografie) (MA)
Unilehrgang	z. B. Crossmedia Design & Development
Sonstiges	z. B. Werbe Akademie (WIFI); diverse Kurse bei bfi und WIFI; Web Design & Development (Studiengang des SAE Instituts)



MESSE- UND AUSSTELLUNGS-ORGANISATOR/IN

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

Messe- und AusstellungsorganisatorInnen erarbeiten Konzepte für Messen und Ausstellungen und kümmern sich um deren reibungslosen Ablauf. Die Planung der räumlichen Gestaltung (z. B. Standbau) gehört dabei ebenso zu ihren Aufgaben wie die Entscheidung, welche Räume oder Ausstellungsobjekte wie beleuchtet und inszeniert werden. Sie organisieren die Bewirtung der Messe- oder AusstellungsbesucherInnen und betreuen und beraten AusstellerInnen bei der Wahl ihres Standortes. Darüber hinaus versuchen Messe- und AusstellungsorganisatorInnen KooperationspartnerInnen und SponsorInnen zu gewinnen.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen bei Messegesellschaften, in Werbe- und Marketingagenturen, im Tagungs- und Kongressgeschäft sowie in der Selbstständigkeit. Im Angestelltenverhältnis werden BerufseinsteigerInnen üblicherweise mit Assistenzaufgaben betraut. Bei erfolgreicher Berufsausübung ist der Aufstieg ins Management eines Unternehmens möglich.

Aus- und Weiterbildung

BHS	z. B. HAK für Management für Event; HAK für Management für Marketing, Tourismus und Eventmanagement
FachHS	z. B. Ausstellungsdesign (MA); Marketing & Sales (BA, MA); Projektmanagement und Organisation (MA); Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement (BA, MA); Tourism and Leisure Management (BA, MA)
Uni, HS	z. B. Betriebswirtschaft (BA, MA); Kommunikationswissenschaft (BA, MA); Medien- und Kommunikationswissenschaften (BA); Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (BA, MA)
Unilehrgang	z. B. Eventmanagement und Eventmarketing; Marketing & Sales; Sport- und Eventmanagement; Tourismusmanagement

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

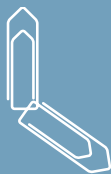
€ 1.900,- bis 2.500,- brutto

Wenn Unternehmen auf der Messe überzeugen wollen, gelten klare Anforderungen an Konzeption, Durchführung und Planung. Denn der Messeauftritt birgt nicht nur die Chance zur nachhaltigen Kundenbindung, sondern auch Risiken.

Johannes Steger: Schaulaufen der Marken, www.handelsblatt.com, 31.8.2015

AMS-BERUFESINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo



ONLINE-MEDIAPLANER/IN

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 1.900,- bis 2.500,- brutto

Eine hohe Werbewirkung ist stets Ziel einer Werbekampagne. Damit digitale Werbung ihre Wirkung entfalten kann, müssen folgende Voraussetzungen gegeben sein: Glaubwürdigkeit der Site, Akzeptanz der Werbung auf der Site, Vertrauen in die Site, sowie die Intensität der Sitenutzung.

Onlinewerbung wirkt, Teil 6,
Werbung im redaktionellen Umfeld,
www.onlinewerbungwirkt.com

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

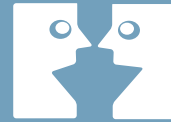
Online-MediaplanerInnen beraten ihre KundInnen über effektive Werbemöglichkeiten in Online-Medien. Sie analysieren das NutzerInnenprofil der Zielgruppe (z. B. wer im Internet welche Webangebote nutzt), filtern die für die Kampagne geeignetsten Werbeträger heraus und konzipieren eine Werbestrategie. Darüber hinaus verhandeln Online-MediaplanerInnen mit den VertreterInnen von Online-Medien zu welchen Bedingungen Werbeeinschaltungen verkauft werden. Weiters informieren sie ihre KundInnen über wirkungsvolle Formen der Online-Werbung (z. B. Werbebanner, Pop-up-Fenster, Newsletter, → **Video-Ads**, Kooperationen). Außerdem beraten sie ihre KundInnen im Hinblick auf → **Social-Media**-Kampagnen und → **Mobile Marketing**. Auch die Endauswertung und Erfolgskontrolle der gesetzten Werbemaßnahmen gehört zu ihren Aufgaben.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Online-MediaplanerInnen arbeiten vorwiegend für → **Online-Dienste**, Werbe- und PR-Agenturen oder in speziellen → **Dialogmarketing**-Agenturen sowie für große Unternehmen der Privatwirtschaft (z. B. Telekommunikationsunternehmen). Weitere Beschäftigungsmöglichkeiten bieten sich bei großen EDV-Unternehmen.

Aus- und Weiterbildung

BHS	z. B. HAK für Informations- und Kommunikationstechnologie – E-Business; HAK für Marketing & Media
FachHS	z. B. Kommunikation, Wissen, Medien (BA, MA); Journalismus & Medienmanagement (BA); Journalismus & Neue Medien (MA); Media Management (MA); Media- und Kommunikationsberatung (BA, MA); Medientechnik und -design (BA)
Uni, HS	z. B. Betriebswirtschaft (BA, MA); Informatik (BA, MA); Kommunikationswissenschaft (BA, MA); Medien- und Kommunikationswissenschaften (BA); Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (BA, MA)
Unilehrgang	z. B. Crossmedia Design & Development; Online Media Marketing; Social Media and Global Communication
Sonstiges	z. B. Werbe Akademie (WIFI)



ONLINE-RELATIONS-EXPERT/IN

= Online-PR-BeraterIn

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

Online-Relations-ExpertInnen entwickeln für Unternehmen und Institutionen zielgruppengerechte Online-Kommunikationsstrategien. Dafür analysieren sie Zugriffsstatistiken von Websites, entwickeln → **Social-Media**-Konzepte und beraten ihre KundInnen bezüglich Newsletter-Konzeption, → **Blog**-Aktivitäten und suchmaschinenoptimierter Textgestaltung (→ **Suchmaschinenoptimierung, SEO**). Darüber hinaus beobachten Online-Relations-ExpertInnen den Erfolg der verwendeten Kommunikationsformen und erstellen auf Basis dieser Ergebnisse neue Konzepte für Online-Kommunikation.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Online-Relations-ExpertInnen arbeiten hauptsächlich in → **PR**- und Media-Agenturen oder in PR- und Marketingabteilungen großer Unternehmen (z. B. Mode-, Automobil-, Informationstechnologie-Branche). Aber auch Non-Profit-Organisationen (→ **NPOs**), wissenschaftliche Einrichtungen (z. B. Institute, Universitäten) haben zunehmend Bedarf an Fachleuten.

Aus- und Weiterbildung

FachHS	z. B. Content Produktion & Digitales Medienmanagement (BA); Journalismus & Medienmanagement (BA); Journalismus & Neue Medien (MA); Journalismus und Public Relations (PR) (BA); Kommunikation, Wissen, Medien (BA, MA); Kommunikationsmanagement (MA); Media Management (MA); Medienmanagement (BA)
Uni, HS	z. B. Informatik (BA, MA); Kommunikationswissenschaft (BA, MA); Medien- und Kommunikationswissenschaften (BA); Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (BA, MA)
Unilehrgang	z. B. New Media Management; Online Media Marketing; PR und integrierte Kommunikation; Public Communication; Social Media and Global Communication
Sonstiges	z. B. spezielle Kurse beim Kuratorium für Journalistenausbildung; Werbe Akademie (WIFI)

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

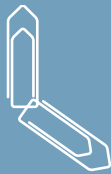
€ 2.100,- bis 2.700,- brutto

Die Online-Kommunikation ist für Public Relations zu einem unverzichtbaren Instrument geworden. Die Medien- und Kommunikationswelt ändert sich rasant – und damit auch die Arbeitswelt für viele PR-Verantwortliche. Im World Wide Web hat sich ein völlig neuer Kommunikationsraum entwickelt [...]. Die Beziehungspflege mit unterschiedlichen Dialoggruppen in dieser virtuellen Welt und die Instrumente, die dabei zur Anwendung kommen, können mit dem Begriff „Online-PR“ oder „Online Relations“ zusammengefasst werden.

In: Grupe, Stephanie: Public Relations. Ein Wegweiser für die PR-Praxis. Springer 2011.

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo



PLANER/IN FÜR MARKETINGKOMMUNIKATION

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 2.000,- bis 2.500,- brutto

*Marketing ist mehr als Werbung;
Marketing wird heute als
ganzheitliche Führungskonzeption
eines marktorientierten
Unternehmens verstanden.*

Information zum
Universitätslehrgang Marketing &
Sales an der WU Executive Academy,
www.executiveacademy.at

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

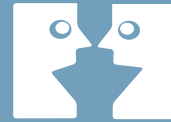
PlanerInnen für Marketingkommunikation planen und entwickeln Kommunikationskonzepte für KundInnen und Unternehmen in den Bereichen Werbung, Verkaufsförderung, → **Öffentlichkeitsarbeit** und → **Dialogmarketing**. Sie beraten KundInnen in Fragen der Marketingkommunikation, analysieren den Markt und organisieren die inhaltliche, gestalterische sowie technische Umsetzung der Maßnahmen. Zu ihren Aufgaben gehören außerdem die Kontrolle der Auslieferung und der Produktion sowie die Überwachung der Einhaltung von Zeitplänen und Budgets.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Beschäftigungsmöglichkeiten bieten sich in der Regel in größeren Unternehmen. PlanerInnen für Marketingkommunikation finden aber auch in PR-Agenturen, in politischen Parteien und in staatlichen Institutionen Beschäftigung. Gute Aufstiegsmöglichkeiten bieten große Unternehmen mit eigenen Marketing- bzw. Werbeabteilungen. Nach einigen Jahren erfolgreicher Berufstätigkeit ist der Aufstieg zum/zur Marketing-LeiterIn möglich.

Aus- und Weiterbildung

BHS	z. B. HAK für Marketing & Media; HAK für Kommunikationsmanagement und Marketing
FachHS	z. B. Information, Medien & Kommunikation (BA); Journalismus & Medienmanagement (BA); Journalismus und Public Relations (PR) (BA); Kommunikation, Wissen, Medien (BA, MA); Media- und Kommunikationsberatung (BA, MA)
Uni, HS	z. B. Betriebswirtschaft (BA, MA); Kommunikationswissenschaft (BA, MA); Medien- und Kommunikationswissenschaften (BA); Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (BA, MA)
Unilehrgang	z. B. Online Media Marketing; PR und Integrierte Kommunikation; Marketing & Sales
Sonstiges	z. B. Werbe Akademie (WIFI); Diplomlehrgang Marketing und Business-Management (bfi Wien)



PR-BERATER/IN

= PR Consultant (m/w), PR-ManagerIn

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

PR-BeraterInnen unterstützen Unternehmen und Institutionen in allen Fragen der → **Öffentlichkeitsarbeit**. Sie sind für die Planung, Gestaltung und Durchführung von → **PR**-Aktivitäten zuständig. Dazu zählen alle Kommunikationsmaßnahmen, die zur Imagepflege in der Öffentlichkeit beitragen. PR-BeraterInnen schreiben Presstexte, sorgen für den Aufbau und die Pflege einer positiven Kommunikation zwischen Unternehmen, Medien und Öffentlichkeit, bereiten Interviews vor und pflegen die Kontakte zu JournalistInnen, Markt- und Meinungsforschungsinstituten und anderen KooperationspartnerInnen. Außerdem organisieren PR-BeraterInnen Informationsveranstaltungen und betreuen interne Medien, wie z. B. Mitarbeiterzeitschriften. Zu ihren Aufgaben zählen auch regelmäßige Erfolgskontrollen der PR-Maßnahmen, z. B. durch Beobachtung und Analyse der Medienpräsenz (→ **Pressespiegel**).

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Beschäftigungsmöglichkeiten eröffnen sich in PR-Agenturen und Unternehmen mit Abteilungen für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit oder als freiberufliche PR-BeraterInnen. AuftraggeberInnen sind Einzelpersonen, Wirtschaftsbetriebe, Medien, Verbände, Kirchen, politische Parteien oder staatliche Organisationen. BerufseinsteigerInnen beginnen in Agenturen mit Assistenz-Aufgaben, später können PR-BeraterInnen spezielle Verantwortungsbereiche oder Führungsaufgaben übernehmen.

Aus- und Weiterbildung

FachHS	z. B. Information, Medien & Kommunikation (BA, MA); Journalismus und Public Relations (PR) (BA); Kommunikation, Wissen, Medien (BA, MA); Kommunikationswirtschaft (BA); Media- und Kommunikationsberatung (BA, MA)
Uni, HS	z. B. Kommunikationswissenschaft (BA, MA); Medien- und Kommunikationswissenschaften (BA); Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (BA, MA)
Unilehrgang	z. B. PR und Integrierte Kommunikation; Public Communication

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 1.900,- bis 2.500,- brutto

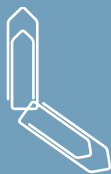
Storytelling, Content Marketing, Digitalisierung – und wer weiß, was noch alles auf die PR-Branche zukommt. Zukunftsängste müssen Kommunikatoren allerdings weiß Gott nicht haben. Ihre Fähigkeiten werden in immer komplexer werdenden Zeiten mehr denn je benötigt.

Felicitas Ernst: Die Zukunft der PR, www.pressesprecher.com, 23.12.2015

AMS-BERUFESINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Broschüre „Berufe – Medien, Kultur, Unterhaltung“



PRESSESPRECHER/IN

= PressereferentIn

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 2.100,- bis 2.700,- brutto

Professionelle Pressearbeit besteht aus vier Schritten: Relevanz klären, Nachrichtenwert einschätzen, Kontakt aufnehmen, im Gespräch bleiben.

In vier Schritten zur strategischen Kommunikation, www.impulse.de, 2.2.2015

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Broschüre „Berufe – Medien, Kultur, Unterhaltung“

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

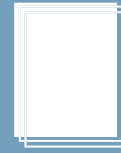
PressesprecherInnen sind für alle Themengebiete der inner- und außerbetrieblichen Kommunikation von Unternehmen und Institutionen zuständig. Sie erstellen Presseunterlagen und → **PR**-Texte, organisieren Pressekonferenzen und geben auch Interviews. PressesprecherInnen pflegen Kontakte zu Massenmedien (Presse, Radio, Fernsehen, Online-Medien, → **Social Media** Networks) und versuchen, eine möglichst umfassende Berichterstattung über den/die AuftraggeberIn in den Medien zu erreichen. Weiters erstellen sie Geschäfts- und Jahresberichte sowie Mitgliederzeitungen und pflegen die Informationen auf den Internet-Seiten des Unternehmens und der Firmen- → **Blogs**.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Beschäftigungsmöglichkeiten bieten sich in allen Bereichen der Privatwirtschaft (in PR-Abteilungen von Unternehmen) sowie bei öffentlichen Institutionen und Verbänden (Behörden, Kammern, Vereine). Vor allem große Wirtschaftsunternehmen haben Bedarf an Fachleuten. Trotz großer Konkurrenz unter den BewerberInnen gibt es eine stetige Nachfrage nach qualifizierten PressesprecherInnen. Aufstiegsmöglichkeiten bestehen im Rahmen der firmeninternen Hierarchien.

Aus- und Weiterbildung

FachHS	z. B. Information, Medien & Kommunikation (BA); Journalismus & Medienmanagement (BA); Kommunikation, Wissen, Medien (BA, MA); Journalismus und Public Relations (PR) (BA); Kommunikationsmanagement (MA); Media- und Kommunikationsberatung (BA, MA); Medienmanagement (BA)
Uni, HS	z. B. Kommunikationswissenschaft (BA, MA); Medien- und Kommunikationswissenschaften (BA); Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (BA, MA)
Unilehrgang	z. B. PR und Integrierte Kommunikation; Public Communication
Sonstiges	z. B. div. Lehrgänge und Kurse bei WIFI



SEO-/SEA-MANAGER/IN

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

SEO-/SEA-ManagerInnen sind für die Planung und Umsetzung von → **Suchmaschinenmarketing (SEM)**-Aktivitäten verantwortlich. Sie sorgen durch Maßnahmen zur → **Suchmaschinenoptimierung (SEO)** dafür, dass Webinhalte von UserInnen schnell und einfach gefunden werden. Gemeinsam mit Online-RedakteurInnen, Content-ManagerInnen sowie Social-Media-ManagerInnen definieren sie Keywords (Schlagwörter), über die der → **Content** rasch gefunden werden soll. SEO-/SEA-ManagerInnen erstellen auch suchmaschinen-gerechte Webinhalte und sind für die Umsetzung von → **Suchmaschinenwerbung (SEA)**, wie z.B. → **AdWords**-Kampagnen zuständig. Dabei koordinieren sie die einzelnen unternehmensinternen Fachbereiche, die an der Umsetzung beteiligt sind. Weitere Aufgaben sind die permanente Analyse der jeweiligen Suchmaschinen-Rankings und die Dokumentation des → **Traffic**.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

SEO-/SEA-ManagerInnen arbeiten vor allem in Media-Agenturen und Unternehmen aller Branchen, die Online-Aktivitäten für → **Marketing**, → **PR** und Vertrieb einsetzen. Durch das starke Interesse von Unternehmen, ihre Marken, Produkte und ihr Image professionell über Online-Kanäle zu präsentieren, sind SEO-/SEA-ManagerInnen sehr gefragt.

Aus- und Weiterbildung

FachHS	z.B. Content Produktion & Digitales Medienmanagement (BA); Digitale Medientechnologien (MA); Information, Medien & Kommunikation (BA); Informations- und Kommunikationssysteme (BA); Journalismus & Medienmanagement (BA); Journalismus & Neue Medien (MA); Kommunikation, Wissen, Medien (BA, MA); Kommunikationswirtschaft (BA); Media Management (MA)
Uni, HS	z.B. Informatik (BA, MA); Wirtschaftsinformatik (BA, MA)
Unilehrgang	z.B. Interactive Media Management; Online Media Marketing; Social Media and Global Communication; Management & IT

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 2.000,- bis 2.400,- brutto

SEO einerseits zielt darauf ab, die technische Struktur, Inhalte und Backlinks einer Website bestmöglich auf die Google-Algorithmen abzustimmen. Beim SEA andererseits bieten Werbungtreibende auf bestimmte Suchbegriffe, die für ihr Online-Angebot oder ihre Website relevant sind. Bezahlt werden diese AdWords nur, wenn ein Interessent auch auf das entsprechende Suchergebnis klickt (Pay per Click).

Christian Kohn: SEO und SEA – das Traumpaar im Online-Marketing, Internet World Business, www.internetworld.de, 31.3.2016

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Broschüre „Berufe – IT-Informationstechnologie“

Broschüre „Berufe – Medien, Kultur, Unterhaltung“



VERTRIEBSMANAGER/IN FÜR ONLINE-WERBUNG

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 2.100,- bis 2.500,- brutto

Videos sind längst fester Bestandteil des World Wide Web, nicht nur auf Videoportalen wie Youtube oder Myvideo. Auch im Online Marketing nehmen Bewegtbildinhalte mittlerweile einen festen Platz ein.

Video, Internet World Business,
www.internetworld.de

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

VertriebsmanagerInnen für Online-Werbung betreuen für Unternehmen und Institutionen den vorhandenen Online-KundInnenstock. Dafür informieren sie regelmäßig ihre KundInnen über mögliche Online-Aktivitäten (z. B. E-Mail-Werbung, → **Banner-Werbung**, → **Suchmaschinenwerbung (SAE)**, → **Video-Ads**) und erstellen Unterlagen über die aktuellen Werbezahlen (z. B. Klickraten) von Websites. Die Gewinnung neuer KundInnen zählt ebenso zu ihren Aufgaben wie die regelmäßige Analyse der → **Marktanteile**. Darüber hinaus kontrollieren VertriebsmanagerInnen für Online-Werbung laufend den Erfolg der Online-Werbemaßnahmen.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen bei allen Unternehmen und Institutionen, die ihre Produkte (auch) über das Internet vertreiben (z. B. Online-Versandhäuser, Wissensplattformen). VertriebsmanagerInnen für Online-Werbung sind auch für KleinunternehmerInnen beratend tätig. Bei großen Unternehmen besteht die Möglichkeit, zur LeiterIn der Online-Werbung aufzusteigen.

Aus- und Weiterbildung

BHS	z. B. HAK für Informations- und Kommunikationstechnologie – E-Business
FachHS	z. B. Digital Business Management (BA); Digital Marketing (MA); Informations- und Kommunikationssysteme (BA); Marketing und Electronic Business (BA); Marketing & Kommunikationsmanagement (BA); Marketing & Sales (BA, MA); Unternehmensführung und E-Business-Management (BA, MA)
Uni, HS	z. B. Betriebswirtschaft (BA, MA); Informatik (BA, MA); Wirtschaftsinformatik (BA, MA)
Unilehrgang	z. B. Marketing & Sales; Online Media Marketing
Sonstiges	z. B. Werbe Akademie (WIFI Wien); Sales Management (Zertifikats-Lehrgang des MCI)



WERBERATER/IN

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

WerbeberaterInnen beraten Unternehmen und Institutionen bei der Planung und Durchführung ihrer Werbekonzepte. Darüber hinaus unterstützen sie ihre AuftraggeberInnen bei der Erstellung von Marketingmaßnahmen und bei der Festlegung interner und externer Kommunikationsstrategien. WerbeberaterInnen besprechen die Auswahl und Budgetierung der Werbemittel mit dem/der AuftraggeberIn und sind für die Kontrolle des termingerechten Einsatzes der Werbemaßnahmen (z. B. Plakate, Inserate, Folder, Fernsehspots, → **Mobile-Ads**, → **Video-Ads**) verantwortlich.

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen bei Werbeagenturen, Werbemittlern, Consultingunternehmen sowie bei Markt- und Meinungsforschungsinstitutionen. Aber auch in Betrieben und Institutionen mit Marketingabteilungen sowie in Verlagen und den Massenmedien bieten sich zunehmend Jobmöglichkeiten. Die Aufstiegschancen sind vielfältig, z. B. als Beratungs-GruppenleiterIn bis hin zum/zur Konzept-GruppenleiterIn.

Aus- und Weiterbildung

Lehrberuf	z. B. Medienfachmann/-frau – Marktkommunikation und Werbung
BHS	z. B. HAK für Informations- und Kommunikationstechnologie – E-Business; HAK für Kommunikationsmanagement und Marketing
FachHS	z. B. International Marketing (MA); Kommunikation, Wissen, Medien (BA, MA); Kommunikationsmanagement (MA); Marketing & Salesmanagement (MA); Media- und Kommunikationsberatung (BA, MA)
Uni, HS	z. B. Betriebswirtschaft (BA, MA); Kommunikationswissenschaft (BA, MA); Medien- und Kommunikationswissenschaften (BA); Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (BA, MA)
Unilehrgang	z. B. Marketing; Marketing & Sales; Public Communication
Sonstiges	z. B. Werbe Akademie (WIFI)

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 2.100,- bis 2.600,- brutto

Die Media- und Kommunikationsbranche ist laufend neuen Herausforderungen unterworfen. Internationalisierung, die schwieriger werdende Ansprache von KonsumentInnen, eine Vielzahl an neuen Werbeformen und Schlagwörter wie „Social Media“ sind nur einige der Entwicklungen, die Kommunikations- bzw. Werbestrategien kennzeichnen. Beratung durch interne und externe SpezialistInnen wird für Unternehmen deshalb immer wichtiger.

Information zum Bachelor-Studium Media- und Kommunikationsberatung an der FH St. Pölten, www.fhstp.ac.at

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo



WERBETEXTER/IN

= Copywriter (m/w)

ARBEITSMARKTCHANCEN



EINSTIEGSGEHALT

€ 1.800,- bis 2.500,- brutto

[.] ein Markenslogan sollte nicht nur neu und kreativ sein, er sollte vor allem die Marke verbal auf den Punkt bringen, zur Differenzierung beitragen und natürlich leicht zu merken sein.

Michael Brandtner und Laura Ries: Fünf Tipps für einen starken Marken-Slogan, www.absatzwirtschaft.de, 4.3.2016

AMS-BERUFSINFORMATION

www.ams.at/berufsinfo

Broschüre „Berufe – Medien, Kultur, Unterhaltung“

Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

WerbetexterInnen setzen Werbebotschaften sprachlich um. Bei der Erstellung der Texte orientieren sie sich am Stil der Unternehmenskommunikation (z. B. bereits geschaltete Anzeigen, TV-Spots oder Prospekte). Ihr Tätigkeitsfeld ist vielfältig und reicht vom Verfassen kurzer, prägnanter → **Slogans** bis hin zum Schreiben umfangreicher Texte für Werbeinformationsmaterialien für sämtliche Medien (z. B. Print, Online, TV). Werbebotschaften werden auch verstärkt in Form von kurzen Geschichten, die die KundInnen emotional ansprechen sollen, transportiert (→ **Storytelling**).

Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen

WerbetexterInnen arbeiten vorwiegend in Werbe- und PR-Agenturen. Aber auch in größeren Unternehmen mit eigenen Werbe- und PR-Abteilungen ergeben sich Beschäftigungsmöglichkeiten. Die Konkurrenz am Arbeitsmarkt ist groß, kreative und originelle WerbetexterInnen werden aber immer gesucht. BerufseinsteigerInnen beginnen als Junior-TexterInnen mit Assistenzaufgaben, in weiterer Folge ist der Aufstieg zum/ zur Senior-TexterIn möglich.

Aus- und Weiterbildung

FachHS	z. B. Information, Medien & Kommunikation (BA); Journalismus & Medienmanagement (BA); Journalismus & Neue Medien (MA); Journalismus und Public Relations (PR) (BA); Kommunikationswirtschaft (BA)
Uni, HS	z. B. Germanistik (BA, MA); Kommunikationswissenschaft (BA, MA); Medien- und Kommunikationswissenschaften (BA); Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (BA, MA); Sprachwissenschaft (BA)
Unilehrgang	z. B. PR und Integrierte Kommunikation; Marketing & Sales
Sonstiges	z. B. Werbe Akademie (WIFI); div. Weiterbildungsangebote des bfi

INFORMATIONSQUELLEN

Online-Informationen

AMS-Berufsinfo

Portal des AMS zu Fragen rund um Beruf, Bildung & Karriere
www.ams.at/berufsinfo

AMS-Broschüren

Formulare, Broschüren und Informationsmaterial zum Downloaden
www.ams.at/broschueren

AMS-Karrierevideos

Ca. 300 online abrufbare Videos zu unterschiedlichen Berufen
www.ams.at/karrierevideos

BIC – BerufsInformationsComputer

Informationen zu über 1.500 Berufen, Berufsbeschreibungen, Tipps für die Berufswahl
www.bic.at

Weitere nützliche Links finden Sie ab Seite 160.

Broschüren

AMS (Hg.):

„Lehrberufe von A-Z. Informationen zu Lehrberufen in Österreich“. Laufende Aktualisierung.

AMS (Hg.):

„Berufswahl – Ausbildungswege“. Laufende Aktualisierung
(2 Versionen: deutsch und BKS/türkisch/englisch/deutsch).

AMS (Hg.):

„Berufswahl – Chance Weiterbildung“. Laufende Aktualisierung.

AMS (Hg.):

„Berufswahl – Schule oder Lehre? Tipps!“. Laufende Aktualisierung.

AMS (Hg.):

„Berufswahl – Matura ...“. Laufende Aktualisierung.

AMS (Hg.):

„Berufswahl – Technik“. Laufende Aktualisierung.

AMS (Hg.):

„Berufswahl – Tipps zur Berufswahl“. Laufende Aktualisierung.

AMS (Hg.):

„Berufswahl – Weiterbildungstipps“. Laufende Aktualisierung.



AMS (Hg.):

Broschürenreihe „Jobchancen – Lehre“. Laufende Aktualisierung.

AMS (Hg.):

Broschürenreihe „Jobchancen – Schule“. Laufende Aktualisierung.

AMS (Hg.):

Broschürenreihe „Jobchancen – Studium“. Laufende Aktualisierung.

AMS (Hg.):

„Berufe – Berufe mit Kurz- oder Spezialausbildung“. Laufende Aktualisierung.

AMS (Hg.):

„Berufe – Gesundheit, Fitness, Wellness“. Laufende Aktualisierung.

AMS (Hg.):

„Berufe – IT – Informationstechnologie“. Laufende Aktualisierung.

AMS (Hg.):

„Berufe – Medien, Kultur, Unterhaltung“. Laufende Aktualisierung.

AMS (Hg.):

„Berufe – Soziales“. Laufende Aktualisierung.

AMS (Hg.):

„Berufe – Tourismus und Freizeitwirtschaft“. Laufende Aktualisierung.

Bundesministerium für Bildung und Frauen (BMBF) (Hg.):

„ABC der berufsbildenden Schulen“. Laufende Aktualisierung.

Bundesministerium für Bildung und Frauen (BMBF) (Hg.):

„Bildungswege in Österreich“. Laufende Aktualisierung.

**Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft (BMWFW);
Wirtschaftskammer Österreich (Hg.):**

„Lehrberufe in Österreich – Ausbildungen mit Zukunft“. Laufende Aktualisierung.

Österreichische Jugendinfos (Hg.):

Ferien- & Nebenjobsuche. Rechtliche Hinweise, Servicestellen, Bewerbungstipps.
Laufende Aktualisierung.

ADRESSEN

BerufsInfoZentren (BIZ) des Arbeitsmarktservice	137
Burgenland	137
Kärnten	137
Niederösterreich	137
Oberösterreich	137
Salzburg	138
Steiermark	138
Tirol	138
Vorarlberg	139
Wien	139
Berufsbildende mittlere Schulen, Berufsbildende höhere Schulen, Kollegs	139
Die genauen Adressen erfahren Sie in der Broschüre „ABC der berufsbildenden Schulen“ des Bundesministeriums für Bildung und Frauen. Diese Informationen finden Sie auch im Internet unter: www.abc.berufsbildendeschulen.at	
Berufsförderungsinstitute (bfi) der Kammern für Arbeiter und Angestellte und des Österreichischen Gewerkschaftsbundes	139
Fachhochschul-Studiengänge	140
Universitäten	148
Privatuniversitäten	149
Universitätslehrgänge/Sonstige Lehrgänge	150
Wirtschaftsförderungsinstitute (WIFI) der Wirtschaftskammer	156
Weitere Aus- und Weiterbildungseinrichtungen	156



BerufsInfoZentren (BIZ) des Arbeitsmarktservice

Burgenland

7000 Eisenstadt
Ödenburgerstraße 4
biz.eisenstadt@dams.at

7100 Neusiedl/See
Wiener Straße 15
biz.neusiedl@dams.at

7400 Oberwart
Evangelische Kirchengasse 1a
biz.oberwart@dams.at

7551 Stegersbach
Vorstadt 3
biz.stegersbach@dams.at

Kärnten

9560 Feldkirchen
10.-Oktober-Straße 30
biz.feldkirchen@dams.at

9620 Hermagor
Eggerstraße 19
biz.hermagor@dams.at

9021 Klagenfurt
Rudolfsbahngürtel 40
biz.klagenfurt@dams.at

9800 Spittal/Drau
Ortenburgerstraße 13
biz.spittal@dams.at

9300 St. Veit/Glan
Bahnhofstraße 6
biz.sanktveit@dams.at

9501 Villach
Trattengasse 30
biz.villach@dams.at

9100 Völkermarkt
Hauptplatz 14
biz.voelkermarkt@dams.at

9400 Wolfsberg
Gerhart Ellert Platz 1
biz.wolfsberg@dams.at

Niederösterreich

3300 Amstetten
Mozartstraße 9
biz.amstetten@dams.at

2500 Baden
Josefsplatz 7
biz.baden@dams.at

2230 Gänserndorf
Friedensgasse 4
biz.gaenserndorf@dams.at

2020 Hollabrunn
Winiwarterstraße 2a
biz.hollabrunn@dams.at

3500 Krems
Südtiroler Platz 2
biz.krems@dams.at

3390 Melk
Babenbergerstraße 6-8
biz.melk@dams.at

2340 Mödling
Bachgasse 18
biz.moedling@dams.at

2620 Neunkirchen
Stockhamnergasse 31
biz.neunkirchen@dams.at

3100 St. Pölten
Daniel-Gran-Straße 12
biz.sanktpoelten@dams.at

3430 Tulln
Nibelungenplatz 1
biz.tulln@dams.at

2700 Wiener Neustadt
Neunkirchner Straße 36
biz.wienerneustadt@dams.at

Oberösterreich

5280 Braunau
Laaber Holzweg 44
ams.braunau@dams.at

4070 Eferding
Kirchenplatz 4
ams.eferding@dams.at

4240 Freistadt
Am Pregarten 1
ams.freistadt@dams.at

4810 Gmunden
Karl-Plentzner-Straße 2
ams.gmunden@dams.at

4710 Grieskirchen
Manglbürg 23
ams.grieskirchen@dams.at

ADRESSEN

4560 Kirchdorf
Bambergstraße 46
ams.kirchdorf@ams.at

4021 Linz
Bulgariplatz 17-19
ams.linz@ams.at

4320 Perg
Gartenstraße 4
ams.perg@ams.at

4910 Ried/Innkreis
Peter-Rosegger-Straße 27
ams.ried@ams.at

4150 Rohrbach
Haslacher Straße 7
ams.rohrbach@ams.at

4780 Schärding
Alfred-Kubin-Straße 5a
ams.schaerding@ams.at

4400 Steyr
Leopold-Werndl-Straße 8
ams.steyr@ams.at

4840 Vöcklabruck
Industriestraße 23
ams.voeklabruck@ams.at

4600 Wels
Salzburger Straße 28a
ams.wels@ams.at

Salzburg

5500 Bischofshofen
Kinostraße 7a
biz.bischofshofen@ams.at

5400 Hallein
Hintnerhofstraße 1
biz.hallein@ams.at

5020 Salzburg
Paris Lodron Straße 21
biz.stadtsalzburg@ams.at

5580 Tamsweg
Friedhofstraße 6
biz.tamsweg@ams.at

5700 Zell/See
Brucker Bundesstraße 22
biz.zellamsee@ams.at

Steiermark

8530 Deutschlandsberg
Rathausgasse 5
biz.deutschlandsberg@ams.at

8330 Feldbach
Schillerstraße 7
biz.feldbach@ams.at

8010 Graz
Neutorgasse 46
biz.graz@ams.at

8230 Hartberg
Grünfeldgasse 1
biz.hartberg@ams.at

8720 Knittelfeld
Hans-Resel-Gasse 17
biz.knittelfeld@ams.at

8430 Leibnitz
Bahnhofstraße 21
biz.leibnitz@ams.at

8700 Leoben
Vordernbergerstraße 10
biz.leoben@ams.at

8940 Liezen
Hauptstraße 36
biz.liezen@ams.at

8680 Mürzzuschlag
Grazer Straße 5
biz.muertzuschlag@ams.at

Tirol

6460 Imst
Rathausstraße 14
ams.imst@ams.at

6020 Innsbruck
Schöpfstraße 5
ams.innsbruck@ams.at


6370 Kitzbühel
Wagnerstraße 17
ams.kitzbuehel@ams.at

6333 Kufstein
Oskar-Pirlo-Straße 13
ams.kufstein@ams.at

6500 Landeck
Innstraße 12
ams.landeck@ams.at

9900 Lienz
Dolomitenstraße 1
ams.lienz@ams.at

6600 Reutte
Claudiastraße 7
ams.reutte@ams.at



6130 Schwaz
Postgasse 1
ams.schwaz@ams.at

Vorarlberg

6700 Bludenz
Bahnhofplatz 1B
biz.bludenz@ams.at

6901 Bregenz
Rheinstraße 33
biz.bregenz@ams.at

6800 Feldkirch
Reichsstraße 151
biz.feldkirch@ams.at

Wien

1030 Wien
Estepplatz 2
biz.estepplatz@ams.at

1060 Wien
Gumpendorfer Gürtel 2b
biz.gumpendorferguertel@ams.at

1100 Wien
Laxenburger Straße 18
biz.laxenburgerstrasse@ams.at

1130 Wien
Hietzinger Kai 139
biz.hietzingerkai@ams.at

1160 Wien
Huttengasse 25
biz.huttengasse@ams.at

1210 Wien
Schloßhofer Straße 16-18
biz.schlosshoferstrasse@ams.at

bfi Kärnten
9020 Klagenfurt
Bahnhofstraße 44
Tel. 05 7878
www.bfi-kaernten.at

bfi Niederösterreich
2700 Wiener Neustadt
Lise-Meitner-Straße 1
Tel. 0800 212 222
www.bfi-nee.at

bfi Oberösterreich
4020 Linz
Muldenstraße 5
Tel. 0810 004 005
www.bfi-ooe.at

bfi Salzburg
5020 Salzburg
Schillerstraße 30
Tel. (0662) 88 30 81
www.bfi-sbg.at

bfi Steiermark
8020 Graz
Keplerstraße 109
Tel. 05 72 70
www.bfi-stmk.at

bfi Tirol
6010 Innsbruck
Ing.-Ettel-Straße 7
Tel. (0512) 596 60
www.bfi-tirol.at

bfi Wien
1034 Wien
Alfred-Dallinger-Platz 1
Tel. (01) 811 78
www.bfi-wien.at

Bildungs- einrichtungen

Berufsbildende mittlere Schulen, Berufsbildende höhere Schulen, Kollegs

Die genauen Adressen erfahren Sie in der Broschüre „ABC der berufsbildenden Schulen“ des Bundesministeriums für Bildung und Frauen. Diese Informationen finden Sie auch im Internet unter: www.abc.berufsbildendeschulen.at

Berufsförderungsinstitute (bfi) der Kammern für Arbeiter und Angestellte und des Österreichischen Gewerkschaftsbundes

bfi Österreich
1060 Wien
Kaunitzgasse 2
Tel. (01) 586 37 03
www.bfi.at

bfi Burgenland
7400 Oberwart
Grazer Straße 86
Tel. (03352) 389 80
www.bfi-burgenland.at

ADRESSEN

bfi Cert
8700 Leoben
Parkstraße 11
Tel. (03842) 48488-12
www.bficert.at

bfi der AK Vorarlberg
6800 Feldkirch
Widnau 2-4
Tel. (05522) 702 00
www.bfi-vorarlberg.at

Fachhochschul-Studiengänge

Burgenland

Angewandtes
Wissensmanagement (MA)
FH Burgenland
7000 Eisenstadt
Campus 1
Tel. 05 7705-4311
www.fh-burgenland.at

Business Process Engineering &
Management (MA)
FH Burgenland
7000 Eisenstadt
Campus 1
Tel. 05 7705-4311
www.fh-burgenland.at

Information, Medien &
Kommunikation (BA)
FH Burgenland
7000 Eisenstadt
Campus 1
Tel. 05 7705-4310
www.fh-burgenland.at

Information Medien
Kommunikation (MA)
FH Burgenland
7000 Eisenstadt
Campus 1
Tel. 05 7705-4313
www.fh-burgenland.at

Internationale
Wirtschaftsbeziehungen (BA, MA)
FH Burgenland
7000 Eisenstadt
Campus 1
Tel. 05 7705-4513
www.fh-burgenland.at

Nachhaltige Energiesysteme (MA)
FH Burgenland
7423 Pinkafeld
Steinamangerstraße 21
Tel. 05 7705-4110
www.fh-burgenland.at

Kärnten

Business Management (BA)
FH Kärnten
9524 Villach
Europastraße 4
Tel. 05 90500-2401
www.fh-kaernten.at

Communication Engineering (MA)
FH Kärnten
9020 Klagenfurt
Primoschgasse 8
Tel. 05 90500-0
www.fh-kaernten.at

Digital Business Management (BA)
FH Kärnten
9524 Villach
Europastraße 4
Tel. 05 90500-2401
www.fh-kaernten.at

Hotel Management (BA)
FH Kärnten
9524 Villach
Europastraße 4
Tel. 05 90500-2401
www.fh-kaernten.at

Medizintechnik (BA, MA)
FH Kärnten
9020 Klagenfurt
Primoschgasse 10
Tel. 05 90500 3201
www.fh-kaernten.at

Niederösterreich

Biotechnische Verfahren (BA, MA)
FH Wiener Neustadt,
Standort Tulln
3430 Tulln
Konrad-Lorenz-Straße 10
Tel. (02272) 822 24-105
www.fhwn.ac.at

Business Consultancy
International (BA, MA)
FH Wiener Neustadt
2700 Wiener Neustadt
Johannes Gutenberg-Straße 3
Tel. (02622) 890 84-405
www.fhwn.ac.at



Consumer Affairs (BA)
FH Wiener Neustadt
Standort Wieselburg
3250 Wieselburg
Zeiselgraben 4
Tel. (07416) 53 000-333
www.fhwn.ac.at

Digital Healthcare (MA)
FH St. Pölten
3100 St. Pölten
Matthias Corvinus-Straße 15
Tel. (02742) 313 228-662
www.fh-stpoelten.ac.at

Digitale Medientechnologien (MA)
FH St. Pölten
3100 St. Pölten
Matthias Corvinus-Straße 15
Tel. (02742) 313 228-602
www.fh-stpoelten.ac.at

Export-oriented Management (BA)
IMC FH Krems
3500 Krems
Piaristengasse 1
Tel. (02732) 802-0
www.fh-krems.ac.at

International Business and
Export Management (MA)
IMC FH Krems
3500 Krems
Piaristengasse 1
Tel. (02732) 802-0
www.fh-krems.ac.at

Informatik (BA, MA)
FH Wiener Neustadt
2700 Wiener Neustadt
Johannes Gutenberg-Straße 3
Tel. (02622) 890 84-207
www.fhwn.ac.at

IT Security (BA)
FH St. Pölten
3100 St. Pölten
Matthias Corvinus-Straße 15
Tel. (02742) 313 228-632
www.fh-stpoelten.ac.at

Marketing & Sales (MA)
IMC FH Krems
3500 Krems
Piaristengasse 1
Tel. (02732) 802-0
www.fh-krems.ac.at

Media Management (MA)
FH St. Pölten
3100 St. Pölten
Matthias Corvinus-Straße 15
Tel. (02742) 313 228-402
www.fh-stpoelten.ac.at

Media- und Kommunikations-
beratung (BA, MA)
FH St. Pölten
3100 St. Pölten
Matthias Corvinus-Straße 15
Tel. (02742) 313 228-404 bzw. 402
www.fh-stpoelten.ac.at

Medical and Pharmaceutical
Biotechnology (BA, MA)
IMC FH Krems
3500 Krems
Piaristengasse 1
Tel. (02732) 802-0
www.fh-krems.ac.at

Medienmanagement (BA)
FH St. Pölten
3100 St. Pölten
Matthias Corvinus-Straße 15
Tel. (02742) 313 228-406
www.fh-stpoelten.ac.at

Medientechnik (BA)
FH St. Pölten
3100 St. Pölten
Matthias Corvinus-Straße 15
Tel. (02742) 313 228-610
www.fh-stpoelten.ac.at

Produktmarketing und
Innovationsmanagement (MA)
FH Wiener Neustadt,
Standort Wieselburg
3250 Wieselburg
Zeiselgraben 4
Tel. (07416) 53 000-333
www.fhwn.ac.at

Produktmarketing und
Projektmanagement (BA)
FH Wiener Neustadt,
Standort Wieselburg
3250 Wieselburg
Zeiselgraben 4
Tel. (07416) 53 000-333
www.fhwn.ac.at

ADRESSEN

Sales Management für technische
Produkte und Dienstleistungen
(MA)
FH Wiener Neustadt
2700 Wiener Neustadt
Johannes Gutenberg-Straße 3
Tel. (02622) 890 84-397
www.fhwn.ac.at

Tourism and Leisure
Management (BA, MA)
IMC FH Krems
3500 Krems
Piaristengasse 1
Tel. (02732) 802-0
www.fh-krems.ac.at

Umwelt- und
Nachhaltigkeitsmanagement (MA)
IMC FH Krems
3500 Krems
Piaristengasse 1
Tel. (02732) 802-0
www.fh-krems.ac.at

Unternehmensführung und
E-Business Management (BA)
IMC FH Krems
3500 Krems
Piaristengasse 1
Tel. (02732) 802-0
www.fh-krems.ac.at

Wirtschaftsberatung (BA)
FH Wiener Neustadt
2700 Wiener Neustadt
Johannes Gutenberg-Straße 3
Tel. (02622) 890 84-303
www.fhwn.ac.at

Oberösterreich

Controlling, Rechnungswesen
und Finanzmanagement (BA, MA)
FH Oberösterreich, Campus Steyr
4400 Steyr
Wehrgrabengasse 1-3
Tel. 050 804-33900
www.fh-ooe.at

Digital Arts (MA)
FH Oberösterreich,
Campus Hagenberg
4232 Hagenberg
Softwarepark 11
Tel. 050 804-22124
www.fh-ooe.at

Digital Business Management (MA)
FH Oberösterreich, Campus Steyr
4400 Steyr
Wehrgrabengasse 1-3
Tel. 050 804-33401
www.fh-ooe.at

Global Sales and Marketing
(BA, MA)
FH Oberösterreich, Campus Steyr
4400 Steyr
Wehrgrabengasse 1-3
Tel. 050 804-33500 bzw. 33600
www.fh-ooe.at

Innovations- und
Produktmanagement (BA)
FH Oberösterreich, Campus Wels
4600 Wels
Stelzhamerstraße 23
Tel. 050 804-43040
www.fh-ooe.at

Interactive Media (MA)
FH Oberösterreich,
Campus Hagenberg
4232 Hagenberg
Softwarepark 11
Tel. 050 804-22121
www.fh-ooe.at

Internationales Logistik-
Management (BA)
FH Oberösterreich, Campus Steyr
4400 Steyr
Wehrgrabengasse 1-3
Tel. 050 804-33200
www.fh-ooe.at

Kommunikation, Wissen, Medien
(BA, MA)
FH Oberösterreich,
Campus Hagenberg
4232 Hagenberg
Softwarepark 11
Tel. 050 804-22600
www.fh-ooe.at

Marketing & Electronic
Business (BA)
FH Oberösterreich, Campus Steyr
4400 Steyr
Wehrgrabengasse 1-3
Tel. 050 804-33400
www.fh-ooe.at

Medientechnik und -design (BA)
FH Oberösterreich,
Campus Hagenberg
4232 Hagenberg
Softwarepark 11
Tel. 050 804-22100
www.fh-ooe.at



Operations Management (MA)
FH Oberösterreich, Campus Steyr
4400 Steyr
Wehrgrabengasse 1-3
Tel. 050 804-33800
www.fh-ooe.at

Produktdesign und Technische
Kommunikation (BA)
FH Oberösterreich,
Campus Wels
4600 Wels
Stelzhamerstraße 23
Tel. 050 804-43045
www.fh-ooe.at

Sichere Informationssysteme
(BA, MA)
FH Oberösterreich,
Campus Hagenberg
4232 Hagenberg
Softwarepark 11
Tel. 050 804-225 00
www.fh-ooe.at

Supply Chain Management (MA)
FH Oberösterreich, Campus Steyr
4400 Steyr
Wehrgrabengasse 1-3
Tel. 050 804-33200
www.fh-ooe.at

Software Engineering (BA, MA)
FH Oberösterreich,
Campus Hagenberg
4232 Hagenberg
Softwarepark 11
Tel. 050 804-22000
www.fh-ooe.at

Salzburg

Betriebswirtschaft (BA, MA)
FH Salzburg, Campus Urstein
5412 Puch/Salzburg
Urstein Süd 1
Tel. 050 2211-1107
www.fh-salzburg.ac.at

Design- und Produktmanagement
(BA, MA)
FH Salzburg, Campus Kuchl
5431 Kuchl
Markt 136a
Tel. 050 2211-2201
www.fh-salzburg.ac.at

MultiMediaArt (BA, MA)
FH Salzburg, Campus Urstein
5412 Puch/Salzburg
Urstein Süd 1
Tel. 050 2211-1202
www.fh-salzburg.ac.at

MultiMediaTechnology (BA, MA)
FH Salzburg, Campus Urstein
5412 Puch/Salzburg
Urstein Süd 1
Tel. 050 2211-1252
www.fh-salzburg.ac.at

Radiologietechnologie (BA)
FH Salzburg, Campus Urstein
5412 Puch/Salzburg
Urstein Süd 1
Tel. 050 2211-1404
www.fh-salzburg.ac.at

Steiermark

Ausstellungsdesign (MA)
FH Joanneum Graz
8020 Graz
Alte Poststraße 152
Tel. (0316) 5453-8800
www.fh-joanneum.at

Bank- und Versicherungs-
wirtschaft (BA)
FH Joanneum Graz
8020 Graz
Eggenberger Allee 11
Tel. (0316) 5453-8800
www.fh-joanneum.at

Bank- und
Versicherungsmanagement (MA)
FH Joanneum Graz
8020 Graz
Eggenberger Allee 11
Tel. (0316) 5453-7100
www.fh-joanneum.at

Communication, Media, Sound
and Interaction Design (MA)
FH Joanneum Graz
8020 Graz
Alte Poststraße 152
Tel. (0316) 5453-8800
www.fh-joanneum.at

Content-Strategie/Content
Strategy (MA)
FH Joanneum Graz
8020 Graz
Alte Poststraße 152
Tel. (0316) 5453-8666
www.fh-joanneum.at

ADRESSEN

Informationsdesign (BA)
FH Joanneum Graz
8020 Graz
Alte Poststraße 152
Tel. (0316) 5453-8800
www.fh-joanneum.at

Informationsmanagement
(BA, MA)
FH Joanneum Graz
8020 Graz
Alte Poststraße 147
Tel. (0316) 5453-8800
www.fh-joanneum.at

Innovationsmanagement (BA, MA)
CAMPUS 02 – FH der Wirtschaft
8021 Graz
Körblergasse 126
Tel. (0316) 6002-390
www.campus02.at

IT & Mobile Security (MA)
FH Joanneum Graz
8020 Graz
Alte Poststraße 147
Tel. (0316) 5453-8800
www.fh-joanneum.at

International Industrial
Management (MA)
FH Joanneum Kapfenberg
8605 Kapfenberg
Werk-VI-Straße 46
Tel. (0316) 5453-8800
www.fh-joanneum.at

International Marketing (MA)
CAMPUS 02 – FH der Wirtschaft
8021 Graz
Körblergasse 126
Tel. (0316) 6002-625
www.campus02.at

IT & Mobile Security (MA)
FH Joanneum Kapfenberg
8605 Kapfenberg
Werk-VI-Straße 46
Tel. (0316) 5453-8800
www.fh-joanneum.at

Journalismus und Public
Relations (PR) (BA)
FH Joanneum Graz
8020 Graz
Alte Poststraße 152
Tel. (0316) 5453-8800
www.fh-joanneum.at

Management internationaler
Geschäftsprozesse (BA)
FH Joanneum Graz
8020 Graz
Eggenberger Allee 11
Tel. (0316) 5453-8800
www.fh-joanneum.at

Nachhaltiges
Lebensmittelmanagement (BA)
FH Joanneum Graz
8020 Graz
Eggenberger Allee 11
Tel. (0316) 5453-6900
www.fh-joanneum.at

Rechnungswesen & Controlling
(BA, MA)
CAMPUS 02 – FH der Wirtschaft
8021 Graz
Körblergasse 126
Tel. (0316) 6002-812
www.campus02.at

Sales Management (MA)
CAMPUS 02 – FH der Wirtschaft
8021 Graz
Körblergasse 126
Tel. (0316) 6002-625
www.campus02.at

Tirol

Digital Marketing (MA)
FH Kufstein
6330 Kufstein
Andreas Hofer-Straße 7
Tel. (05372) 718 19-135
www.fh-kufstein.ac.at

Entrepreneurship & Tourismus
(MA)
MCI – Management Center
Innsbruck
Weiherburggasse 8
6020 Innsbruck
Tel. (0512) 2070-3300
www.mci.edu

Facility Management &
Immobilienwirtschaft (BA)
FH Kufstein
6330 Kufstein
Andreas Hofer-Straße 7
Tel. (05372) 718 19-101
www.fh-kufstein.ac.at



Facility- &
Immobilienmanagement (MA)
FH Kufstein
6330 Kufstein
Andreas Hofer-Straße 7
Tel. (05372) 718 19-101
www.fh-kufstein.ac.at

International Business &
Management (MA)
MCI Management Center
Innsbruck
Universitätsstraße 15
6020 Innsbruck
Tel. (0512) 2070-3100
www.mci.edu

Management, Communication &
IT (BA, MA)
MCI – Management Center
Innsbruck
Universitätsstraße 15
6020 Innsbruck
Tel. (0512) 2070-3500
www.mci.edu

Marketing & Kommunikations-
management (BA)
FH Kufstein
6330 Kufstein
Andreas Hofer-Straße 7
Tel. (05372) 718 19-135
www.fh-kufstein.ac.at

IT & Wirtschaftsinformatik (MA)
CAMPUS 02 – FH der Wirtschaft
8021 Graz
Körblergasse 126
Tel. (0316) 6002-358
www.campus02.at

Nonprofit-, Sozial- und
Gesundheitsmanagement (BA)
MCI Management Center
Innsbruck
Universitätsstraße 15
6020 Innsbruck
Tel. (0512) 2070-3700
www.mci.edu

Sport, Kultur- und Veran-
staltungsmanagement (BA, MA)
FH Kufstein
6330 Kufstein
Andreas Hofer-Straße 7
Tel. (05372) 718 19-128 bzw. 118
www.fh-kufstein.ac.at

Tourismus- & Freizeitwirtschaft
(BA)
MCI Management Center
Innsbruck
Weiherburggasse 8
6020 Innsbruck
Tel. (0512) 2070-3300
www.mci.edu

Web Business & Technology (BA)
FH Kufstein
6330 Kufstein
Andreas Hofer-Straße 7
Tel. (05372) 718 19-170
www.fh-kufstein.ac.at

Vorarlberg

Accounting, Controlling &
Finance (MA)
FH Vorarlberg
6850 Dornbirn
Hochschulstraße 1
Tel. (05572) 792-5600
www.fhv.at

Informatik (MA)
FH Vorarlberg
6850 Dornbirn
Hochschulstraße 1
Tel. (05572) 792-5102
www.fhv.at

Informatik – Software and
Information Engineering (BA)
FH Vorarlberg
6850 Dornbirn
Hochschulstraße 1
Tel. (05572) 792-5100
www.fhv.at

InterMedia (BA, MA)
FH Vorarlberg
6850 Dornbirn
Hochschulstraße 1
Tel. (05572) 792-5200
www.fhv.at

Internationale Betriebswirtschaft
(BA)
FH Vorarlberg
6850 Dornbirn
Hochschulstraße 1
Tel. (05572) 792-5400
www.fhv.at

Wirtschaftsingenieurwesen (BA)
FH Vorarlberg
6850 Dornbirn
Hochschulstraße 1
Tel. (05572) 792-5500
www.fhv.at

ADRESSEN

Wien

Bank- und Finanzwirtschaft (BA)
FH des bfi Wien
1020 Wien
Wohlmutterstraße 22
Tel. (01) 720 12 86-31
www.fh-vie.ac.at

Biomedical Engineering (BA)
FH Technikum Wien
1200 Wien
Höchstädtplatz 5
Tel. (01) 333 40 77-462
www.technikum-wien.at

Bioverfahrenstechnik (MA)
FH Campus Wien
1190 Wien
Muthgasse 62
Tel. (01) 606 68 77-3600
www.fh-campuswien.ac.at

Content Produktion & Digitales
Medienmanagement (BA)
FH Wien der WKW
1180 Wien
Währinger Gürtel 97
Tel. (01) 476 77-5826
www.fh-wien.ac.at

Elektronik/Wirtschaft (BA)
FH Technikum Wien
1200 Wien
Höchstädtplatz 5
Tel. (01) 333 40 77-263
www.technikum-wien.at

Europäische Wirtschaft und
Unternehmensführung (BA, MA)
FH des bfi Wien
1020 Wien
Wohlmutterstraße 22
Tel. (01) 720 12 86-21
www.fh-vie.ac.at

Film-, TV- und Medienproduktion
(BA)
FH des bfi Wien
1020 Wien
Wohlmutterstraße 22
Tel. (01) 720 12 86-921
www.fh-vie.ac.at

Financial Management &
Controlling (MA)
FH Wien der WKW
1180 Wien
Währinger Gürtel 97
Tel. (01) 476 77-5810
www.fh-wien.ac.at

Finanz-, Rechnungs- &
Steuerwesen (BA)
FH Wien der WKW
1180 Wien
Währinger Gürtel 97
Tel. (01) 476 77-5810
www.fh-wien.ac.at

Gesundheits- und
Rehabilitationstechnik (MA)
FH Technikum Wien
1200 Wien
Höchstädtplatz 5
Tel. (01) 333 40 77-561
www.technikum-wien.at

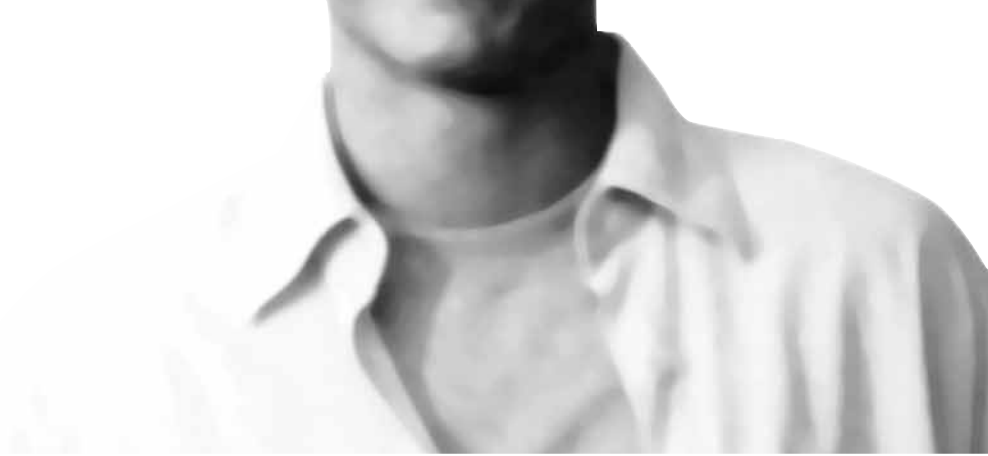
Immobilienmanagement (MA)
FH Wien der WKW
1180 Wien
Währinger Gürtel 97
Tel. (01) 476 77-5803
www.fh-wien.ac.at

Immobilienwirtschaft (BA)
FH Wien der WKW
1180 Wien
Währinger Gürtel 97
Tel. (01) 476 77-5820
www.fh-wien.ac.at

Informationsmanagement und
Computersicherheit (MA)
FH Technikum Wien
1200 Wien
Höchstädtplatz 5
Tel. (01) 333 40 77-562
www.technikum-wien.at

Informations- und
Kommunikationssysteme (BA)
FH Technikum Wien
1200 Wien
Höchstädtplatz 5
Tel. (01) 333 40 77-265
www.technikum-wien.at

Internationales Wirtschafts-
ingenieurwesen (BA, MA)
FH Technikum Wien
1200 Wien
Höchstädtplatz 5
Tel. (01) 333 40 77-461 bzw. 465
www.technikum-wien.at



IT-Security (MA)
FH Campus Wien
1100 Wien
Favoritenstraße 226, B.3.20
Tel. (01) 606 68 77-2130
www.fh-campuswien.ac.at

Journalismus & Medien-
management (BA)
FH Wien der WKW
1180 Wien
Währinger Gürtel 97
Tel. (01) 476 77-5830
www.fh-wien.ac.at

Journalismus & Neue Medien (MA)
FH Wien der WKW
1180 Wien
Währinger Gürtel 97
Tel. (01) 476 77-5830
www.fh-wien.ac.at

Kommunikationsmanagement (MA)
FH Wien der WKW
1180 Wien
Währinger Gürtel 97
Tel. (01) 476 77-5840
www.fh-wien.ac.at

Kommunikationswirtschaft (BA)
FH Wien der WKW
1180 Wien
Währinger Gürtel 97
Tel. (01) 476 77-5840
www.fh-wien.ac.at

Leadership im Tourismus (MA)
FH Wien der WKW
1180 Wien
Währinger Gürtel 97
Tel. (01) 476 77-5870
www.fh-wien.ac.at

Logistik und Transport-
management (BA, MA)
FH des bfi Wien
1020 Wien
Wohlmutterstraße 22
Tel. (01) 720 12 86-61
www.fh-vie.ac.at

Marketing & Sales (BA)
FH Wien der WKW
1180 Wien
Währinger Gürtel 97
Tel. (01) 476 77-5850
www.fh-wien.ac.at

Marketing- & Salesmanagement
(MA)
FH Wien der WKW
1180 Wien
Währinger Gürtel 97
Tel. (01) 476 77-5850
www.fh-wien.ac.at

Molekulare Biotechnologie (BA)
FH Campus Wien
1030 Wien
Helmut-Qualtinger-Gasse 2
Tel. (01) 606 68 77-3500
www.fh-campuswien.ac.at

Projektmanagement und IT (BA)
FH des bfi Wien
1020 Wien
Wohlmutterstraße 22
Tel. (01) 720 12 86-51
www.fh-vie.ac.at

Projektmanagement und
Organisation (MA)
FH des bfi Wien
1020 Wien
Wohlmutterstraße 22
Tel. (01) 720 12 86-51
www.fh-vie.ac.at

Radiologietechnologie (BA)
FH Campus Wien
1100 Wien
Favoritenstraße 226, D.Z.30
Tel. (01) 606 68 77-4800
www.fh-campuswien.ac.at

Softwareentwicklung (MA)
FH Technikum Wien
1200 Wien
Höchstädtplatz 5
Tel. (01) 333 40 77-264
www.technikum-wien.at

Technisches Vertriebs-
management (BA)
FH des bfi Wien
1020 Wien
Wohlmutterstraße 22
Tel. (01) 720 12 86-921
www.fh-vie.ac.at

ADRESSEN

Tourismus-Management (BA)
FH Wien der WKW
1180 Wien
Währinger Gürtel 97
Tel. (01) 476 77-5870
www.fh-wien.ac.at

Unternehmensführung –
Entrepreneurship (BA)
FH Wien der WKW
1180 Wien
Währinger Gürtel 97
Tel. (01) 476 77-5880
www.fh-wien.ac.at

Wirtschaftsinformatik (BA, MA)
FH Technikum Wien
1200 Wien
Höchstädtplatz 5
Tel. (01) 333 40 77-363 bzw. 365
www.technikum-wien.at

Universitäten

Kärnten

Alpen-Adria-Universität
Klagenfurt
9020 Klagenfurt
Universitätsstraße 65-67
Tel. (0463) 2700-0
www.uni-klu.ac.at

Niederösterreich

Donau-Universität Krems
(Universität für Weiterbildung)
3500 Krems
Dr.-Karl-Dorrek-Straße 30
Tel. (02732) 893-0
www.donau-uni.ac.at

Oberösterreich

Johannes Kepler Universität Linz
(JKU)
4040 Linz
Altenberger Straße 69
Tel. (0732) 2468-0
www.jku.at

Kunstuniversität Linz
4020 Linz
Hauptplatz 8, Postfach 6
Tel. (0732) 7898-0
www.ufg.ac.at

Salzburg

Universität Mozarteum Salzburg
5020 Salzburg
Mirabellplatz 1
Tel. (0662) 6198-0
www.moz.ac.at

Universität Salzburg
5020 Salzburg
Kapitelgasse 4-6
Tel. (0662) 8044-0
www.uni-salzburg.at

Steiermark

Karl-Franzens-Universität Graz
8010 Graz
Universitätsplatz 3
Tel. (0316) 380-0
www.unigraz.at

Medizinische Universität Graz
8036 Graz
Auenbruggerplatz 2
Tel. (0316) 385-0
www.medunigraz.at

Montanuniversität Leoben
8700 Leoben
Franz-Josef-Straße 18
Tel. (03842) 402-0
www.unileoben.ac.at

Technische Universität Graz
8010 Graz
Rechbauerstraße 12
Tel. (0316) 873-0
www.tugraz.at

Universität für Musik und
darstellende Kunst Graz
8010 Graz
Leonhardstraße 15
Tel. (0316) 389-0
www.kug.ac.at

Tirol

Medizinische Universität
Innsbruck
6020 Innsbruck
Christoph-Probst-Platz
Innrain 52
Tel. (0512) 9003-0
www.i-med.ac.at



Universität Innsbruck
6020 Innsbruck
Innrain 52
Tel. (0512) 507-0
www.uibk.ac.at

Wien

Akademie der bildenden Künste
Wien
1010 Wien
Schillerplatz 3
Tel. (01) 588 16-0
www.akbild.ac.at

Medizinische Universität Wien
1090 Wien
Spitalgasse 23
Tel. (01) 401 60-0
www.meduniwien.ac.at

Technische Universität Wien
1040 Wien
Karlsplatz 13
Tel. (01) 588 01-0
www.tuwien.ac.at

Universität für angewandte Kunst
Wien
1010 Wien
Oskar-Kokoschka-Platz 2
Tel. (01) 711 33-0
www.dieangewandte.at

Universität für Bodenkultur Wien
1180 Wien
Gregor-Mendel-Straße 33
Tel. (01) 476 54-0
www.boku.ac.at

Universität für Musik und
darstellende Kunst Wien
1030 Wien
Anton-von-Webern-Platz 1
Tel. (01) 711 55-0
www.mdw.ac.at

Universität Wien
1010 Wien
Universitätsring 1
Tel. (01) 4277-0
www.univie.ac.at

Veterinärmedizinische Universität
Wien
1210 Wien
Veterinärplatz 1
Tel. (01) 250 77-0
www.vetmeduni.ac.at

Wirtschaftsuniversität Wien
1020 Wien
Welthandelsplatz 1
Tel. (01) 313 36-0
www.wu.ac.at

Privatuniversitäten

Anton Bruckner Privatuniversität
4040 Linz
Hagenstraße 57
Tel. (0732) 70 1000-0
www.bruckneruni.at

Danube Private University
Fakultät Medizin/Zahnmedizin
3500 Krems
Steiner Landstraße 124
Tel. 0676 842 419 305
www.danube-private-university.at

Karl Landsteiner Privatuniversität
für Gesundheitswissenschaften
3500 Krems an der Donau
Dr.-Karl-Dorrek-Straße 30
www.kl.ac.at

Katholische Privat-Universität
Linz
4020 Linz
Bethlehemstraße 20
Tel. (0732) 78 42 93
www.ktu-linz.ac.at

MODUL University Vienna
1190 Wien
Am Kahlenberg 1
Tel. (01) 320 3555-101
www.modul.ac.at

Musik und Kunst Privatuniversität
der Stadt Wien – MUK
Konservatorium Wien
1010 Wien
Johannesgasse 4a
Tel. (01) 512 77 47
www.muk.ac.at

New Design University
Privatuniversität St. Pölten
3100 St. Pölten
Mariazeller Straße 97
Tel. (02742) 890-2411
www.ndu.ac.at

Paracelsus Medizinische
Privatuniversität
5020 Salzburg
Strubergasse 21
Tel. (0662) 2420-0
www.pmu.ac.at

ADRESSEN

Privatuniversität Schloss Seeburg
Seeburgstraße 8
5201 Seekirchen am Wallersee
Tel. (06212) 2626
www.uni-seeburg.at

Sigmund Freud Privat Universität
Wien
1020 Wien
Campus Prater
Freudplatz 1
Tel. (01) 798 40 98
www.sfu.ac.at

UMIT – Private Universität für
Gesundheitswissenschaften,
Medizinische Informatik und
Technik
6060 Hall in Tirol
Eduard-Wallnöfer-Zentrum 1
Tel. 050 8648-3000
www.umat.at

Webster University Vienna
1020 Wien
Praterstraße 23
Tel. (01) 269 9293-0
www.webster.ac.at

Universitätslehrgänge/ Sonstige Lehrgänge

Die folgende Aufstellung enthält
ausgewählte Universitäts-
lehrgänge und andere Lehrgänge
auf akademischem Niveau zu den
in der Broschüre behandelten
Themenbereichen.

Burgenland

E-Commerce & Online Marketing
Austrian Institute of Management
7000 Eisenstadt
Thomas-A.-Edison-Straße 2
Tel. 05 7705-5100
www.aim.ac.at

Kärnten

Financial Services and Planning
Alpen-Adria-Universität
Klagenfurt
M/O/T – School of Management,
Organizational Development and
Technology
9020 Klagenfurt
Universitätsstraße 65-67
Tel. (0463) 2700-4002
www.mot.ac.at

Industrial Management
Alpen-Adria-Universität
Klagenfurt
9020 Klagenfurt
Universitätsstraße 65-67
Tel. (0463) 2700-4071
www.uni-klu.ac.at

Public, Nonprofit und Health Care
Management
Alpen-Adria-Universität
Klagenfurt
9020 Klagenfurt
Universitätsstraße 65-67
Tel. (0463) 2700-4103
www.uni-klu.ac.at

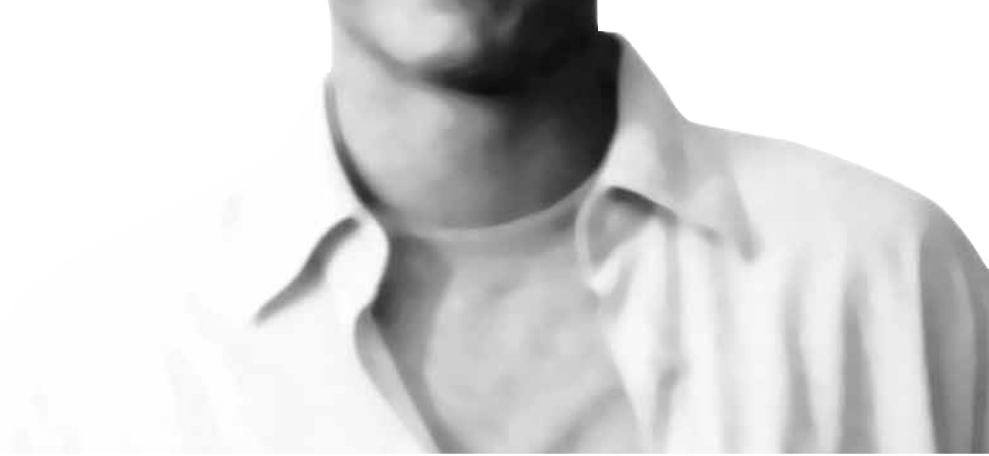
Niederösterreich

Advanced Logistics Manager
Donau-Universität Krems
3500 Krems
Dr.-Karl-Dorrek-Straße 30
Tel. (02732) 893-2112
www.donau-uni.ac.at

Agrarmarketing
Universitätszentrum Hollabrunn
(in Kooperation mit der BOKU
Wien)
2020 Hollabrunn
Dechant-Pfeifer-Straße 3
Tel. (02952) 386 43
www.unihollabrunn.at

Corporate Social Responsibility
Management
Donau-Universität Krems
3500 Krems
Dr.-Karl-Dorrek-Straße 30
Tel. (02732) 893-2126
www.donau-uni.ac.at

Crossmedia Design &
Development
Donau-Universität Krems
3500 Krems
Dr.-Karl-Dorrek-Straße 30
Tel. (02732) 893-2543
www.donau-uni.ac.at



Digital Media Publishing
Donau-Universität Krems
3500 Krems
Dr.-Karl-Dorrek-Straße 30
Tel. (02732) 893-2556
www.donau-uni.ac.at

Finance
Donau-Universität Krems
3500 Krems
Dr.-Karl-Dorrek-Straße 30
Tel. (02732) 893-2116
www.donau-uni.ac.at

Financial Planning (Fernstudium)
Donau-Universität Krems
3500 Krems
Dr.-Karl-Dorrek-Straße 30
Tel. (02732) 893-2111
www.donau-uni.ac.at

Finanzdienstleistungen
(Fernstudium)
Donau-Universität Krems
3500 Krems
Dr.-Karl-Dorrek-Straße 30
Tel. (02732) 893-2111
www.donau-uni.ac.at

International Business
Donau-Universität Krems
3500 Krems
Dr.-Karl-Dorrek-Straße 30
Tel. (02732) 893-2108
www.donau-uni.ac.at

Kommunikation und Management
Donau-Universität Krems
3500 Krems
Dr.-Karl-Dorrek-Straße 30
Tel. (02732) 893-2709
www.donau-uni.ac.at

Management und IT
Donau-Universität Krems
3500 Krems
Dr.-Karl-Dorrek-Straße 30
Tel. (02732) 893-2307
www.donau-uni.ac.at

Marketing und Vertrieb
Donau-Universität Krems
3500 Krems
Dr.-Karl-Dorrek-Straße 30
Tel. (02732) 893-2828
www.donau-uni.ac.at

Medizinprodukteberater/in
Donau-Universität Krems
3500 Krems
Dr.-Karl-Dorrek-Straße 30
Tel. (02732) 893-2820
www.donau-uni.ac.at

New Media Management
Donau-Universität Krems
3500 Krems
Dr.-Karl-Dorrek-Straße 30
Tel. (02732) 893-2501
www.donau-uni.ac.at

Online Media Marketing
Donau-Universität Krems
3500 Krems
Dr.-Karl-Dorrek-Straße 30
Tel. (02732) 893-2502
www.donau-uni.ac.at

Pharmamanagement
Donau-Universität Krems
3500 Krems
Dr.-Karl-Dorrek-Straße 30
Tel. (02732) 893-2743
www.donau-uni.ac.at

Produktmanagement in der
Pharmabranche
Donau-Universität Krems
3500 Krems
Dr.-Karl-Dorrek-Straße 30
Tel. (02732) 893-2817
www.donau-uni.ac.at

PR und Integrierte
Kommunikation
Donau-Universität Krems
3500 Krems
Dr.-Karl-Dorrek-Straße 30
Tel. (02732) 893-2701
www.donau-uni.ac.at

Professional New Media
Management
Donau-Universität Krems
3500 Krems
Dr.-Karl-Dorrek-Straße 30
Tel. (02732) 893-2501
www.donau-uni.ac.at

Qualitätsjournalismus
Donau-Universität Krems
3500 Krems
Dr.-Karl-Dorrek-Straße 30
Tel. (02732) 893-2707
www.donau-uni.ac.at

Real Estate Management
Donau-Universität Krems
3500 Krems
Dr.-Karl-Dorrek-Straße 30
Tel. (02732) 893-2770
www.donau-uni.ac.at

ADRESSEN

Social Media and Global
Communication
Donau-Universität Krems
3500 Krems
Dr.-Karl-Dorrek-Straße 30
Tel. (02732) 893-2710
www.donau-uni.ac.at

Sport- und Eventmanagement
(Fernstudium)
Donau-Universität Krems
3500 Krems
Dr.-Karl-Dorrek-Straße 30
Tel. (02732) 893-2841
www.donau-uni.ac.at

Wissensmanagement
Donau-Universität Krems
3500 Krems
Dr.-Karl-Dorrek-Straße 30
Tel. (02732) 893-4335
www.donau-uni.ac.at

Oberösterreich

Angewandtes
Wissensmanagement
Johannes Kepler Universität Linz
4040 Linz
Altenberger Straße 69
Tel. (0732) 2468-4320
www.jku.at

Finanzmanagement
Johannes Kepler Universität Linz
4040 Linz
Altenberger Straße 69
Tel. (0732) 2468-3298
www.jku.at

Innovation and Product
Management
LIMAK Austrian Business School
4020 Linz
Bergschlößlgasse 1
Tel. (0732) 66 99 44-0
www.limak.at

Produkt-Management
WIFI Oberösterreich
4021 Linz
Wiener Straße 150
Tel. 05 70 00-77
www.ooe.wifi.at

Public Relations
(Diplomlehrgang)
WIFI Oberösterreich
4021 Linz
Wiener Straße 150
Tel. 05 70 00-77
www.ooe.wifi.at

Tourismusmanagement
Johannes Kepler Universität Linz
4040 Linz
Altenberger Straße 69
Tel. (0732) 2468-7780
www.jku.at

Versicherungswirtschaft
Johannes Kepler Universität Linz
4040 Linz
Altenberger Straße 69
Tel. (0732) 2468-3322
www.jku.at

Salzburg

Business Management
WIFI Salzburg
5027 Salzburg
Julius Raab Platz 2
Tel. (0662) 8888-423
www.wifisalzburg.at

General Management
SMBS – University of Salzburg
Business School
Schloss Urstein
5412 Puch bei Salzburg
Schlossallee 9
Tel. 0676 88 2222 16
www.smbs.at

Global Management
SMBS – University of Salzburg
Business School
Schloss Urstein
5412 Puch bei Salzburg
Schlossallee 9
Tel. 0676 88 2222 16
www.smbs.at

Logistikmanagement
WIFI Salzburg
5027 Salzburg
Julius Raab Platz 2
Tel. (0662) 8888-423
www.wifisalzburg.at

Public Management
SMBS – University of Salzburg
Business School
Schloss Urstein
5412 Puch bei Salzburg
Schlossallee 9
Tel. 0676 88 2222 20
www.smbs.at



Steiermark

International Supply Management
FH Joanneum Kapfenberg
8605 Kapfenberg
Werk-VI-Straße 46
Tel. (0316) 5453-8800
www.fh-joanneum.at

Library and Information Studies
Karl-Franzens-Universität Graz
8010 Graz
Universitätsplatz 3
Tel. (0316) 380-3126
www.uni-graz.at

Nachhaltigkeitsmanagement
Montanuniversität Leoben
8700 Leoben
Franz-Josef-Straße 18
Tel. (03842) 402-6000
www.unileoben.ac.at

Produktentwicklung
Montanuniversität Leoben
8700 Leoben
Franz-Josef-Straße 18
Tel. (03842) 402-8413
www.unileoben.ac.at

Public Relations
WIFI Steiermark
8010 Graz
Körblergasse 111-113
Tel. (0316) 602-1234
www.stmk.wifi.at

Qualitätsmanagement
Montanuniversität Leoben
8700 Leoben
Franz-Josef-Straße 18
Tel. (03842) 402-6000
www.unileoben.ac.at

Versicherungswirtschaft
Karl-Franzens-Universität Graz
Rechtswissenschaftliche Fakultät
8010 Graz
Universitätsstraße 15/Alli
Tel. (0316) 380-3586
www.uni-graz.at/lfvwww

Tirol

Controlling &
Unternehmenssteuerung
MCI Management Center
Innsbruck
6020 Innsbruck
Universitätsstraße 15
Tel. (0512) 2070-2102
www.mci.edu

Handelsmanagement
CAMPUS 02 – FH der Wirtschaft
8021 Graz
Körblergasse 126
Tel. (0316) 6002-686
www.campus02.at

Innovations-, Produkt- &
Prozessmanagement
MCI Management Center
Innsbruck
6020 Innsbruck
Universitätsstraße 15
Tel. (0512) 2070-2104
www.mci.edu

International Management
Program©
MCI Management Center
Innsbruck
6020 Innsbruck
Universitätsstraße 15
Tel. (0512) 2070-2122
www.mci.edu

Library and Information Studies
Universität Innsbruck
Universitäts- und
Landesbibliothek Tirol
6020 Innsbruck
Innrain 52f
Tel. (0512) 507-2459
www.uibk.ac.at

Marketing
MCI Management Center
Innsbruck
6020 Innsbruck
Universitätsstraße 15
Tel. (0512) 2070-2104
www.mci.edu

Sales Management
MCI Management Center
Innsbruck
6020 Innsbruck
Universitätsstraße 15
Tel. (0512) 2070-2104
www.mci.edu

Tourismusmanagement &
Führung
MCI Management Center
Innsbruck
6020 Innsbruck
Universitätsstraße 15
Tel. (0512) 2070-2102
www.mci.edu

Tourismus Marketing &
Innovation
MCI Management Center
Innsbruck
6020 Innsbruck
Universitätsstraße 15
Tel. (0512) 2070-2102
www.mci.edu

ADRESSEN

Vorarlberg

Controlling
Schloss Hofen
6911 Lochau
Hoferstraße 26
Tel. (05574) 4930-440
www.fhv.at/weiterbildung

Innovation und
Produktmanagement
Schloss Hofen
6911 Lochau
Hoferstraße 26
Tel. (05574) 4930-440
www.fhv.at/weiterbildung

Marketing
Schloss Hofen
6911 Lochau
Hoferstraße 26
Tel. (05574) 4930-440
www.schlosshofen.at

Standort- und
Regionalmanagement
Schloss Hofen
6911 Lochau
Hoferstraße 26
Tel. (05574) 4930-431
www.fhv.at/weiterbildung

Wien

AkademischeR CSR-ManagerIn
FH des bfi Wien
1020 Wien
Wohlmutterstraße 22
Tel. (01) 720 12 86-47
www.fh-vie.ac.at

art & economy
Universität für Angewandte Kunst
Wien
1030 Wien
Am Heumarkt 27/1/3a
Tel. (01) 711 33-2790
www.art-economy.net

Businessmanager/-in
WIFI Wien
Währinger Gürtel 97
1180 Wien
Tel. (01) 476 77-5555
www.wifiwien.at

Digital Business
Technikum Wien Academy
1200 Wien
Höchstädtplatz 6
Tel. (01) 333 40 77-625
<https://academy.technikum-wien.at>

Digital Film Production
SAE Institute
1060 Wien
Linke Wienzeile 130A
Tel. (01) 961 03 03
www.sae.at

Engineering Management
Technische Universität Wien
1040 Wien
Operngasse 11/017
Tel. (01) 588 01-41701
<http://engineering.tuwien.ac.at>

Entrepreneurship & Innovation
Technische Universität Wien und
Wirtschaftsuniversität Wien
1040 Wien
Operngasse 11/017
Tel. (01) 588 01-41722
www.tu-wu-innovation.at

Eventmanagement
Werbe Akademie WIFI Wien
1180 Wien
Währinger Gürtel 97
Tel. (01) 476 77-5251
www.werbeakademie.at

Eventmanagement und
Eventmarketing
ARGE Bildungsmanagement Wien
1210 Wien
Friedstraße 23
Tel. (01) 263 23 12-0
www.bildungsmanagement.at

Executive Management MBA
Sales Manager Akademie und
Donau-Universität Krems
1190 Wien
Geweygasse 4a/1
Tel. (01) 370 88 77
www.sales-manager.at

Expert in Logistics
bfi Wien
1034 Wien
Alfred-Dallinger-Platz 1
Tel. (01) 811 78-10100
www.bfi.wien



Facility Management
Technische Universität Wien
1040 Wien
Operngasse 11/017
Tel. (01) 588 01-41701
<http://fm.tuwien.ac.at>

Graphic Design
Bachelor
Werbe Akademie WIFI Wien
1180 Wien
Währinger Gürtel 97
Tel. (01) 476 77-5251
www.werbeakademie.at

Akademische/r
ImmobilienberaterIn und
LiegenschaftsmanagerIn
Technische Universität Wien
1040 Wien
Operngasse 11/017
Tel. (01) 588 01-41705
<http://immo.tuwien.ac.at>

Immobilienwirtschaft und
Liegenschaftsmanagement
Technische Universität Wien
1040 Wien
Operngasse 11/017
Tel. (01) 588 01-41701
<http://immo.tuwien.ac.at>

Informations- und Medienrecht
Universität Wien
Campus, Spitalgasse 2, Hof 1
1090 Wien
Tel. (01) 4277-10 800
www.postgraduatecenter.at

International Tourism
Management
Modul University Vienna
1190 Wien
Am Kahlenberg 1
Tel. (01) 320 35 55-0
www.modul.ac.at

Lehrgang für Information und
Dokumentation
Österreichische Gesellschaft für
Dokumentation und Information,
in Kooperation mit dem bfi Wien
bfi Wien
1034 Wien
Alfred-Dallinger-Platz 1
Tel. (01) 811 78
www.bfi-wien.at, www.oegdi.at

Library and Information Studies
Universität Wien
1010 Wien
Universitätsring 1
Tel. (01) 4277-15004
<http://bibliothek.univie.ac.at/ulg>

Logistik & Supply Management
WU Executive Academy
1020 Wien
Welthandelsplatz 1
Tel. (01) 313 36-4816
www.executiveacademy.at

Marketing und Business-
Management (Diplomlehrgang)
FH des bfi Wien
1020 Wien
Wohlmutterstraße 22
Tel. (01) 720 12 86-47
www.fh-vie.ac.at

Marketing & Sales
WU Executive Academy
1020 Wien
Welthandelsplatz 1
Tel. (01) 313 36-6501
www.executiveacademy.at

Marktkommunikation
Werbe Akademie WIFI Wien
1180 Wien
Währinger Gürtel 97
Tel. (01) 476 77-5251
www.werbeakademie.at

Public Communication
Universität Wien
Institut für Publizistik- und
Kommunikationswissenschaft
1090 Wien
Währinger Straße 29
Tel. (01) 4277-49334
www.public-communication.at

Public Relations
(Diplomlehrgang)
WIFI Wien
Währinger Gürtel 97
1180 Wien
Tel. (01) 476 77-5555
www.wifiwien.at

Risiko- & Versicherungs-
management
WU Executive Academy
1020 Wien
Welthandelsplatz 1
Tel. (01) 313 36-6501
www.executiveacademy.at

ADRESSEN

Social Media Management
Werbe Akademie WIFI Wien
1180 Wien
Währinger Gürtel 97
Tel. (01) 476 77-5251
www.werbeakademie.at

Tourismus- & Eventmanagement
WU Executive Academy
1020 Wien
Welthandelsplatz 1
Tel. (01) 313 36-6501
www.executiveacademy.at

Video-Journalismus
WIFI Wien
1180 Wien
Währinger Gürtel 97
Tel. (01) 476 77-5555
www.wifiwien.at

Web Design & Development
SAE Institute
1060 Wien
Linke Wienzeile 130A
Tel. (01) 961 03 03
www.sae.at

WIFI Fundraising College
(Lehrgang)
Fundraising Verband Austria
1180 Wien
Währinger Gürtel 97
Tel. (01) 476 77-5555
www.wifiwien.at
www.fundraising.at

Wirtschaftsförderungs- institute (WIFI) der Wirtschaftskammern

WIFI Burgenland
7000 Eisenstadt
Robert Graf Platz 1
Tel. 05 90 90-2000
www.bgld.wifi.at

WIFI Kärnten
9021 Klagenfurt
Europaplatz 1
Tel. 05 9434
www.wifikaernten.at

WIFI Niederösterreich
3100 St. Pölten,
Mariazeller Straße 97
Tel. (02742) 890-2000
www.noee.wifi.at

WIFI Oberösterreich
4021 Linz
Wiener Straße 150
Tel. 05 7000-77
www.ooe.wifi.at

WIFI Salzburg
5027 Salzburg
Julius Raab Platz 2
Tel. (0662) 8888-411
www.wifisalzburg.at

WIFI Steiermark
8010 Graz
Körblergasse 111-113
Tel. (0316) 602-1234
www.stmk.wifi.at

WIFI Tirol
6020 Innsbruck
Egger-Lienz-Straße 116
Tel. 05 909 05-7000
www.tirol.wifi.at

WIFI Vorarlberg
6850 Dornbirn
Bahnhofstraße 24
Tel. (05572) 3894-425
www.vlbg.wifi.at

WIFI Wien
1180 Wien
Währinger Gürtel 97
Tel. (01) 476 77
www.wifiwien.at

Weitere Aus- und Weiterbildungseinrichtungen

ARGE Bildungsmanagement Wien
1210 Wien
Friedstraße 23
Tel. (01) 263 23 12-0
www.bildungsmanagement.at

ASAS Aus- und Weiterbildung AG
4600 Wels
Dragonerstraße 38
Tel. (07242) 558 64-0
<http://asasonline.com>

bit – Schulungscenter
Zentrale Österreich
8054 Graz
Kärntner Straße 311
Tel. (0316) 285 550-0
www.bitonline.cc



Business Circle Management
Fortbildungs GmbH
1030 Wien
Ölzeltgasse 3
Tel. (01) 522 58 20-0
www.businesscircle.at

BMÖ-Akademie des
BMÖ-Bundesverbands
Materialwirtschaft, Einkauf und
Logistik in Österreich
1090 Wien
Liechtensteinstraße 35/5
Tel. (01) 367 93 52
www.bmoe.at

BÖV Bildungsakademie
der Österreichischen
Versicherungswirtschaft
1030 Wien
Schwarzenbergplatz 7
Tel. (01) 711 56-210
www.boev.at

BVL-Logistik-Akademie
1020 Wien
Seitenhafenstraße 15
Tel. (01) 615 70 55
www.bvl.at

Controller Institut
1190 Wien
Billrothstraße 4
Tel. (01) 368 68 78
www.oeci.at

Europa-Wirtschaftsschulen
1090 Wien
Liechtensteinstraße 3
Tel. (01) 587 54 77-0
www.ews-vie.at

fjum – Forum Journalismus und
Medien
1030 Wien
Karl-Farkas-Gasse 18
Tel. (01) 9972796
www.fjum-wien.at

Hernstein Institut für
Management und Leadership
der Wirtschaftskammer Wien
wko campus wien
1180 Wien
Währinger Gürtel 97
Tel. (01) 514 50-5600
www.hernstein.at

Ländliches Fortbildungsinstitut
Österreich
1015 Wien
Schauflegasse 6
Tel. (01) 534 41-8566
www.lfi.at

NPO-Akademie
1180 Wien
Gentzgasse 137
Tel. (01) 955 17 77
www.npo-akademie.at

ÖGDI
Österreichische Gesellschaft für
Dokumentation und Information
1010 Wien
Wollzeile 1-3
Zustelladresse:
1011 Wien
Postfach 96
www.oegdi.at

Österreichische Medienakademie
Kuratorium für
Journalistenausbildung
5020 Salzburg
Karolingerstraße 40
Tel. (0662) 83 41 33-0
www.kfj.at

SAE Technology Institute
1060 Wien
Linke Wienzeile 130A
Tel. (01) 961 03 03
www.sae.at

SAP Österreich
Trainingszentrum Wien
Virtual Delivery Austria
1021 Lassallestraße 7b
Tel. 0800 291 801
www.sap.at

VHS polycollege
1050 Wien
Stöbergasse 11-15
Tel. (01) 891 74-105000
www.polycollege.at

WIFI Werbe Akademie Wien
1180 Wien
Währinger Gürtel 97
Tel. (01) 476 77-5251
www.werbeakademie.at

Zentrum für Kommunikation
und Dynamik
1030 Wien
Neulinggasse 29/2/7
Tel. (01) 715 10 10
www.zkd.at

INTERNETADRESSEN UND PORTALE

Nützliche Links

ABC der berufsbildenden Schulen in Österreich
www.abc.berufsbildendeschulen.at

AK – Arbeiterkammer, Bundeskammer für
Arbeiter und Angestellte
www.arbeiterkammer.at

AMS – Arbeitsmarktservice Österreich
www.ams.at

BiWi – Berufsinformationszentrum der
Wirtschaftskammer Wien
www.biwi.at

Bundesministerium für Bildung und Frauen
(BMBF)
www.bmbf.gv.at

Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung
und Wirtschaft (BMWFW)
www.bmwfw.gv.at

ibw – Institut für Bildungsforschung der
Wirtschaft
www.ibw.at

WIFI – Wirtschaftsförderungsinstitut Österreich
www.wifi.at

WKO – Wirtschaftskammer Österreich
www.wko.at

Berufsinformationen, Berufslisten

AMS-Broschüren
Formulare, Broschüren und Informationsmaterial
zum Downloaden
www.ams.at/broschueren

AMS-Berufsinformationssystem
Kurzbeschreibungen zu Tätigkeiten, Beschäfti-
gung, Einkommen, beruflichen Kompetenzen,
Aus- und Weiterbildung etc. für ca. 530
Berufsgruppen
www.ams.at/bis

AMS-Karrierevideos
Ca. 300 online abrufbare Videos zu
unterschiedlichen Berufen
www.ams.at/karrierevideos

AMS-Ausbildungskompass
www.ams.at/ausbildungskompass

AMS-Berufskompass
Orientierungshilfe für die Berufswahl
www.ams.at/berufskompass

AMS-Berufslexikon
Ausführliche Berufsbeschreibungen zu ca. 1.800
Berufen
www.ams.at/berufslexikon

AMS-Forschungsnetzwerk
Info- und Serviceplattform zu den Themen
Arbeitsmarkt-, Berufs-, Bildungs- und
Qualifikationsforschung
www.ams.at/forschungsnetzwerk

AMS-Karrierekompass
Portal des AMS zu Fragen rund um Beruf,
Bildung & Karriere
www.ams.at/karrierekompass

AMS-Neuorientierungskompass
Unterstützung bei der Wahl eines neuen
Berufsweges
www.ams.at/neuorientierungskompass

AMS-Qualifikationsbarometer
Österreichweit das erste umfassende Online-



Informationssystem zu Qualifikationstrends
www.ams.at/qualifikationen

Arbeitszimmer
Jugendplattform des AMS
www.arbeitszimmer.cc

Atlas zur Berufs- und Bildungsberatung
www.bib-atlas.at

Bildungsinformationen der Arbeiterkammer
www.arbeiterkammer.at/bildung

Bildung & Beruf
www.bildungundberuf.at

Berufsbilder, alphabetisch und nach
Berufsgruppen
www.berufsbilder.at

Berufschance Handel – Lehrberufe im Handel
www.berufschance-handel.at

BIC – BerufsInformationsComputer,
Informationen zu über 1.500 Berufen,
Berufsbeschreibungen, Tipps für die Berufswahl
www.bic.at

Whatchado
Videos zu Berufs-, Karriere- und
Lebensgeschichten
www.whatchado.net

Frauenspezifische Links

abz* austria – kompetent für frauen und
wirtschaft
www.abzwien.at

Arbeitsmarktservice – Angebote für Frauen
und Mädchen
www.ams.at/frauen

Berufe in der Informationstechnologie für
Mädchen
www.maedchenmacht.at

Forum für persönliche Kontakte und
Informationen für Frauen im Medienbereich
www.frauennetzwerk.at

Kompetenzzentrum Frauenservicestelle
www.frau-und-arbeit.at

MÄDCHENZENTRUM Klagenfurt
www.maedchenzentrum.at

Plattform des Österreichischen
Journalistinnenkongresses
www.medienfrauen.net

Sprungbrett für Mädchen
Workshops, Beratung, Lehrstellenvermittlung
www.sprungbrett.or.at

w-ffORTE – Wirtschaftsimpulse von Frauen in
Forschung und Technologie
www.w-fforte.at

Karriere-Links

AMS-eJob-Room
www.ams.at/jobroom

Der Standard
<http://derstandard.at/Karriere>

Die Presse
<http://karriere.diepresse.com>

Kurier
<https://job.kurier.at>

Salzburger Nachrichten
www.salzburg.com

INTERNETADRESSEN UND PORTALE

Jobpilot
www.jobpilot.at

Karriere.at
www.karriere.at

METAJob
www.metajob.at

Monster
www.monster.at

Stepstone
www.stepstone.at

Übersicht österreichischer Lehrbetriebe
<http://wko.at/lehrbetriebsuebersicht>

Studieren.at
www.studieren.at

FH-Plattform
www.fh-plattform.at

FH-Guide
www.fachhochschulen.ac.at

Berufsbegleitende Studien
www.berufsbegleitend.at

Masterportal Österreich
www.postgraduate.at

Österreichische Studienbeihilfenbehörde
www.stipendium.at

Schulen

ABC der berufsbildenden Schulen in Österreich
www.abc.berufsbildendeschulen.at

HAK/HAS-Abendschulen
www.abendschulen.at

Humanberufliche Schulen und Höhere land- und forstwirtschaftliche Schulen
www.hum.at

Portal der kaufmännischen Schulen
www.hak.cc

Infos rund um die Polytechnische Schule
<http://pts.schule.at>

Technische, gewerbliche und kunstgewerbliche Schulen Österreichs – HTL
www.htl.at

Studium

Studienwahl
www.studienwahl.at

Weiterbildung

Erwachsenenbildung.at
www.erwachsenenbildung.at

Checklist Weiterbildung
www.checklist-weiterbildung.at

Universitäre Weiterbildung in Österreich, Datenbank mit Lehrgängen
www.aucen.ac.at

Burgenländische Konferenz Erwachsenenbildung
www.bukeb.at

Bildungsland Kärnten
www.bildungsland.at

Forum Erwachsenenbildung Niederösterreich (FEN)
www.fen.at

Erwachsenenbildung Online Oberösterreich
www.weiterbilden.at



Verein Salzburger Erwachsenenbildung
(ARGE SEB)
www.eb.salzburg.at

Bildungsnetzwerk Steiermark
www.bildungsnetzwerk-stmk.at

TIBS – Tiroler Bildungskatalog
www.tiroler-bildungskatalog.at

Weiterbildung in Vorarlberg
www.pfiffikus.at

Wiener ArbeitnehmerInnen Förderungsfonds (waff)
www.weiterbildung.at

Wirtschaft, Handel und Verkauf

Bundesgremium der Handelsagenten
www.handelsagenten.at

Bundesverband Materialwirtschaft, Einkauf und
Logistik in Österreich
www.bmo.at

IV – Industriellenvereinigung Österreich
www.industriellenvereinigung.at

Österreichischer Handelsverband
www.handelsverband.at

Verband der Management und Marketing-
TrainerInnen
www.vmmt.at

Verband der pharmazeutischen Industrie
Österreichs
www.pharmig.at

Wirtschaftskammer Österreich
www.wko.at

Informations- & Kommunikationstechnologien

Österreichischer Multimedia Verband
www.amma.at

Verband der österreichischen Internet-Anbieter
www.ispa.at

Marketing, PR und Medien

Dialog Marketing Verband Österreich
www.dmvoe.at

Fachverband Werbung & Marktkommunikation
www.fachverbandwerbung.at

International Advertising Association Austria (IAA)
www.iaaat.org

Internet Advertising Bureau Austria (IAB)
www.iab-austria.at

Marketing Club Österreich
www.marketingclub.at

Mobile Marketing Association Austria (MMA)
www.mmaustria.at

Österreichischer Werberat
www.werberat.at

Public Relations Verband Austria (PRVA)
www.prva.at

Verband der Marktforscher Österreichs (VMÖ)
www.vmo.at

WWG Forum Marketing
www.wwgonline.at

GLOSSAR

Account

Bezeichnung (in der Werbung) für einen Agenturkunden oder auch den Etat bzw. das Budget für ein Werbeprojekt

AdWords

Online-Werbeprogramm der Firma Google zur Schaltung von Online-Anzeigen, die neben den Suchergebnissen eingeblendet werden

Affiliate Marketing

Online-Marketing-Strategie, bei der durch Verlinkung von anderen Partner (Affiliates)-Websites KundInnen für das eigene Angebot gewonnen werden

Akquisition

Anschaffung, Erwerbung, KundInnenwerbung

Aktien

Dokumente über den Anteil am Grundkapital einer Firma, die an einer Börse gehandelt werden

Analytics

siehe → **Webanalyse**

App

Kurzform von application. Anwendungsprogramm/Anwendungssoftware; im Sprachgebrauch Anwendung für mobile Endgeräte wie Smartphones und → **Tablet-PCs**

Authoring-Software

Softwareprogramme zum Herstellen von Multimedia- und Internet-Anwendungen

B2B

Business to Business. Geschäftsbeziehungen zwischen Unternehmen

B2C

Business to Consumer. Geschäftsbeziehungen zwischen Unternehmen und EndkundInnen

B2E

Business to Employee. Bezieht sich auf die Beziehungen zwischen dem Unternehmen und seinen MitarbeiterInnen

Backup

1. In der → **Hardware** versteht man darunter ein Ersatzsystem, das beim Ausfall des Hauptsystems zur Verfügung steht. 2. Im Software-Bereich handelt es sich dabei um Sicherheitskopien eines Datenbestandes.

Banner

Anklickbare Werbefläche im Internet

Blog, Weblog

Internet-Sites mit regelmäßigen Einträgen, sowohl von Privatpersonen als auch von Firmen, die meist in tagebuchartiger Form geführt werden

Briefing

Engl. Anweisung, Einsatzbesprechung. Kurze Einweisung/Informationsgespräch vor einem Projekt

C2C (Consumer to Consumer)

Geschäftsbeziehungen zwischen Privatpersonen

Cash Flow

Eine Finanzkennzahl, die die Finanzierungskraft eines Unternehmens ausdrückt

Content

Engl. für Inhalt. Jede Art von Text-, Bild-, Ton- und Filmmaterial

Content-Industrie

Unternehmen, die → **Content** jeglicher Art produzieren und verkaufen

Content Management Systeme (CMS)

Systeme zur Erstellung, Bearbeitung und Verwaltung von Text- oder Multimedia-Inhalten

Controlling

Kontrolle, Planung, Lenkung und Steuerung von Unternehmensprozessen

Coolhunting

Die Beobachtung, das Suchen und Identifizieren von Trends, vor allem in Bereichen wie Jugendkultur, Mode, Design, Lifestyle etc.

Copyright

Urheberrechtlicher Schutz von kreativer Arbeit, wie z. B. Texte, Musik oder Zeichnungen

Corporate Identity

Gesamtheit der Charakteristika und Merkmale eines Unternehmens (Firmenidentität)

Corporate Social Responsibility (CSR)

Engl. Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen. Nachhaltige bzw. soziale, humanitäre und ökologische Orientierung von unternehmerischem Handeln

Cross-Channel-Handel

Verknüpfung unterschiedlicher Vertriebskanäle (Beispiel: KundIn bestellt Ware online und holt sie im Geschäft ab)

Customer Relationship Management (CRM)

Engl. Kundenbeziehungsmanagement. Marketing- und Vertriebsinstrument zur systematischen Pflege von KundInnenbeziehungen

Customer Service

KundInnendienst in Unternehmen

Data Mining

Methode, aus sehr umfangreichen Datenbanken (z. B.) KundInneninformationen zu unternehmerischen Zwecken zu gewinnen

Data Warehouse

Vernetzung unterschiedlichster Datenquellen mit meist managementorientierter bzw. betriebswirtschaftlicher Ausrichtung

Dialogmarketing

Form des Marketings, bei denen Medien mit dem Ziel eingesetzt werden, eine interaktive Beziehung zu Individuen herzustellen, um dann auf die jeweiligen Interessen der KundInnen zugeschnittene Produkte und Dienstleistungen anzubieten

Direktmarketing

Werbe- und Verkaufsmethode, die sich ohne Zwischenstufen direkt an bestimmte Zielgruppen richtet

Distribution

Lat. Verteilung, Verbreitung. Vertrieb von Waren und Dienstleistungen

Distributionspolitik

Alle betriebswirtschaftlichen Entscheidungen und daraus resultierenden Maßnahmen, die in Zusammenhang mit dem Weg eines Produkts von den ProduzentInnen zu den KonsumentInnen stehen

E-Billing

Elektronische Rechnungslegung

E-Business

Electronic Business. Die elektronische Kommunikation innerhalb eines Unternehmens sowie zwischen mehreren Unternehmen und deren KundInnen bezüglich Verkauf oder Bestellung mittels digitaler Technologien und des Internets

E-Commerce

Electronic Commerce – Internet-Handel

GLOSSAR

E-Government

Abwicklung staatlicher Verwaltungsaufgaben mit elektronischer Hilfe, insbesondere auch unter Einsatz des Internets

E-Procurement

Electronic Procurement. Einkauf und Beschaffung auf elektronischem Weg, z. B. über das Internet

Elektronische Signatur

Elektronische Daten, die einem elektronischen Dokument beigefügt werden, um die Identität der signierenden Person nachweislich festzustellen

Elektronische Zustellung

Sichere und nachweisliche Übermittlung von behördlichen und nicht-behördlichen Dokumenten über das Internet („elektronischer Einschreibebrief“)

Elektronischer Marktplatz

Siehe → **Virtueller Marktplatz**

Etat

Geldmittel

Firewall

Spezielle Hard- und Softwarekomponenten, die dazu dienen, gegen unbefugten Zugriff von anderen Rechnern, z. B. über das Internet, abzuschotten

Flyer

Flugblatt

Fokusgruppe

Moderierte Gruppendiskussion, die z. B. in der Markt- und Meinungsforschung eingesetzt wird

Folder

Faltprospekt, Faltbroschüre

Fonds

Franz. für Kapital. Sondervermögen aus Wertpapieren (z. B. → **Aktien**, Anleihen), das von einer Investmentgesellschaft verwaltet wird und in Anteilen von AnlegerInnen erworben werden kann

Franchising

Mischung aus indirektem und direktem Verkauf. Dabei stellt einE FranchisegeberIn einem/ einer FranchisenehmerIn die Nutzung eines Geschäftskonzeptes (z. B. die Nutzung der Marke, die Geschäftsgestaltung, die Vermittlung von Know-how) gegen Entgelt zur Verfügung.

GIS-System

Geografisches Informations-System. IT-System, das geografische Daten (z. B. Landkarten) digital speichern, analysieren und anzeigen kann

Green Logistics

Ganzheitliche, ökologisch nachhaltige und ressourcenschonende Gestaltung sämtlicher logistischer Abläufe und Prozesse

Hardware

Sammelbegriff für die Geräte eines Computersystems (z. B. Drucker, Bildschirm, Computer)

HTML

Hypertext Markup Language. Sprache zur Dokumenten-Erstellung im World Wide Web

Hypertext

Markierter Text, der durch Hyperlinks mit anderen Text-, Bild-, Ton- und Videodateien z. B. im World Wide Web verbunden ist

Instant-Messaging

Engl. sofortige Nachrichtenübermittlung. Form der Telekommunikation, bei der Textnachrichten oder Dateien über das Internet mittels eines Computerprogramms möglichst unmittelbar übertragen werden

Intranet

Elektronisches Informationsnetz innerhalb eines Unternehmens

Investmentzertifikat

Anteilschein, auf dem der Wert einer Investition verbrieft ist

JAVA

Programmiersprache, die unter anderem für Internet-Anwendungen geschaffen wurde

Just-in-Time

Anlieferung von benötigten Rohstoffen und Materialien zeitlich unmittelbar vor Produktionsbeginn

Key-Account-Management

Teil des Managements, der besonders die Zusammenarbeit mit GroßkundInnen/ SchlüsselkundInnen (Key Accounts) anstrebt und deren wirtschaftliche Bedürfnisse frühzeitig in die eigene Unternehmensplanung einbezieht

Kommunikationspolitik

Teil des → **Marketing-Mix**. Art und Weise, wie die Ziele eines Unternehmens nach außen und innen kommuniziert werden

Kostenrechnung

Teil des Rechnungswesens

Layout

Anordnung und Gestaltung von Text- und Grafikelementen eines Print- oder Online-Mediums

Layoutprogramm

Programm zur grafischen Gestaltung von Daten

Logistik

Aktivitäten, die mit der Beschaffung, Lagerung, dem Transport und auch der Entsorgung von Waren, Gütern und Materialien zusammenhängen

Markenführung

Engl. Brand Management. Aufbau und Entwicklung einer Marke, um einen hohen Wiedererkennungswert zu schaffen

Marketing

Umfasst die Planung, Koordination und Kontrolle aller marktorientierten Aktivitäten eines Unternehmens

Marketing-Mix

Beschreibt die konkrete Ausgestaltung der von einem Unternehmen zur Marktbearbeitung ausgewählten Instrumente. Dazu zählen z. B. Produkt-, Preis-, Vertriebspolitik sowie Öffentlichkeitsarbeit.

Marktanteil

Präsenz eines Unternehmens in einem gewissen Wirtschaftssegment

Materialwirtschaft

Planung und Steuerung des Materialflusses innerhalb eines Unternehmens bzw. zwischen Unternehmen

M-Commerce

Mobile Commerce. Elektronischer Handel mithilfe mobiler, drahtloser Endgeräte, wie z. B. → **Tablet-PCs** oder Smartphones

Media-Mix

Optimale Kombination von unterschiedlichen Werbemedien, um eine bestimmte Zielgruppe mit einer Werbebotschaft zu erreichen

GLOSSAR

Mobile Marketing

Marketingmaßnahmen, die über mobile, drahtlose Endgeräte wie Handys oder → **Smartphones** durchgeführt werden (z. B. SMS-Gewinnspiele)

Multi-Channel-Marketing

Einsatz mehrerer Kommunikations- und Vertriebskanäle, um Personen aus der Zielgruppe auf mehreren Wegen zu erreichen

Multi-Channel-Handel

Handel über unterschiedliche, separat betriebene Vertriebskanäle (z. B. stationäres Ladengeschäft, Online-Shop, Teleshopping, Katalogversand)

Multimedia

Bezeichnung für Inhalte, Informationen und Produkte, die aus verschiedenen Medien (Text, Ton und Bild) bestehen

Neue Medien

Elektronische digitale Kommunikationsmittel und Medien, Internet, Informationsdienste und -netze sowie → **Multimedia**

NPO

Non Profit Organisation. Jene Organisationen und Institutionen, die nicht gewinnorientiert arbeiten, wie z. B. Vereine, Verbände, Kirchen oder Parteien

Öffentlichkeitsarbeit

Maßnahmen und Aktivitäten zum Aufbau und zur Pflege von Bekanntheit und Vertrauen in der Öffentlichkeit

Omni-Channel-Handel

Gleichzeitige Nutzung aller verfügbaren Vertriebskanäle (die KundInnen können im gesamten Kaufprozess kanalübergreifend auf das Angebot zugreifen)

Online-Dienste

Bieten Online-Dienstleistungen über Kommunikationsnetze an (z. B. Internetzugang, E-Mail, Online-Banking etc.)

Online-Portal

Spezielle Art von Website im Internet. Oft bietet ein Portal diverse Services, wie Verzeichnisse anderer Websites, einen Nachrichtenbereich oder elektronische Warenangebote.

Podcast

Audio- oder Videodateien, die über das Internet abonniert werden können

POS

Point of Sale. Verkaufsort (im engeren Sinne die Kasse, im weiteren Sinne das ganze Geschäftslokal)

Positionierung

Gezieltes Schaffen und Hervorheben von Stärken, durch die sich ein Produkt/Unternehmen vom Wettbewerb klar abhebt

PR

Public Relations (= Öffentlichkeitsarbeit). Maßnahmen und Aktivitäten zum Aufbau und zur Pflege der Beziehungen zur Öffentlichkeit

Pre-Sales

Englische Bezeichnung für jene Phase, die einem Verkaufsabschluss vorausgeht

Pressespiegel

Zusammenfassung der aktuellen Berichterstattung zu einem bestimmten Thema im Rahmen der Medienanalyse/-beobachtung

Procurement

Engl. Beschaffung. Einkauf und Beschaffung von Gütern

Provider

Anbieter von elektronischen Informationsdiensten mittels eines → **Servers**

Reinzeichnung

Druckvorlage auf Papier, Film oder Datenträger

RFID-Systeme

Engl. Radio Frequency Identification. Unter anderem in der Logistik eingesetzte drahtlose Technologie zur Kennzeichnung und Identifikation von Waren („Funketiketten“)

Rentabilität

Verhältnis des Gewinns eines Unternehmens zum eingesetzten Kapital innerhalb eines bestimmten Zeitraums

SAP

Einer der weltweit führenden Anbieter betriebswirtschaftlicher Software

Server, Web-Server

Zentralcomputer, dessen Leistung allen an einem Netzwerk angeschlossenen Computern zur Verfügung steht

Showroom

Ausstellungsraum zur Präsentation von Produkten

Slogan

Prägnanter Satz, der eine Werbebotschaft vermittelt

Smart Logistics

Einsatz von „smarten“ bzw. intelligenten Technologien in der Logistik (z. B. → **RFID-Systeme**)

Social Commerce

Form des elektronischen Handels, bei der die Kommunikation zwischen den KundInnen im Vordergrund steht (Empfehlungshandel)

Social Media

Soziale Medien. Plattformen, über die Internet-NutzerInnen zu den unterschiedlichsten Themen Informationen austauschen (z. B. → **Soziale Netzwerke**, → **Blogs**, Foren, → **Wikis**)

Social Media Marketing

Gezielte Verbreitung von Marketingbotschaften über Social-Media-Kanäle mit dem Ziel, dass die UserInnen die Informationen an ihr Netzwerk weitergeben

Social Media Monitoring

Systematische Beobachtung und Analyse von Social-Media-Beiträgen

Social Media Policies

Unternehmensinterne Richtlinien für die Kommunikation in sozialen Netzwerken

Soll-Ist-Vergleich

Instrument der Wirtschaftlichkeitskontrolle, die IST-Zahlen werden mit methodisch einwandfrei ermittelten Plan-Zahlen verglichen. Der Vergleich dient der Beurteilung der Wirtschaftlichkeit.

Sponsoring

Finanzielle Unterstützung von Sport-, Kultur-, Sozial- oder Umweltprojekten etc. seitens eines Unternehmens

Soziale Netzwerke

(Auch Social Networks) Online-Gemeinschaften, die auf → **Online**-Plattformen wie Facebook, Google+, Myspace, Instagram, YouTube, Twitter etc. Informationen austauschen bzw. miteinander kommunizieren

GLOSSAR

Storytelling

Engl. Geschichten erzählen. Im Bereich Werbung und PR wird diese Methode angewendet, um z. B. Werbeinhalte, Unternehmenswerte und andere Botschaften in Form von erzählten Geschichten zu vermitteln

Suchmaschinenmarketing (SEM)

(Search Engine Marketing) Maßnahmen, um möglichst viele BesucherInnen über Suchmaschinen, wie z. B. Google oder Bing, zur Website eines bestimmten Unternehmens oder einer Organisation zu führen

Suchmaschinenoptimierung (SEO)

(Search Engine Optimization) Maßnahmen, um das Ranking von Websites in Suchmaschinen zu optimieren

Suchmaschinenwerbung (SEA)

(Search Engine Advertising) Online-Werbeanzeigen, die über Keywords (Suchbegriffe) gesteuert sind und neben Ergebnislisten von Suchmaschinen eingeblendet werden

Supply-Chain

Engl. Lieferkette. Wertschöpfungskette eines Produkts, von der Rohstoffgewinnung über die Herstellung bis zu den KonsumentInnen. Je mehr Unternehmen einer Lieferkette miteinander kooperieren, ihre Prozesse aufeinander abstimmen und koordinieren, desto vorteilhafter ist letztlich ihre Wettbewerbsposition.

Supply-Chain-Management

Organisatorisch und informationstechnologisch geprägter Ansatz zur Gestaltung und Koordination logistischer Netzwerke (LieferantInnen, HandelspartnerInnen, KundInnen, Öffentlichkeit)

Tablet-PC

Tragbarer Computer, der durch Berühren des Bildschirms bedient wird

Targeting

Zielgerichtete, auf die KundInnen abgestimmte Marketingaktionen

Traffic/Web-Traffic

Engl. Verkehr. Datenverkehr zwischen mehreren Endgeräten, der durch das Aufrufen von Internet-Seiten erfolgt

Usability

Engl. Bedienbarkeit. Benutzerfreundlichkeit eines Produkts oder einer Website

User-Tracking

(auch Web-Tracking). Verfahren zum Nachvollziehen des NutzerInnen-Verhaltens im Internet

Video-Ads

(auch Ad Clips genannt) Online-Werbeschaltungen in Form von Videos

Virtueller Marktplatz, Elektronischer Marktplatz

Ökonomischer, im World Wide Web angesiedelter Ort, an dem durch Angebot und Nachfrage Preise gebildet werden

Webanalyse, Analytics

Systematische Sammlung und Auswertung des NutzerInnen-Verhaltens auf Websites

Weblog, Blog

Internet-Sites mit periodischen Einträgen, sowohl von Privatpersonen als auch von Firmen, die meist in tagebuchartiger Form geführt werden

Web-Server

Siehe → **Server**

Wiki

Auch WikiWiki oder Wikiweb. Ist eine Sammlung von Dokumenten mit Querverweisen im Internet, die von BenutzerInnen online gelesen und auch verändert werden können

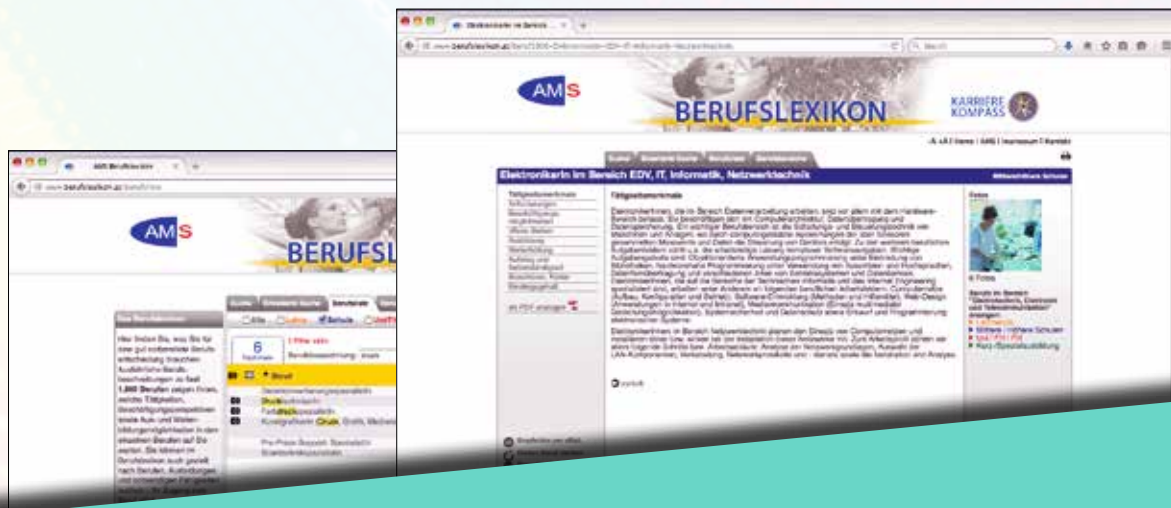
Berufslexikon

Die AMS-Webseite für Berufsinformation

Das AMS-Berufslexikon bietet Beschreibungen zu 1.800 Berufen. Kurzvideos geben einen Einblick in den Berufsalltag.

Folgende Berufslexika stehen zur Verfügung:

- **Lehrberufe** – Berufe nach Abschluss einer Lehre
- **Mittlere / Höhere Schulen** – Berufe nach Abschluss mittlerer / höherer Schulen
- **Uni / FH / PH** – Berufe nach Abschluss eines Studiums
- **Hilfs-, Anlernberufe**
- **Kurz-, Spezialausbildung** – Berufe nach Abschluss einer Kurz- oder Spezialausbildung



BERUFS-INFOS ONLINE

www.ams.at/berufslexikon



Broschüren Berufe

- Berufe mit Kurz- oder Spezialausbildung
- Gesundheit, Fitness, Wellness
- Handel, Marketing, E-Commerce**
- IT – Informationstechnologie
- Medien, Kultur, Unterhaltung
- Soziales
- Tourismus & Freizeitwirtschaft