



**HANS-BREDOW-INSTITUT**  
für Medienforschung *an der Universität Hamburg*

*Kerstin Engels*

***Qualifizierung in der professionellen  
Multimediaproduktion in Hamburg***

**Eine empirische Bedarfs- und Machbarkeitsstudie**

**April 1999 / März 2000**

***Arbeitspapiere des Hans-Bredow-Instituts Nr. 5***

*Arbeitspapiere des Hans-Bredow-Instituts Nr. 5*

Engels, Kerstin: Qualifizierung in der professionellen Multimediaproduktion in Hamburg. Eine empirische Bedarfs- und Machbarkeitsstudie. Hamburg: Verlag Hans-Bredow-Institut 2000

ISSN 1435-9413

ISBN 3-87296-090-3

Schutzgebühr: 15,- DM

**Die Hefte der Schriftenreihe „Arbeitspapiere des Hans-Bredow-Institut“ finden sich zum Download auf der Website des Instituts unter der Adresse**

**[www.hans-bredow-institut.de/service/ap.htm](http://www.hans-bredow-institut.de/service/ap.htm)**

Hans-Bredow-Institut für Medienforschung an der Universität Hamburg

Verlag

Heimhuder Str. 21

D-20148 Hamburg

Tel.: (+49 40) 450 217-12

Fax: (+49 40) 450 217-77

E-Mail: [verlag@hans-bredow-institut.de](mailto:verlag@hans-bredow-institut.de)

## Inhaltsverzeichnis

<b>1.</b>	<b>Ziel und Anlass der Untersuchung</b> .....	Seite 1
<b>2.</b>	<b>Vorgehensweise und Datenbasis</b> .....	6
<b>3.</b>	<b>Problemaufriss: Strukturen der Ausbildungssituation</b> .....	9
3.1	Zugang der Betriebe zur dualen Ausbildung .....	9
3.2	Zielgruppen von Qualifizierungsangeboten .....	10
3.3	Ausbildungsdauer .....	10
3.4	Berufsschulen .....	10
3.5	Das Weiterbildungsmodell des <i>dmmv</i> als Qualifizierungsansatz .....	11
3.6	Mangelnde Transparenz und Übersicht über Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten in Hamburg .....	11
3.7	„Grundbildungsjahr Multimedia“ .....	11
3.8	Das Ausbildungsdilemma im Bereich der professionellen Multimedia-Produktion .....	13
<b>4.</b>	<b>Ergebnisse der Befragung</b> .....	15
4.1	Merkmale der Betriebe und Befragten .....	15
4.1.1	Art der befragten Unternehmen, Geschäftsfelder, Alter und Größe .....	15
4.1.2	Formale berufliche Qualifikationen der Befragten .....	19
4.2	Qualifizierungsbedarfe und Qualifizierungspraxis in den Unternehmen .....	20
4.2.1	Qualifizierungsbedarfe für Tätigkeiten in der professionellen Multimedia-Produktion .....	20
4.2.2	Qualifizierungspraxis in den Unternehmen .....	22
4.3	Einschätzungen zur dualen Ausbildung in den Multimedia-Unternehmen .....	25
4.3.1	Bekanntheit und Bewertung von zehn Berufen .....	25
4.3.2	Multimedia-Fachrichtungen in bestehenden Berufen .....	28
4.3.3	Neue Ausbildungsberufe für Tätigkeiten in Multimedia-Unternehmen? .....	29
4.3.4	Ausbildungsdauer .....	31
4.3.5	Anforderungen an die Auszubildenden .....	31
4.3.6	Gründe für die Ablehnung neuer „Multimedia-Berufe“ .....	34
4.4	Qualifizierungsbedarfe in den Kernbereichen der Multimedia-Produktion .....	35

4.4.1	Die vier Tätigkeitsbereiche im Verhältnis zur dualen Ausbildung.....	36
4.4.2	Anforderungsprofile im Vergleich.....	37
4.4.3	Ausbildungsinhalte.....	42
4.4.4	Überbetriebliche Ausbildungsinhalte.....	44
4.5	Einschätzungen zu einem „Grundbildungsjahr Multimedia“.....	46
4.5.1	Allgemeine Einschätzung und Bedingungen der Unternehmen.....	47
4.5.2	Funktionen im Rahmen des Ausbildungssystems.....	50
4.5.3	Institutioneller Rahmen.....	51
4.5.4	Finanzierung.....	52
4.5.5	Bereitschaft zur Beteiligung.....	53
<b>5.</b>	<b>Zusammenfassung der empirischen Ergebnisse.....</b>	<b>54</b>
<b>6.</b>	<b>Schlussfolgerungen für die Qualifizierungssituation im Multimedia-Bereich.....</b>	<b>60</b>
<b>7.</b>	<b>Ein Pilotprojekt als Empfehlung für die Praxis - der „Multimedia-Führerschein“.....</b>	<b>63</b>
<b>8.</b>	<b>Quellenverzeichnis.....</b>	<b>67</b>
<b>9.</b>	<b>Anhang: Abbildungen.....</b>	<b>68</b>

## 1. Ziel und Anlass der Untersuchung

Der Begriff „Multimedia“ fasst eine Vielzahl möglicher Ausprägungen informationsverarbeitender Techniken und die Integration ihrer Anwendungen unter einem Schlagwort zusammen. In den Mittelpunkt der öffentlichen Diskussion geriet er vor allem im Zusammenhang mit technologischen Entwicklungsschüben im Zeichen digitaler Datenverarbeitung sowie neuen Übertragungs-, Speicher- und Empfangstechniken, die eine unabsehbare Dynamik gesellschaftlicher Aneignungsprozesse auslösten.

Ausdruck dieser Dynamik sind Verschiebungen und Neugruppierungen, die Industrien und Dienstleister unterschiedlicher Art – von der Telekommunikation über Hardwareproduktion, Softwareanbieter, bis zu Agenturen oder Online-Diensten – und eben auch klassische Medienunternehmen erfasst (vgl. etwa Europäische Kommission 1997: 4-8). Mit solchen Neuformierungen entsteht zugleich Bewegung in Berufsbildern und Tätigkeitsprofilen.

In einer Phase stürmischer Entwicklung eines heterogenen Wirtschaftsbereichs mit ständig sich neu entwickelnden Anwendungen und Nutzungsformen der dabei verwendeten Techniken, der insofern noch weit von einer Konsolidierung einzelner Bereiche entfernt zu sein scheint, sind die Konsequenzen für Wirtschaft und Gesellschaft noch längst nicht absehbar. Die Planung von Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen ist dabei mit dem Problem konfrontiert, ständig von neu entstehenden Anforderungen und speziellen Qualifizierungsbedarfen eingeholt zu werden, so dass das Tempo der Entwicklung gegenwärtig nicht nur zu einem entscheidenden Faktor im wirtschaftlichen Wettbewerb, sondern zu einem Thema bei allen Bemühungen um angemessene Qualifizierungsformen und –inhalte wird.

„Qualifizierte Mitarbeiter zu finden ist ein großes Problem“. „Wir sind keine Ausbildungsexperten. Man müsste uns an die Hand nehmen – das hat noch nie einer gemacht.“ „Multimedia-Unternehmen, wie wir, sind von den Strukturen her nicht auf Ausbildung angelegt, aber man kann on the job ausbilden.“ „Abschlüsse und Titel sagen nichts aus.“ Solche im Rahmen dieser Untersuchung gesammelten Statements veranschaulichen, was Ausgangspunkt dieser Studie war: Qualifizierungsprobleme in einem höchst dynamischen Bereich und sehr unterschiedliche Einstellungen zur Ausbildung in den Neuen Medien.

Der Runde Tisch des Bildungswerks Medien e.V. hatte sich 1998 in einem Arbeitskreis dieser Frage angenommen und verschiedene Lösungsvorschläge präsentiert. Die vorliegende Studie basiert auf diesen Überlegungen und den dort entwickelten Konzepten und prüft sie anhand der empirischen Ergebnisse einer Unternehmensbefragung. Im Zentrum der Überlegungen standen zum einen eventuelle Modifizierungsbedarfe bei vorhandenen Berufsbildern im Hinblick auf Tätigkeitsprofile in den Neuen Medien und zum anderen der Vorschlag eines die speziellen Multimedia-Tätigkeitsbereiche übergreifenden „Grundbildungsjahrs Multimedia“ als Ansatz für eine alternative und ergänzende Qualifizierungsform. Zu diesen Fragestellungen galt es, die Sichtweisen von Experten der

rechtlichen und wirtschaftlichen Bedingungen für Ausbildung in dem untersuchten Feld zu erfassen, sowie vor allem Rahmendaten, Meinungen und Angaben zu Qualifizierungsbedarfen in den Unternehmen zusammenzutragen, um somit eine breitere empirische Basis für Ausbildungskonzepte zu gewinnen.

Die Studie wurde erstellt im Auftrag des Bildungswerks Medien e.V. Hamburg und von der Hamburger Wirtschaftsbehörde unterstützt. Der Bericht lag im April 1999 vor und wird hiermit nun nach nochmaliger Durchsicht einem breiteren Publikum zur Verfügung gestellt.

## 2. Vorgehensweise und Datenbasis

Die Ergebnisse beruhen auf einer standardisierten telefonischen Befragung von Personalverantwortlichen Hamburger Multimedia-Unternehmen, um die Einschätzungen zu der Frage von Qualifizierungsbedarfen und –möglichkeiten quantifizieren zu können. Die Fragestellung selbst leitet sich ab aus den in Protokollform vorliegenden Ergebnissen der Arbeitsgruppe „Neue Multimediaberufe“ des vom Bildungswerk Medien e.V. veranstalteten Runden Tisches der Medienwirtschaft, die Vorschläge zur Modifizierung bestehender Berufsbilder und ein Konzept für ein „Multimedia-Grundbildungsjahr“ enthalten.

Das Befragungsinstrument wurde methodisch auf der Basis von acht qualitativ-explorativen Leitfadengesprächen mit Experten der Beruflichen Bildung und ihrer rechtlichen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen entwickelt, die zugleich überwiegend bereits an dem Arbeitskreis beteiligt waren.<sup>1</sup> Diese Face-to-Face-Interviews dauerten zwischen 30 und 90 Minuten, waren hinsichtlich der thematischen Blöcke gleich strukturiert, im Detail jedoch dem jeweiligen Expertenschwerpunkt angemessen unterschiedlich akzentuiert. Die Auswertung der Interviews ergab somit einen Problemauf-riss hinsichtlich der institutionellen Bedingungen, der regulatorischen Rahmenbedin-gungen von Qualifizierung in diesem Bereich, wie auch hinsichtlich der Expertenein-schätzungen zur weiteren strukturellen Entwicklung des Wirtschaftsbereichs „Neue Medien“. Darüber hinaus wurde ein (nicht vorstrukturiertes) Recherche-Gespräch zum Konzept des „Grundbildungsjahrs“, wie es Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Run-den Tisches entwickelt haben, geführt.<sup>2</sup>

Für die Befragung wurde auf der Basis einer Datenbank der Hamburgischen Wirt-schaftsförderung mit rund 500 Adressen, die in erster Linie Hamburger Wirtschafts-un-

---

<sup>1</sup> Die Gesprächspartner/innen waren: Heiko Albrecht (Akademie für Elektronisches Publizieren/AEP), Katrin Brzezinski (Wirtschaftsbehörde), Eberhard Droste und Dierk Ladendorff (Akademie Werbung Grafik Druck GmbH/AWGD), Günther Henke (Arbeitsamt Hamburg), Andreas Köpke (Hamburgische Gesellschaft für Wirtschaftsförderung mbH), Arndt Masuch (Ausbildungsinitiative Hamburger Wirtschaft e.V.), Frank Riediger (Handelskammer Hamburg), Gitta Weilandt (Amt für Berufliche Bildung und Weiterbildung).

<sup>2</sup> Ausführliche Erläuterungen zu dem Vorschlag gab freundlicherweise Georg Möller (Möller Ideenscout).

ternehmen mit Multimedia-Geschäftsfeldern umfasste, eine Stichprobe mit 112 Adressen und Ansprechpartnern gezogen. Angestrebt wurde dabei eine Fallzahl von n=50 Befragten, also zehn Prozent der vorhandenen Datenbasis.

Der Erhebungszeitraum der telefonischen Befragung umfasste zwei Wochen (vom 8. bis zum 19. Februar 1999). Insgesamt wurden 51 Personalverantwortliche befragt, wobei das Interview in drei Fällen abgebrochen wurde (zweimal wegen zeitlicher Probleme, einmal aus Kompetenzgründen). Somit gehen 48 Befragungen in die Auswertung ein, was einer Ausschöpfungsquote von 43 Prozent entspricht.

Abgrenzungsprobleme und Fluktuationen des Untersuchungsfeldes lassen kaum verlässliche Aussagen über eine definierte Grundgesamtheit zu. So ging etwa der Wirtschaftssenator der Hansestadt im Februar 1999 von 700 bis 800 Multimedia-Firmen in Hamburg aus, die rund 15.000 Arbeitsplätze bieten, betonte aber zugleich, dass wegen der stürmischen Entwicklung in diesem Bereich dazu keine genauen Zahlen vorhanden seien.<sup>3</sup> Die Unübersichtlichkeit der heterogenen und fluktuierenden Grundgesamtheit bestätigte sich auch im Rahmen der Befragung insofern, als sich bei etwa zehn Prozent der angeschriebenen Unternehmen (in zwölf Fällen) herausstellte, dass sie tatsächlich nicht, noch nicht oder nicht mehr Teil der Grundgesamtheit sind. Gründe für solche Ausfälle, die zugleich ein Licht auf die Branchensituation werfen, waren Firmenauflösungen, zurzeit nicht besetzte Dependancen überregionaler oder internationaler Unternehmen, sogenannte „Küchenfirmen“ (Ein-Mann- oder -Frau-Betriebe ohne Mitarbeiter), Aufgabe von „multimedialen“ Geschäftsfeldern oder auch eine zu große Entfernung der Unternehmenstätigkeit von dem hier fokussierten Bereich (speziell die reinen Hardwareproduzenten des IT-Bereichs).

Der wichtigste Grund für das Nicht-Zustandekommen von Interviews war jedoch ein zum Teil drastischer Zeitmangel der Zielgruppe. So wird Zeitknappheit mit Abstand am häufigsten als Grund für Abbrüche (in zwei von insgesamt drei Abbrüchen) wie auch für eine Ablehnung des Interviews (in sieben von zehn Fällen) angegeben. Zwar kam die Mehrheit (56 Prozent) der *realisierten* Interviews mit maximal zwei Kontaktversuchen zustande, ein Drittel aller Fälle benötigte jedoch mehr als drei Kontaktversuche bis zur Realisation oder Absage eines Interviews, bzw. zur Aufgabe in den nicht aussichtsreichen Fällen nach dem vierten Versuch. Der Ausfall von 35 Prozent wegen Abwesenheit nicht zustande gekommener Interviews weist in die gleiche Richtung. Schließlich deuten auch häufig nicht eingehaltene Termine auf eine extrem hohe Arbeitsbelastung und damit verbundenen Zeitmangel hin, könnten aber ebenso Indizien für organisatorische Probleme wie auch für eine Abwehr oder Desinteresse gegenüber der Ausbildungsthematik sein.

Die Stichprobe wurde angesichts der Unsicherheit über die Merkmale der Grundgesamtheit aus praktischen Verfahrensgründen in drei Teilstichproben realisiert. Da zum Befragungsbeginn nicht absehbar war, mit welcher Ausschöpfungsquote im Verlauf der

---

<sup>3</sup> Vgl. „Senator Mirow: Wir sind bundesweit Marktführer“, in: Hamburger Abendblatt Nr. 36 vom 12. Februar 1999.

Erhebung zu rechnen sein würde, wurde im ersten Anlauf eine durch Empfehlungen der Hamburgischen Wirtschaftsförderung gestützte, systematische Auswahl von Unternehmen nach dem Kriterium von „Prominenz“ im Sinne der Bekanntheit von Geschäftsfeldern und Unternehmensprofilen getroffen. Damit sollte gewährleistet werden, dass die Bereiche, in denen möglicherweise schon Konsolidierungsprozesse stattfinden, unter den angesprochenen Unternehmen sind. Die Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner in den Unternehmen – Inhaber/innen, Geschäftsführer/innen, Personalverantwortliche – erhielten zunächst ein Informationsschreiben, das über Ziele, Inhalt und Methode der Untersuchung Aufschluss gab, wobei die Unterstützung der Personalverantwortlichen erbeten und ein telefonischer Anruf für die darauf folgenden Tage angekündigt wurde. Die anschließende Ausweitung der Stichprobe innerhalb der ersten Befragungswoche basierte dann auf einer Zufallsauswahl aus der Adressendatenbank. Durch dieses sukzessive Auswahlverfahren wurde somit die Fallzahl erhöht, indem die sich jeweils abzeichnende Ausschöpfungsquote an die Stichprobenausweitung und die Anzahl der Anschreiben rückgekoppelt wurde.<sup>4</sup>

Tabelle 1 gibt einen Überblick über die Verteilung von Teilstichproben und realisierten Interviews.

*Tabelle 1: Stichproben der Befragung*

<b>Anzahl</b>	<b>Stichprobe 1</b>	<b>Stichprobe 2</b>	<b>Stichprobe 3</b>	<b>Gesamt</b>	<b>%</b>
Umfang (Aussendung)	54 (48 %)	19 (17 %)	39 (35 %)	112	100
Realisation	26	7	15	48	42,9
Ablehnung	5	2	3	10	8,9
Abbruch	3	0	0	3	2,7
nicht erreicht	19	5	15	39	34,8
falsche Zielgruppe, verzogen etc.	1	5	6	12	10,7

Ein Blick auf die Geschlechterverteilung deutet eine höhere Bereitschaft der weiblichen Personalverantwortlichen an, sich zu dem Thema zu äußern und das Interview in dem knappen Zeitbudget unterzubringen: In der Stichprobe liegt ein Verhältnis von 80 Prozent männlichen Angefragten zu knapp 20 Prozent weiblichen vor, wohingegen sich die realisierten Interviews auf knapp 73 Prozent männliche und 27 Prozent weibliche Befragte verteilen, wie die Tabelle 2 zeigt.

<sup>4</sup> Dass die Zahlen hier nicht rund sind, ist dem Umstand geschuldet, dass die Stichprobe vor der Aussendung der Schreiben hinsichtlich Dubletten, bereits bekannter Veränderungen durch Unternehmenszusammenschlüsse oder auch Lücken in den Adressen bereinigt wurde.

Tabelle 2: Geschlechterverteilung in der Stichprobe und bei den Befragten

Anzahl	Stichprobe	realisierte Interviews
männliche Personen	90 (80,4 %)	35 (72,9 %)
weibliche Personen	22 (19,6 %)	13 (27,1 %)
Gesamt	112	48

Die in hohem Maße standardisierten Interviews waren auf eine Dauer von 20 Minuten hin konzipiert. Im Durchschnitt dauerten sie jedoch fast acht Minuten länger. Die befragten Personalverantwortlichen, die sich zu einem Interview bereit erklärt hatten, wollten sich mehrheitlich nicht auf die Beantwortung der Standardvorgaben beschränken, so dass auf diese Weise vielfältige begleitende Kommentare und Ausführungen mit erhoben werden konnten, die für die Interpretation der Daten hilfreiches qualitatives Material ergaben, das in die Auswertung mit eingeflossen ist.

### 3. Problemaufriss: Strukturen der Ausbildungssituation

Auf der Basis der Leitfadengespräche und weiterer Recherchen<sup>5</sup> werden im Folgenden die Problemfelder der Ausbildungssituation im Bereich der professionellen Multimedia-Produktion in Hamburg bezeichnet, zu denen dann in der Befragung Daten und Einschätzungen der Unternehmen zusammengetragen worden sind.

#### 3.1 Zugang der Betriebe zur dualen Ausbildung

Kleine und junge Betriebe, die es in dem Wirtschaftsbereich der Multimedia-Produzenten zahlreich gibt (80 Prozent der Betriebe wurden in den letzten fünf Jahren gegründet), halten nach Expertenmeinung neben fehlender Erfahrung mit Berufsbildung vielfach die fehlende formale Ausbildungsberechtigung (Ausbildereignung) für ein großes Ausbildungshemmnis. Ein weiteres Problem ist ein hoher Spezialisierungsgrad gerade kleiner Firmen, die insofern oft die Ausbildungsinhalte eines Berufsbildes nicht in der ganzen Breite abdecken können. Eine Erfolg versprechende Lösung für diese Zielgruppe, könnten die Ausbildungsverbände bieten, für die es in Hamburg auch ein regionales Förderprogramm gibt. So waren von ca. 20 Firmen, die zum Zeitpunkt der Untersuchung über die Ausbildungsinitiative Hamburger Wirtschaft e.V. als Verbundkoordinator ausbildeten etwa die Hälfte Firmen aus dem Bereich Multimedia/Neue Medien, hauptsächlich Multimediaagenturen. Hier wurden im Medienbereich insgesamt starke Zuwächse erwartet. Als Problem steht dem nach Expertenangaben seitens der Betriebe die Befürchtung entgegen, dass Know-how herausgetragen wird.

<sup>5</sup> Siehe Quellenverzeichnis.

### 3.2 Zielgruppen von Qualifizierungsangeboten

Obwohl Abiturienten in der dualen Ausbildung etwa bei der Ausbildung Kaufmann/-frau für audiovisuelle Medien die bisherige Hauptzielgruppe sind und obwohl überregional ein unzweifelhafter Bedarf an hochspezialisierten Spitzenfachkräften besteht, sahen die Experten, dass sich bereits eine Entwicklung abzeichnet, die neben den höherqualifizierten Schulabgängern, Hochschul- und Fachhochschulabsolventen zunehmend Realschüler/innen für die Unternehmen interessant macht: „Wir haben genug Häuptlinge und brauchen auch mal ein paar Indianer.“ Hauptschüler/innen spielen demgegenüber so gut wie keine Rolle in diesem Bereich („Wir haben ja schon seit etwa einem Jahrzehnt das Phänomen, dass die Realschule die Regelschule geworden ist.“) Als aus der Werbebranche bekanntes, größtes Problem wurde – etwa im Hinblick auf Arbeitszeiten – der Jugendschutz benannt. Wichtiger als Schulabschlüsse sind für manche Unternehmen nach Einschätzung eines Experten soziale Kompetenzen und Vorkenntnisse. Hinzu kommt für die Unternehmen, dass sie bei Abiturienten nach der Ausbildung anstelle des Berufseinstiegs mit einer Entscheidung für ein Studium rechnen müssen.

Auf der anderen Seite ist aber festzuhalten, dass die Zahl der Abiturientinnen und Abiturienten nach Angaben der Fachleute in den neuen Medienberufen bei 80 bis 90 Prozent liegt.

### 3.3 Ausbildungsdauer

Die bestehenden Regelungen zur Ausbildungsdauer in der Erstausbildung wurden von den befragten Experten weitgehend nicht in Frage gestellt. Sie sollte demnach mindestens zwei Jahre dauern, wobei weitere Verkürzung für wenig sinnvoll gehalten werden. So gebe Berufsbildung die Möglichkeiten, zu üben, Erfahrungen zu sammeln, Praxis ohne volle Verantwortung zu erwerben, wobei auch die Vermittlung von Schlüsselqualifikationen, wie Teamfähigkeit oder Organisationswissen, eine wichtige Rolle spielten.

### 3.4 Berufsschulen

Eine Reihe der befragten Experten sieht ein Problem der dualen Ausbildung im Bereich der Berufsschulen, wo eine engere Verzahnung mit der Praxis und mehr Orientierung an den Bedarfen der Unternehmen und der Branchenentwicklung („Lernortkooperation“) wünschenswert sei. Daneben wurden teilweise und in unterschiedlichem Ausmaß Probleme der Ausstattung, vor allem mit Hard- und Software, als Problem benannt. Ein dritter Punkt schließlich betrifft die Frage der Lehrerfortbildung, die für die neuen Berufe zum Teil als dringliches Problem dargestellt wurde. Zugleich wurden aber auch Problembewusstsein in den Schulen und großes Engagement, die neuen Entwicklungen aufzugreifen und Lösungen zu finden (etwa durch Kooperationen, Weiterbildung, auch durch neue didaktische Formen), betont, sowie – nicht von allen – die Notwendigkeit, in der überbetrieblichen Ausbildung an allgemeinbildenden Inhalten festzuhalten (etwa Ausdrucksvermögen, mathematische Inhalte).

### 3.5 Das Weiterbildungsmodell des *dmmv*als Qualifizierungsansatz

Der Deutsche Multimediaverband (dmmv) hat die vier zentralen Tätigkeitsfelder der professionellen Multimedia-Produktion, gestützt auf eine Mitgliederbefragung, im Rahmen eines Weiterbildungsmodells zu Qualifizierungsschwerpunkten ausgearbeitet (vgl. Deutscher Multimediaverband 1998; Walter/Michel 1999). Strukturen von Arbeitsteiligkeit in der Multimedia-Produktion, die sich in der Vergangenheit herauskristallisiert haben und erstmalig 1996 in einer Pilotstudie empirisch ermittelt wurden (Michel 1996), bildeten dabei den Ausgangspunkt zur Beschreibung von Basis-, Kern-, und Zusatzkompetenzen. Die im Rahmen dieser Studie befragten Experten sahen dies mehrheitlich als sinnvollen Ansatz zur Strukturierung von Qualifizierungsmaßnahmen, auch hinsichtlich der Formulierung von Qualitätsstandards, siedelten das Profil solcher Maßnahmen aber schwerpunktmäßig als Aufbauqualifikation im Weiterbildungsbereich an (für höherqualifizierte Zielgruppen, etwa Informatiker).

Inwieweit eine solche Strukturierung zu einem Ausgangspunkt auch für unterschiedliche Berufsbilder werden könnte, war für die Experten, die sich dazu geäußert haben, noch offen und hängt von der weiteren Branchenentwicklung ab. Gegenwärtig bietet vor allem das 1998 eingeführte Berufsbild Mediengestalter/in für Digital- und Printmedien aufgrund unterschiedlicher Fachrichtungen und Wahlmodule die Möglichkeit, den Anforderungen dieser Tätigkeitsfelder entsprechend mit individuellen und betrieblichen Schwerpunkten auszubilden.

Gegenüber diesem Beruf, dem wegen seiner Breite, Flexibilität und den damit verbundenen Spezialisierungsmöglichkeiten z. T. sehr gute Zukunftschancen eingeräumt werden, vermuteten einzelne Experten, dass die Berufe Werbekaufmann/-frau oder auch Kaufmann/-frau für audiovisuelle Medien durch die aktuelle Entwicklung im Bereich der Neuen Medien eingeholt werden, so dass hier Anpassungsbedarfe zu erwarten seien.

### 3.6 Mangelnde Transparenz und Übersicht über Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten in Hamburg

Trotz vieler positiver Ansätze, die die Experten angeführt haben, etwa die Veranstaltung „Multimedix“ des Arbeitsamtes, die Initiative [newmedia@work](mailto:newmedia@work) oder die Informationsbroschüre „Medienberufe“ des Bildungswerks Medien e.V., wurde Unübersichtlichkeit und mangelnde Transparenz über die Möglichkeiten von Aus- und Weiterbildung, über Qualitätsstandards und Anerkennungsfragen weiterhin als Problem für die Unternehmen und für Aus- oder Weiterbildungsinteressierte angeführt. Notwendig seien vor allem mehr Information und Aufklärung.

### 3.7 „Grundbildungsjahr Multimedia“

Im Laufe der Gespräche wurden eine Reihe von Problemen im Zusammenhang mit der Einführung eines „Grundbildungsjahrs Multimedia“ geäußert, die im Folgenden zusammengestellt sind.

- Eine einjährige Grundbildung erschien manchen Experten als reine Berufsorientierung zu lang, wenn keine Anrechnungsmöglichkeiten auf weiterführende Ausbildung vorhanden sind. Sie hielten es insofern nur für sinnvoll, wenn es in die duale Ausbildung integriert wird.
- Eine Anrechnung „vorweggenommener Zusatzqualifikationen“ auf eine anschließende Berufsausbildung erschien als mögliche Funktion eines „Grundbildungsjahrs“ nach Experteneinschätzung rechtlich problematisch, und bedürfte – sollte sich ein breiter Wunsch zu der Einführung eines „Multimedia-Grundbildungsjahrs“ mit Anrechnungsmöglichkeiten auf bestehende (oder zu schaffende Berufsbilder) deutlicher herauskristalisieren – einer genauen Prüfung. Ein Modell, das zukünftig verschiedenen Berufsbildern, die darauf aufbauen, gemeinsame Basisqualifikationen vermitteln könnte, bedürfte einer detaillierten Abstimmung mit zuständigen Behörden und Kammern (zu prüfen wäre auch in diesem Fall die Vereinbarkeit mit rechtlichen Bestimmungen hinsichtlich der Festlegung von Ausbildungszielen im Rahmen eines Ausbildungsvertrages, die von der jetzigen Lage her problematisch wären).
- Ein „Grundbildungsjahr“ als verkürzte Erstausbildung für Schulabgänger wurde zum Teil deshalb abgelehnt, weil bei einer Konzentration auf rein fachliche Kompetenzen wichtige Bestandteile einer Berufsausbildung – der Bereich extrafunktionaler Qualifikationen, wie soziale und Organisationskompetenzen – verloren gingen. Hinzu kommt aus Erfahrungen mit Modellen in anderen Bereichen die Befürchtung eines Verdrängungseffektes gegenüber der dualen Ausbildung.
- Bei der Einführung eines „Grundbildungsjahrs“ sollte aus Expertensicht unbedingt vermieden werden, dass die schon vorhandene Unübersichtlichkeit weiter zunimmt, also neben anderen Initiativen dann noch „die mit dem Grundbildungsjahr“ auftreten. Erforderlich im Falle einer Umsetzung wären also ein integrativer Ansatz und für eine verbindliche Anerkennung auch eine möglichst breite Beteiligung von Betrieben und Kammern.
- Ein „Grundbildungsjahr“ im Sinne einer *Grundausbildung* (mit anschließender Spezialisierung in unterschiedlichen Fachrichtungen) enthält u.a. bereits das erste Ausbildungsjahr des Berufs Mediengestalter/in für Digital- und Printmedien. Gegenüber dem Argument einer frühzeitigen Festlegung auf bestimmte Fachrichtungen, die nach einer Orientierungsphase möglicherweise anders ausfällt, wird eingewandt, dass ein Wechsel von Fachrichtungen und eine Verlagerung von Schwerpunkten im Laufe der Ausbildung noch möglich ist und nicht mehr zu Beginn festgelegt werden muss.
- Für die praktische Durchführung ist aufgrund der Spezialisierung und Kleinteiligkeit des Multimedia-Bereichs eine Koordinierungsstelle erforderlich, die die Unternehmen unterstützt und den Ausbildungsablauf organisiert.
- Der Koordinationsaufwand bei einem „Pool“ von beteiligten Unternehmen ist relativ groß. Eine Rotation von Teilnehmern kann darüber hinaus zur Folge haben, dass sich der unmittelbar erkennbare Nutzen für diejenigen Unternehmen reduziert, die

Teilnehmerinnen und Teilnehmer nur jeweils für einige Wochen im Unternehmen haben.

- Die Finanzierung eines „Grundbildungsjahrs“ erschien einigen der Experten als deutliches Problem, da öffentliche regionale Mittel als knapp und die Bereitschaft der Unternehmen zu einem längerfristigen Public-Private-Partnership-Modell oder überhaupt umlagefinanzierten Projekten überwiegend als begrenzt eingeschätzt werden. Eine vollständige oder Teil-Privatisierung der Ausbildungskosten, indem Teilnehmer selbst dafür aufkommen, wurde kontrovers beurteilt, überwiegend aber abgelehnt (teilweise aus sozialpolitischen Erwägungen, teilweise aber auch wegen dadurch entstehender Zugangsbarrieren als ungeeignet für eine breite Bedarfsdeckung betrachtet).

### 3.8 Das Ausbildungsdilemma im Bereich der professionellen Multimedia-Produktion

Die Umwälzungen unter den Vorzeichen von Informations- und Telekommunikationstechniken und der zunehmenden Digitalisierung der Arbeitswelt stellen die Berufsausbildung in sehr unterschiedlichen Branchen vor enorme Herausforderungen.

Das System der dualen Berufsausbildung hat in den vergangenen Jahren mit erheblichen Anpassungsleistungen auf diese Entwicklung reagiert. Eine Reihe neuer Berufe ist das bisherige Ergebnis dieses technikinduzierten dynamischen Prozesses, die einen funktionalen Spagat zwischen stabilisierenden Qualitätsstandards und innovativen, prozessoffenen Berufsbildern leisten müssen. Dabei werden einerseits ältere Ausbildungsberufe integriert, und andererseits die mit ständig neu entstehenden Unternehmens- und Tätigkeitsfeldern einhergehenden neuen Qualifikationsanforderungen aufgegriffen. Darüber hinaus führt die technische Konvergenz zu Überschneidungen in den Berufsbildern, die zwar die neuen Entwicklungen aufgreifen, aber zugleich weiterhin auf den klassischen Branchenunterscheidungen basieren. Ausbildungsplanung steht dabei vor der schwierigen Aufgabe, sowohl den „ganzheitlichen“, an Projekten und Geschäftsprozessen orientierten Qualifikationen als auch hochgradig spezialisierten Anforderungsprofilen gleichermaßen Rechnung zu tragen, also eine Integrationsbewegung ehemals disparater Tätigkeits- und Geschäftsfelder mit der Diversifizierung von Anforderungen aufgrund der Entwicklung und Anwendung komplexer Systeme zu verbinden.

Dies schlägt sich u.a. in der Unterscheidung von Kern- und Fachqualifikationen sowie der Definition unterschiedlicher Fachrichtungen innerhalb eines Ausbildungsberufes nieder (etwa Fachinformatiker/in, Mediengestalter/in für Digital- und Printmedien, Fachangestellte/r für Medien- und Informationsdienste), sowie in flexibilisierten Ausbildungs- und Lehrplänen mit modularisierten Lerneinheiten (z.B. in Pflicht- und Wahlmodulen), die es ermöglichen, branchen- und betriebsspezifische Gegebenheiten stärker zu berücksichtigen. Ein Beispiel für die Diversifizierung von Berufsbildern sind außerdem die neuen IT-Berufe (Systemkaufmann/-frau, Systemelektroniker/in, Informatikkaufmann/-frau und Fachinformatiker/in) als ausdifferenzierte Formen des Berufs EDV-Kaufmann/-frau.

Somit stellt sich der gegenwärtige Prozess dar als geprägt von den Faktoren

- Integration und Verknüpfung älterer Ausbildungsberufe
- Umsetzung neuer Qualifikationsanforderungen in den neuen Berufsbildern
- Schnittmengen in den Qualifikationen
- Flexibilisierung der Ausbildungspläne durch Definition verschiedener Fachrichtungen und durch Modularisierung der Lerneinheiten
- generalisierende Tendenzen einerseits und spezialisierende andererseits bzw. die Notwendigkeit, „ganzheitliche“, an Projekten orientierte Querschnittskompetenzen auf der einen und betriebspezifische Tätigkeitsbereiche andererseits zu berücksichtigen.

Das Innovationstempo und komplexe Rahmenpläne stellen hohe Anforderungen an die Akteure der Praxis des dualen Systems im engeren Sinne, die ausbildenden Betriebe, die Berufsschulen und Kammern, wie auch die weiteren Partner in den Anpassungsprozessen: die Experten etwa in Behörden oder Arbeitsämtern.

Das gegenwärtig Dilemma entsteht aus dieser Dynamik, die hohen Anpassungsdruck erzeugt, auf der einen und mangelnder Erfahrung mit den neu geschaffenen Ausbildungsberufen andererseits, was zuverlässige Aussagen über die Akzeptanz seitens der Unternehmen und Auszubildenden sowie über Adäquatheit hinsichtlich der realen Tätigkeitsanforderungen in den Betrieben schwierig macht.

Die Ausbildungsberufe, die infolge der Anpassung an die rasanten Entwicklungen in den IuK-Technologien und einer sich stark wandelnden Medienbranche entwickelt wurden, sind überwiegend noch zu neu und gerade am Beginn der Erprobungsphase. Sie sind zum Teil noch wenig bekannt und müssen sich erst allmählich durchsetzen. Hier scheint also zunächst in erster Linie ein Informationsproblem zu bestehen. Die Zuwächse an ausbildenden Betrieben in diesem Bereich weisen zugleich darauf hin, dass es eine Bereitschaft bei den Unternehmen gibt, im Rahmen des dualen Systems auszubilden, und somit eine Chance für die neuen Berufe, sich in Zukunft auf breiterer Basis durchzusetzen.

Der dualen Ausbildung wird dabei auf der einen Seite vorgeworfen, dass sie vor dem Hintergrund der Dynamik in diesem Bereich in Verbindung mit einem erheblichen Anpassungsdruck auf die Ausbildungsprofile zu schwerfällig und unflexibel sei. Auf der anderen Seite ist die Folge von flexibleren, auf betriebliche Bedarfe abzustimmenden Ausbildungsinhalten – wie im Falle des Berufsbildes Mediengestalter/in für Digital- und Printmedien – eine sprunghafte Zunahme der Komplexität der Ausbildungsverordnung, was neue Vorbehalte weckt. Die Einführung und Erprobung neuer, flexiblerer und zugleich generalistischer Ausbildungswege erscheint in einer solchen Situation zunächst attraktiver Ansatz. Alternative Modelle tragen jedoch zwangsläufig dazu bei, die duale Ausbildung als Leitbild zu marginalisieren, was auch einige der Experten ausdrücklich thematisierten, und für die Medienwirtschaft quasi zum normativen Standard zu erheben, was faktisch längst praktiziert wird und häufig auch zum Selbstverständnis gehört:

Priorität des training on the job und schnellen Berufseinstiegs gegenüber einer mehrjährigen Phase systematischer Ausbildung.

## 4. Ergebnisse der Befragung

### 4.1 Merkmale der Betriebe und Befragten

#### 4.1.1 Art der befragten Unternehmen, Geschäftsfelder, Alter und Größe

Um einen Eindruck von der Art der in der Stichprobe enthaltenen Unternehmen und befragten Personen zu gewinnen, wurden hierzu einige Merkmale erhoben. Dabei ging es um Angaben zu Art und Alter des Unternehmens, zu den hauptsächlichen Multimedia-Geschäftsfeldern und zur Größe, gemessen an der Zahl der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Um die Einschätzungen der Befragten zu der Qualifizierungsthematik auch vor dem Hintergrund der Erfahrungen dieser Gruppe zu verstehen, wurden sie zudem um einige Angaben zu ihren beruflichen Ausbildungswegen gebeten.

In allen bisher vorliegenden Studien wird darauf hingewiesen, dass von keiner abgrenzbaren Multimedia-Branche gesprochen werden kann, sondern dass es sich vielmehr um ein höchst heterogenes Feld von Produzenten, Anwendern, Dienstleistern und Distributoren handelt, bei denen aufgrund der neuen Medien und Techniken Schnittmengen in den jeweiligen Aktionsfeldern entstehen. Der mit dem Branchenwandel einhergehenden Unübersichtlichkeit ist Michel bereits 1996 in einer Pilotstudie mit einem pragmatischen Arbeitsmarktmodell der Multimedia-Wirtschaft begegnet, die ein Kernsegment der Multimedia-Produzenten, eine erste Peripherie aus Produzenten und Anwendern (hauptsächlich die Medien- und Kommunikationsbranche) sowie eine zweite Peripherie mit Anwenderunternehmen aus Industrie- und Dienstleistungsbranchen unterscheidet. Die Merkmale der in die vorliegende Studie eingegangen Betriebe stimmen mit diesem Modell insoweit überein, als das Kernsegment und die erste Peripherie auch hier den größten Anteil der befragten Betriebe bilden. Vereinzelt wurden zusätzlich Unternehmen berücksichtigt, die eher als Vertriebs- und Produktionsunternehmen der IT-Branche zu kennzeichnen sind und deren Hauptgeschäftsfelder im Hardwarebereich liegen.<sup>6</sup> Angeknüpft wird auch an Michels strukturelle Unterscheidung von solchen Unternehmen, deren Hauptgeschäftsfeld die Multimedia-Produktion darstellt (vor allem die Multimedia-Agenturen) und Multimedia-Spezialabteilungen innerhalb größerer Unternehmen (sogenannten „Units“).

---

<sup>6</sup> Die Berücksichtigung solcher Unternehmen, deren Hauptgeschäftsfelder im Hardware-Bereich liegen, soll der Konvergenzentwicklung auch in diesem Segment Rechnung tragen, die sich darin äußert, dass etwa „Multimedia-IT-Projekte“, Softwareentwicklung oder Beratungsleistungen im Zusammenhang mit IT-Lösungen für multimediale Anwendungen als Geschäftsfelder von diesen Unternehmen benannt werden. Auch das Arbeitsmarktmodell von Michel wird neuerdings in der ersten Peripherie um ein fünftes Segment – neben Rundfunkveranstalter, AV-Produzenten, Printmedien und Werbung – von IuK-Unternehmen erweitert (vgl. Michel 1999: 21).

Hinsichtlich dieser Strukturmerkmale ergibt sich für die einbezogenen Unternehmen folgendes Bild auf der Basis einer von den Befragten selbst vorgenommenen Einschätzung. Auf die Frage „*Wie würden Sie Ihren Betrieb einordnen ...*“, ordneten 23 der Befragten (48 Prozent) ihr Unternehmen „als Unternehmen mit dem Hauptgeschäftsfeld Multimedia-Produktion“ ein und sieben Befragte (15 Prozent) „als Multimedia-Spezialabteilung innerhalb eines größeren Unternehmens“. Immerhin 18 der Befragten (38 Prozent) wollten ihr Unternehmen jedoch keiner dieser beiden Kategorien zuordnen. Die Antworten „anders, und zwar als...“ ergeben, in Kategorien zusammengefasst, die Verteilung, wie in der folgenden Tabelle gezeigt.

*Tabelle 3: Art des Unternehmens*

<b>Art des Unternehmens</b>	<b>Anzahl</b>	<b>in %</b>
<i>Unternehmen mit dem Hauptgeschäftsfeld Multimedia</i>	23	47,9
<i>Multimedia-Spezialabteilung innerhalb eines größeren Unternehmens</i>	7	14,6
<i>anders, und zwar als:</i>	18	37,5
IT-Unternehmen	3	6,3
Agentur mit Schwerpunkt Beratung und Produktion Neue Medien	6	12,5
Bildarchiv/Presseagentur	1	2,1
Software-Entwicklungs-Unternehmen	3	6,3
Werbefilmproduktion	1	2,1
Internet Marktforschung	1	2,1
Vertriebsgesellschaft für Multimedia-Produkte	1	2,1
Internet-Provider	2	4,2

Basis: 48 Befragte

Bei diesen Unternehmen, die von den Befragten nicht als Multimedia-Produktions-Unternehmen oder -Spezialabteilung eingeordnet wurden, handelt es sich in sechs Fällen um Agenturen, die teils der ersten, teils aber als klassische Werbeagenturen mit einem Schwerpunkt im Bereich der Neuen Medien eher der zweiten Peripherie zuzuordnen sind. Jeweils drei Nennungen entfallen auf die technische Produktionsseite einerseits der reinen Softwareentwicklung und andererseits auf den Schwerpunkt IT-Lösungen. Weiterhin sind zwei Internet-Provider unter den Befragten, mit einer Bildagentur und einer Werbefilmproduktionsfirma zwei Anwender aus dem Medienbereich sowie als Anwender und Produzent eine auf Marktforschung im Internet spezialisierte Firma.

Aus den hauptsächlichen *Multimedia-Geschäftsfeldern* der befragten Unternehmen ragen zwei Kategorien heraus. Zum einen geben 34 Prozent der Befragten (16 Personen) Internet-Auftritte als hauptsächliches Multimedia-Geschäftsfeld an, was die Konzeption, Redaktion, Erstellung und Pflege von Websites umfasst. Zu diesen kommen noch einmal drei Nennungen, die sich speziell auf die technische Betreuung von Internet-Auftritten beziehen, sowie vier Nennungen, die Internet-Providing als ein Hauptgeschäftsfeld bezeichnen. Mit zehn Nennungen (21 Prozent der Befragten) bildet die Softwareentwicklung eine zweite wesentliche Kategorie unter den Hauptgeschäftsfeldern. Die insgesamt 86 Nennungen von 47 Befragten, die dazu Auskunft gaben, lassen sich grob 24 einander nicht ausschließenden Kategorien zuordnen, deren Häufigkeitsverteilung Tabelle 4 wiedergibt.

Gegenüber den von Michel 1996 identifizierten Hauptgeschäftsfeldern deutet sich an, dass die CD-ROM-Produktion eine wesentlich geringere Rolle spielt, wohingegen das Internet als Geschäftsfeld stark im Vordergrund steht und auch E-Commerce einen nennenswerten Anteil hat.<sup>7</sup> Konstant in der hohen Bedeutung zeigt sich demgegenüber Softwareentwicklung als das zweitwichtigste abgrenzbare Geschäftsfeld.

Bei den Angaben zum *Alter des Betriebes bzw. der Unit* (siehe Abbildung 1 im Anhang) bestätigt sich das Bild eines sehr jungen und boomenden Wirtschaftsfeldes, das auch aus anderen Untersuchungen oder aus Presseberichten hervorgeht.<sup>8</sup> Zehn der befragten Unternehmen (21 Prozent) existierten zum Zeitpunkt der Befragung seit höchstens einem Jahr. Fast 60 Prozent der Unternehmen/Units sind maximal drei Jahre alt, während lediglich fünf Unternehmen (zehn Prozent) zehn Jahre und älter waren. In der Gruppe der Befragten lassen sich dabei heuristisch vier Generationen unterscheiden: Bildlich gesprochen eine „Großelterngeneration“ der fünf zehn bis maximal 50 Jahre alten Unternehmen/Units, eine etwa 30 Prozent (15 Unternehmen/Units) umfassende „Elterngeneration“ im Alter zwischen vier und neun Jahren, eine zwei bis drei Jahre alte „Jugendgeneration“, die rund 40 Prozent der befragten Unternehmen/Units enthält und schließlich die „Babygeneration“ der innerhalb des vorangegangenen Jahres gegründeten Unternehmen/Units.

---

<sup>7</sup> Vgl. Michel 1996: 12. Dies korrespondiert mit der Entwicklung, die die Ergebnisse der dritten Erhebungswelle des GfK-Monitors aufzeigen: einer starken Zunahme der Internet-Nutzung hin zu einem Massenmedium und – damit einhergehend – auch ein erhöhter Stellenwert des E-Commerce, vgl. Horizont 8/99 vom 25.2.99, S. 6.

<sup>8</sup> Siehe Kammerer-Jöbges, Bessner, Arp 1997: 2; Michel 1996: 10; multiMEDIA 2/98, S. 1. Vgl. auch die im Februar 1999 publizierte Serie „Hamburg – bit für bit zum Erfolg“ im Hamburger Abendblatt, abrufbar im Archiv der Website unter [www.abendblatt.de](http://www.abendblatt.de).

*Tabelle 4: Angaben über die hauptsächlichsten Multimedia-Geschäftsfelder der befragten Unternehmen*

<b>Geschäftsfelder</b> (Mehrfachnennungen möglich)	<b>Anzahl der Nennungen</b>
Internet-Auftritte	16
Softwareentwicklung	10
Unternehmenskommunikation, Werbung	8
E-Commerce	6
Screendesign, Webdesign	5
Internet-Providing	4
Beratung	4
Intranet-Konzepte	4
technische Betreuung von Internet-Auftritten	3
Online-Publishing	3
Projektmanagement, Konzeption, Gestaltung für neue Medien	3
AV-Produktion	3
IT-Produkte und –Dienstleistungen	3
CD-ROM-Produktion	2
Bildbearbeitung	2
Computeranimation	2
Marktforschung	1
Software-Vertrieb	1
Mediaplanung	1
Datenbankentwicklung	1
Chat-Robot	1
Vermarktung von Bildmaterial	1
Spiele	1
Powerpoint-Präsentationen	1

Basis: 47 Befragte, 86 Nennungen

Die *Zahl der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter* als Indikator für die Unternehmensgröße variiert zwischen drei und 145 Beschäftigten.<sup>9</sup> Über 50 Prozent der einbezogenen Unternehmen hatten maximal 15 Beschäftigte (inklusive der freien Mitarbeiter). Rund ein Drittel beschäftigte bis zu zehn, etwa ein weiteres Drittel bis zu 20 Mitarbeitern.<sup>10</sup> Bezogen nur auf die festen Mitarbeiter: 20 Prozent hatten nicht mehr als vier feste Mitarbeiter, 52 Prozent hatten bis zu zehn feste. Die in der Stichprobe enthaltenen Unternehmen/Units beschäftigten dabei insgesamt 1052 feste und 346 freie Mitarbeiter, was einem Durchschnitt von 21 festen und 7 freien Mitarbeitern entspricht.<sup>11</sup> Insofern weist die untersuchte Gruppe das typische Merkmal eines hauptsächlich von kleinen Unternehmen geprägten Feldes auf. Unter den zehn Unternehmen mit mehr als dreißig festen Mitarbeitern sind vor allem die größeren Agenturen, Softwareentwicklungs-Unternehmen, sowie Internet/Online-Provider zu finden.

#### 4.1.2 *Formale berufliche Qualifikationen der Befragten*

Wie Tabelle 5 zeigt, verfügen gut 58 Prozent der Befragten über einen Universitäts- oder Fachhochschulabschluss. Rechnet man noch einmal die fünf Befragten mit einem abgebrochenen Studium hinzu, so kann man bei rund 69 Prozent der befragten Personalverantwortlichen in den Unternehmen von einer akademischen Prägung im weiteren Sinne sprechen. Mit 15 Befragten hat demgegenüber knapp ein Drittel der Personalverantwortlichen eine Lehre im Rahmen der dualen Berufsausbildung absolviert.

Stellt man diese Zahlen einmal den Daten der Pilot-Studie gegenüber, so erscheint der Akademikeranteil hier im Vergleich eher geringer ausgeprägt, während der Anteil der Befragten mit einer Berufsausbildung überraschend hoch ausfällt.<sup>12</sup> Bei der Art der absolvierten Berufsausbildung sind acht Kaufleute zu finden, sechs Nennungen fallen in den gewerblich-technischen Bereich, dreimal handelt es sich um gelernte Fotografen. Festzuhalten ist, dass – bei aller gebotenen Vorsicht angesichts der unterschiedlichen Datenbasis und der kleineren Fallzahl – unter den Personalverantwortlichen, die bereit waren, diese Studie durch ein Interview zu unterstützen, der Anteil der über die duale Berufsausbildung qualifizierten Personen hier höher ist, als bisherige Daten generell für die Beschäftigten in der Multimedia-Produktion nahe legen.

---

<sup>9</sup> Nicht einbezogen wurden in die Untersuchung die Freiberufler und Kleinstunternehmungen ohne Mitarbeiter, da sich die Frage von Mitarbeiterqualifizierung hier nicht stellt.

<sup>10</sup> Diese Zahlen entsprechen recht genau den Ergebnissen einer Studie aus dem Jahr 1997. Vgl. Kammerer-Jöbges, Beissner, Arp 1997: 3.

<sup>11</sup> Hier fällt gegenüber den Daten der Michel-Studie eine Verringerung der Zahl der Freien im Verhältnis zu den Festen ins Auge, was als Hinweis auf die häufig angeführte hohe Nachfrage nach qualifizierten Mitarbeitern gewertet werden kann, die nach Aussagen der Experten und befragten Personalverantwortlichen dazu führt, dass qualifizierten Bewerber sehr schnell eine Festanstellung angeboten wird.

<sup>12</sup> Vgl. den Akademikeranteil zwischen 75 und 85 Prozent bei den Mitarbeitern in Multimedia-Kernberufen, Michel 1996: 17.

Tabelle 5: Angaben zur formalen beruflichen Qualifikation der Befragten

<b>Art der Qualifikation</b> (Mehrfachnennungen möglich)	<b>Anzahl der Nennungen</b>	<b>in Prozent der Befragten</b>
<i>Universitätsabschluss</i>	22	45,8
<i>Fachhochschulabschluss</i>	6	12,5
<i>Volontariat</i>	4	8,3
<i>Berufsausbildung</i>	15	31,3
<i>Anderes, und zwar:</i>	16	33,3
Traineeausbildung	2	4,2
private Ausbildung (Akademie o.ä.)	3	6,3
abgebrochenes Studium	5	10,4
Autodidakten (learning by doing)	3	6,3
Weiterbildung, Umschulung	2	4,2

Basis: 48 Befragte (63 Nennungen)

## 4.2 Qualifizierungsbedarfe und Qualifizierungspraxis in den Unternehmen

### 4.2.1 Qualifizierungsbedarfe für Tätigkeiten in der professionellen Multimedia-Produktion

Die Befragten in den Unternehmen wurden zu Beginn des Interviews jeweils um ihre generelle Einschätzung zur Qualifizierungssituation im Bereich der professionellen Multimedia-Produktion gebeten. 45 Befragte (94 Prozent) gaben an, dass sie – bezogen auf die Multimedia-Tätigkeitsbereiche insgesamt – Qualifizierungsdefizite sehen. Nur drei Befragte sahen keine Qualifizierungsdefizite.

Die Personalverantwortlichen machten 92 Angaben zu den Tätigkeitsbereichen, in denen Qualifizierungsbedarfe bestehen, die sich, nach Kategorien sortiert, folgendermaßen verteilen:

Deutlich wurde, dass weiterhin für alle vier als Kernbereiche der Multimedia-Produktion bezeichneten Tätigkeitsfelder auch die größten Qualifizierungsbedarfe bestehen. Das größte Gewicht erhält dabei die technische Produktions-Kompetenz: 42 Prozent der Befragten sahen Defizite im Bereich Programmierung, noch einmal 11 Prozent gaben Softwareentwicklung an. Der zweite wichtige Kompetenzbereich, in dem Bedarfe bestehen, betrifft die gestalterische Produktions-Seite, wobei 27 Prozent der Befragten Screendesign und 13 Prozent allgemeiner Grafik/Gestaltung benannten. Als dritter Bereich wird der kaufmännisch-organisatorische Bereich deutlich, wohingegen

Tabelle 6: Qualifizierungsbedarfe nach Tätigkeitsbereichen

<b>Tätigkeitsbereiche</b> (mehr als eine Nennung) <sup>13</sup>	<b>Anzahl der Nennungen</b>	<b>in Prozent</b> <b>der Befragten</b>
Programmierung	19	42,2
Screendesign	12	26,7
Projektmanagement	11	24,4
Konzeption	6	13,3
Grafik/Gestaltung	6	13,3
IT-Technik	5	11,1
Softwareentwicklung	5	11,1
kaufmännische Bereiche	4	8,9
Kundenberatung	3	6,7
Internet-/Webtechnologie	3	6,7
Redaktionelle Tätigkeiten	3	6,7
Informatik/Datenverarbeitung	2	4,4
Vernetzung von Tätigkeitsbereichen	2	4,4
Grundlagen allgemein	2	4,4

Basis: 45 Befragte (92 Nennungen)

konzeptionelle und Beratungskompetenzen etwas dahinter zurücktreten. So wurden Qualifizierungsbedarfe im Bereich Projektmanagement explizit elf Mal (24 Prozent der Befragten), Konzeption lediglich sechs Mal (13 Prozent) als Tätigkeitsbereiche mit Qualifizierungsbedarfen genannt, wobei die Nennungen zu kaufmännischen Bereichen (vier Nennungen) einerseits und zur Kundenberatung (drei Nennungen) andererseits jeweils mit hinzuzurechnen sind.

In geringerem Umfang sind Bedarfe festzuhalten für die Technologie-Bereiche (IT-Technik, Internet-/Webtechnologie). Bei redaktionell-inhaltlichen Tätigkeiten entsprechen drei Nennungen noch sieben Prozent der befragten Personalverantwortlichen, die hier Qualifizierungsbedarfe sahen.

<sup>13</sup> Nicht zugeordnet wurden diesen Nennungen folgende neun Einzelnennungen: Anwendungen, Betriebssysteme, Bildbearbeitung, IT-Kaufmann, Macromedia-Director, Produktion, Serversprachen, Softwareverständnis, Strategie.

#### 4.2.2 *Qualifizierungspraxis in den Unternehmen*

Die Frage, ob in ihrem Betrieb Qualifizierungsmaßnahmen für Tätigkeiten in der Multimedia-Produktion stattfinden, beantworteten 42 Befragte, das entspricht 88 Prozent, mit „ja“. Die Art der praktizierten Qualifizierung in den Unternehmen konkretisiert sich wie folgt (vgl. Abbildung 2 im Anhang).

Drei Viertel aller befragten Unternehmen, also die große Mehrheit, bieten Praktika an. Ein Viertel (zwölf Unternehmen) führt eine Berufsausbildung im Rahmen dualer Ausbildung durch. Hinzu kommen drei Unternehmen, die Teile einer Ausbildung im Rahmen von Ausbildungsverbänden übernehmen, ohne dass die Auszubildenden bei ihnen angestellt sind. Jeweils ein Fünftel (je zehn Unternehmen) beschäftigt Volontäre oder qualifiziert Mitarbeiter durch Weiterbildungskurse. Schließlich gaben 42 Prozent der Befragten (20 Unternehmen) an, auf andere Weise Mitarbeiter zu qualifizieren, wobei der größte Anteil mit 14 Nennungen (29 Prozent aller Befragten) auf interne Schulungen und Workshops verwies. Jeweils vier weitere Angaben bezogen sich auf eine Traineeausbildung („On-Top“-Qualifizierung) und auf die Förderung und Begleitung von Diplomarbeiten.

Bei den im Rahmen dieser Studie befragten Unternehmen lässt sich zum einen ein deutlicher Zusammenhang zwischen der Unternehmensgröße und dem Umfang von Qualifizierungsaktivitäten feststellen. So war in den 13 Unternehmen mit maximal zehn Mitarbeitern der Stellenwert von Praktika, Volontariaten, Berufsausbildung und Weiterbildung deutlich niedriger als in den Unternehmen mit mehr Mitarbeitern (54 Prozent der kleinsten Unternehmen bieten Praktika an, acht Prozent Volontariate, 15 Prozent eine Berufsausbildung und keine externe Weiterbildungsmaßnahmen). Darüber hinaus besteht ebenfalls ein klarer Zusammenhang zwischen dem Alter der Unternehmen und der Anzahl derjenigen, die Praktikumsplätze oder Ausbildungsplätze anbieten: Nach den vier Generationen von Unternehmen betrachtet bieten die zehn jüngsten Unternehmen (maximal ein Jahr alt) zu 60 Prozent Praktika an und keine Berufsausbildung, die 18 zwei- bis dreijährigen Unternehmen zu 61 Prozent Praktikumsplätze und zu 17 Prozent eine Berufsausbildung, die 15 Unternehmen der vier- bis neunjährigen „Elterngeneration“ zu 93 Prozent Praktikumsplätze und zu 47 Prozent eine Berufsausbildung, während bei den fünf Unternehmen der ältesten Generation (über zehn Jahre alt) schließlich alle Praktika anbieten und zwei von fünf eine Ausbildung.

Die Felder der betrieblichen Qualifizierungsaktivitäten lassen sich hier unterscheiden als einerseits den klar abgegrenzten Vorgaben der staatlich anerkannten Ausbildungsberufe entsprechend und andererseits den kaum oder gar nicht regulierten Qualifizierungsschwerpunkten folgend, die unmittelbar auf betrieblichen Bedarfen beruhen.

##### 4.2.2.1 *Qualifizierungspraxis im Rahmen dualer Ausbildung*

Die zwölf ausbildenden Unternehmen haben sechs verschiedene Berufe angegeben, für die sie im Rahmen dualer Ausbildung qualifizieren.

Deutlich wird dabei, dass eines der erst im August 1998 in Kraft getretenen Berufsbilder, der bzw. die Mediengestalter/in für Digital- und Printmedien, eine weit überdurchschnittliche Präsenz gegenüber den übrigen, nur vereinzelt genannten Ausbildungsberufen, in den befragten Multimedia-Unternehmen aufweist. Der/die Kaufmann/-frau für audiovisuelle Medien, ebenfalls ein erst 1998 eingeführter Beruf, stieß demgegenüber mit nur zwei Nennungen auf eine eher verhaltene Akzeptanz in der bisherigen Ausbildungspraxis.

Stellt man diesen Angaben die Planung für das Jahr 1999 gegenüber, so ergibt sich bezogen auf die Anzahl der Unternehmen, die ausbilden, eine 75-prozentige Steigerung, bei der Anzahl der pro Unternehmen genannten Ausbildungsberufe<sup>14</sup> sogar eine Zunahme um 100 Prozent (vgl. Tabelle 7).

Tabelle 7: *Qualifizierung im Rahmen dualer Ausbildung in den Unternehmen*

Ausbildungsberufe	Anzahl der Nennungen aktuell (12 Befragte)	Anzahl der Nennungen Planung (21 Befragte)
Mediengestalter/in für Digital- und Printmedien	8	12
Kaufmann/-frau für AV-Medien	2	9
Bürokaufmann/-frau	1	-
Werbekaufmann/-frau	1	-
Informatikkaufmann/-frau	1	1
Fachinformatiker/-in	1	3
IT-Systemelektroniker/-in	-	1
Verlagskaufmann/-frau	-	1
Fachgestellte/r für Medien- und Informationsdienste	-	1
Summe	14	28

Dagegen plante umgekehrt nur eines der zwölf ausbildenden Unternehmen, im folgenden Jahr keine Ausbildung durchzuführen. Den deutlichsten Zuwachs zeigt dabei der Beruf Kaufmann/-frau für audiovisuelle Medien, der sich damit dem ebenfalls ein Wachstum verzeichnenden Beruf Mediengestalter/in für Digital- und Printmedien annähert. Eine Zunahme kündigte sich auch bei dem/der seit 1997 als Beruf mit zwei Fachrichtungen angebotenen Fachinformatiker/in an. Neu im Repertoire der befragten Unternehmen, wenn auch nur vereinzelt, waren für die Zukunft die 1997 und 1998 in Kraft

<sup>14</sup> Diese Zahl ist nicht zu verwechseln mit der Zahl der Ausbildungsplätze, die etwas darüber liegt.

getretenen Berufe IT-Systemelektroniker/in und Fachangestellte/r für Medien- und Informationsdienste. Auf der anderen Seite sollten zwei der älteren Berufe – Werbekaufmann/-frau und Bürokaufmann/-frau – von den Befragten im kommenden Jahr nicht mehr ausgebildet werden. Für die neu geplante Ausbildung zum/zur Verlagskaufmann/-frau in einem Unternehmen war außerdem unternehmensintern ein „Multimedia-Schwerpunkt“ vorgesehen.

#### 4.2.2.2 Qualifizierungspraxis außerhalb dualer Ausbildung

Die 42 Befragten, die die Frage nach aktiven Qualifizierungsmaßnahmen ihres Unternehmens bejahten, haben insgesamt 94 Angaben zu Tätigkeitsbereichen oder Berufen gemacht, für die sie qualifizieren. Neben den 14 oben aufgeführten Nennungen von Berufsausbildungen entfallen weitere 80 Nennungen auf Qualifizierungsmaßnahmen, die nicht im Rahmen der dualen beruflichen Ausbildung, sondern durch die übrigen, oben genannten Formen – Praktika, Volontariate, interne und externe Schulung, Traineeausbildung oder Betreuung von Diplomarbeiten – stattfinden. Die mehrfach (mindestens dreimal) genannten Qualifizierungsfelder sind hauptsächlich die bereits in den Bedarfen benannten, wie Tabelle 8 zeigt.<sup>15</sup>

*Tabelle 8: Qualifizierungsfelder außerhalb der dualen Ausbildung*

<b>Qualifizierungsfelder</b> (mit min. 3 Nennungen)	<b>Anzahl der Nennungen</b>	<b>in Prozent der Befragten</b>
Programmierung	17	40,5
Screendesign	14	33,3
Projektmanager	7	16,7
Grafik/Design/Gestaltung	5	11,9
kaufmännische Bereiche, Marketing, Rechte, Vertrieb	5	11,9
Konzeption	4	9,5
Beratung	3	7,1
„Technik“	3	7,1

Basis: 42 Befragte (80 Nennungen)

Ein Vergleich der in Tabelle 8 wiedergegebenen Qualifizierungsbereiche, die nicht im Rahmen dualer Ausbildung liegen, mit den angegebenen Qualifizierungsbedarfen (vgl.

<sup>15</sup> Unter den ein- bis zweifachen Nennungen sind speziellere Qualifizierungsfelder zu finden, die teilweise unter die Kategorien subsumiert werden könnten, jedoch einen spezifischen Bereich hervorheben (etwa 3-D-Animation, Ergonomie oder Systemadministration), teilweise aber auch Tätigkeitsbereiche bezeichnen, die außerhalb dieser Kategorien liegen (z.B. Chatmoderation, Bilddokumentation, Redaktion).

Tabelle 6) zeigt eine recht weit reichende Übereinstimmung in den überhaupt angegebenen Bereichen, wie auch in der Rangfolge der einzelnen Bereiche. In beiden Fällen stehen Programmierung und Gestaltung mit vergleichbar hohen Werten als Kernbereiche an der Spitze. Als weitere häufiger genannte Bereiche treten in der Qualifizierungspraxis wie unter den Bedarfen das Projektmanagement, kaufmännische Bereiche, Konzeption und Beratung hervor, sowie schließlich als Mehrfachnennung ein eher unspezifizierter "Technik"-Bereich. Eine leichte Diskrepanz zwischen artikulierten Bedarfen und Qualifizierungsmaßnahmen in den Unternehmen deutet sich an für das Projektmanagement, wo 24 Prozent der Befragten Bedarfe angaben, aber nur knapp 17 Prozent der Befragten (bezogen auf die Unternehmen, in denen qualifiziert wird) auch Qualifizierungsaktivitäten für dieses Feld genannt haben. Keine Entsprechung findet der fünfmal genannte explizit für den Tätigkeitsbereich der Softwareentwicklung angegebene Qualifizierungsbedarf in diesen Qualifizierungsmaßnahmen der Unternehmen.

13 der befragten Unternehmen, also ein gutes Viertel (27 Prozent) kooperieren zu Ausbildungszwecken mit anderen Unternehmen. In sieben Fällen (15 Prozent) sind die Unternehmen an einer Verbundausbildung beteiligt, was bedeutet, dass hier fast die Hälfte der überhaupt an dualer Ausbildung beteiligten Unternehmen innerhalb eines Ausbildungsverbunds ausbildet. (Als Hemmnis wurde demgegenüber von einem nicht daran beteiligten Unternehmen eine zu geringe Anwesenheitszeit der Auszubildenden im Unternehmen angeführt.) In fünf Fällen (zehn Prozent) findet ein Austausch von Praktikanten oder Volontären statt.<sup>16</sup>

### 4.3 Einschätzungen zur dualen Ausbildung in den Multimedia-Unternehmen

#### 4.3.1 Bekanntheit und Bewertung von zehn Berufen

Um Einschätzungen der befragten Multimedia-Unternehmen zur dualen Berufsausbildung und zu den vorhandenen Berufsbildern zu gewinnen, wurden die Personalverantwortlichen gebeten, für zehn der Berufsbilder, die seit 1997 für den Medien- und für den IT-Bereich eingeführt worden sind, anzugeben, ob ihnen das jeweilige Qualifikationsprofil bekannt ist,<sup>17</sup> und im zweiten Schritt dann eine Bewertung im Hinblick auf ihre betrieblichen Qualifikationsanforderungen vorzunehmen.

Die in Abbildung 3 (siehe Anhang) wiedergegebene Verteilung weist auf drei Bekanntheitsgrade der Berufe bei den befragten Multimedia-Unternehmen hin. Nur für drei der Berufe gaben mehr als 50 Prozent der Befragten an, dass ihnen das jeweilige Qualifikationsprofil bekannt ist. Der Spitzenwert entfällt dabei mit 31 Nennungen (65 Prozent) auf den Beruf Mediengestalter/in für Digital- und Printmedien. Etwas dahinter zurück

---

<sup>16</sup> Je eine weitere Nennung entfallen auf den Austausch von Teilnehmern an Umschulungsprojekten und auf gemeinsam mit anderen Unternehmen durchgeführte Schulungsmaßnahmen.

<sup>17</sup> Der Bekanntheitsgrad wurde – forschungspraktisch bedingt – anhand einer durch Vorgabe gestützten Nennung gemessen, was u.a. den methodischen Nachteil von Effekten „sozialer Erwünschtheit“ mit sich bringt, so dass der Aussagewert hier vor allem in den Relationen der Angaben zu sehen ist.

bleiben die Berufe Film- und Videoeditor/in (27 Nennungen) und Kaufmann/-frau für audiovisuelle Medien (25 Nennungen). Die „mittlere“ Gruppe mit Bekanntheitsgraden zwischen 44 und 48 Prozent umfasst die Berufe Mediengestalter/in für Bild und Ton (23 Nennungen), Informatikkaufmann/-frau (23 Nennungen), Fachinformatiker/-in (21 Nennungen) und IT-Systemkaufmann/-frau (21 Nennungen). In der dritten Gruppe mit dem geringsten Bekanntheitsgrad schließlich sind die Berufe IT-Systemelektroniker/in (14 Nennungen) sowie Fachkraft für Veranstaltungstechnik (sieben Nennungen) und Fachangestellte/r für Medien- und Informationsdienste (drei Nennungen) enthalten. Deutlich unterdurchschnittlich ist die Bekanntheit aller Berufe – mit Ausnahme der unter den Befragten insgesamt wenig bekannten Berufsbilder Fachkraft für Veranstaltungstechnik und Fachangestellte für Medien- und Informationsdienste – bei den jeweils kleinsten Unternehmen (bzw. bei den Units) mit bis zu zehn Mitarbeitern und bei den jüngsten Unternehmen, die erst im Laufe des vorangegangenen Jahres gegründet wurden.

Eine Aussage über die Relevanz dieser Berufe für die befragten Unternehmen lässt sich aber erst treffen, wenn die Bekanntheitsgrade in Beziehung gesetzt werden zu den betrieblichen Qualifikationsanforderungen. Die Personalverantwortlichen haben deshalb die ihnen jeweils bekannten Berufe bewertet hinsichtlich der Adäquatheit dieser Berufe für ihre spezifischen Bedarfe. Die „Durchschnittsnoten“, die sich aus dem dabei zugrunde gelegten Bewertungsschema ergeben, und die Rangfolge der Bewertung zeigt Tabelle 9.

Der Gesamtnotendurchschnitt liegt für alle Berufe, soweit sie bekannt sind, bei 3,1, was der Einschätzung „...entspricht den Qualifikationsanforderungen halbwegs“ entspricht.

Die durchschnittlichen Bewertungen hinsichtlich der spezifischen Bedarfe der befragten Multimedia-Unternehmen bewegen sich zwischen der Note 2,1 („gut“) bei dem Beruf Mediengestalter/in für Digital- und Printmedien und 3,8 („halbwegs“ mit starker Tendenz „kaum“) für die Berufe IT-Systemelektroniker/in und Film- und Videoeditor/in. Der hohe Bekanntheitsgrad des Berufs Mediengestalter/in für Digital- und Printmedien steht insofern in Übereinstimmung mit der höchsten Bewertung. Deutlich wird dabei, dass sich die Geister an dem flexiblen, auf sehr unterschiedliche Bereiche hin anzupassenden Ausbildungsrahmen scheiden: So stand dem Lob der Vielseitigkeit und der individuellen Anpassungsmöglichkeiten auf der einen Seite auf der anderen Seite auch die Kritik gegenüber, das Berufsbild sei zu breit angelegt („eierlegende Wollmilchsau“) und sollte den unterschiedlichen Tätigkeitsfeldern von Print- und Digitalmedien entsprechend getrennt werden.<sup>18</sup>

Auch bei dem Beruf Kaufmann/-frau für audiovisuelle Medien korrespondiert die relativ hohe Bekanntheit mit einer vergleichsweise hohen Einschätzung der Angemessenheit für die eigenen Bedarfe. Eine starke Diskrepanz fällt dagegen bei dem Berufsbild

---

<sup>18</sup> Solche Kritik wurde auch von Unternehmen geäußert, die eine Ausbildung zum/ zur Mediengestalter/in für Digital- und Printmedien durchführen oder planen, sie in Zukunft durchzuführen.

*Tabelle 9: Durchschnittliche Bewertung der zehn Berufe hinsichtlich der Qualifikationsanforderungen in den Unternehmen*

Frage: „Wie gut entsprechen diese Berufsbilder den Qualifikationsanforderungen in Ihrem Betrieb? Würden Sie sagen, der Beruf ... entspricht den Qualifikationsanforderungen sehr gut (= 1), gut (= 2), halbwegs (= 3), kaum (= 4) oder gar nicht (= 5)?“

<b>Rang</b>	<b>Berufe</b>	<b>Durchschnittsnote</b>	<b>Basis*</b>
1	Mediengestalter/in für Digital- und Printmedien	2,1	30
2	Fachinformatiker/in	2,6	21
3	Mediengestalter/in für Bild und Ton	2,7	22
4	Kaufmann/-frau für AV-Medien	2,9	25
5/6	Fachangestellte für Medien- und /Informationsdienste	3,0	2
5/6	Informatikkaufmann/-frau	3,0	22
7	IT-Systemkaufmann/-frau	3,2	18
8	Fachkraft für Veranstaltungstechnik	3,4	7
9/10	Film- und Videoeditor/in	3,8	26
9/10	IT-Systemelektroniker/in	3,8	13

\* aufgrund Bekanntheit; Abweichungen nach unten gegenüber der o.a. Anzahl von Befragten, denen das Qualifikationsprofil bekannt ist, ergeben sich durch fehlende Angaben („k. A.“).

Film- und Videoeditor/in auf, mit einem in Relation zu den übrigen Berufen hohen Bekanntheitsgrad und einer für die eigenen Bedarfe als gering eingeschätzten Relevanz.

Im Falle des Berufs Fachinformatiker/in steht einem mittleren Bekanntheitsgrad eine im Vergleich mit den übrigen Berufen hohe Bewertung der Relevanz für das eigene Unternehmen gegenüber. Auch der ebenfalls mittlere Bekanntheitsgrad des Berufs Mediengestalter/in Bild und Ton weist auf der Bewertungsskala leicht nach oben, während das gleichermaßen bekannte Berufsbild Informatikkaufmann/-frau zwar genau im Durchschnitt der Bewertungen, in der Rangfolge jedoch unterhalb der des Bekanntheitsgrades liegt. Der von den Bekanntheitsnennungen her dem/der Fachinformatiker/-in entsprechende Beruf IT-Systemkaufmann/-frau wurde hinsichtlich der betrieblichen Relevanz eher unterdurchschnittlich eingeschätzt.

Auf gleichermaßen geringe Zustimmung sowohl bei der Frage nach der Bekanntheit als auch in der Bewertungsfrage sießen die Berufe IT-Systemelektroniker/in und Fachkraft für Veranstaltungstechnik. Der von nur drei Befragten als bekannt angegebene Beruf Fachangestellte/r für Medien- und Informationsdienste wurde zweimal als „halbwegs“ adäquat (= 3) eingestuft.

Stellt man diesen Bekanntheitsgraden und Einschätzungen der Relevanz noch einmal die Angaben zur Praxis in den befragten Unternehmen gegenüber, so bestätigt sich hier die mit Abstand größte Akzeptanz für den neuen Beruf Mediengestalter/in für Digital- und Printmedien sowie die im Vergleich mit anderen Berufsbildern überdurchschnittliche Bedeutung des Berufs Kaufmann/-frau für audiovisuelle Medien. Der/die Fachinformatiker/in fällt zum Untersuchungszeitpunkt nicht nur in der Bekanntheit, sondern auch bei den bisherigen Ausbildungsaktivitäten hinter diese Berufe zurück<sup>19</sup>, wurde aber von der schmaleren Gruppe zugleich als passender auf die Bedarfe der Unternehmen eingestuft als der/die Kaufmann/-frau für audiovisuelle Medien.

#### 4.3.2 *Multimedia-Fachrichtungen in bestehenden Berufen*

Ermittelt werden sollte in der Befragung auch, ob die Personalverantwortlichen eine Modifizierung vorhandener Berufsbilder hin zu speziellen Multimedia-Ausbildungsinhalten im Sinne fachlicher Zusatzqualifikationen bzw. als Ausprägung von Fachrichtungen innerhalb der Berufsbilder für wünschenswert halten.

Die Frage, ob bereits bestehende Ausbildungsberufe „auf eine besondere »Fachrichtung Multimedia« zugeschnitten werden sollten“, beantwortete gut ein Drittel der Befragten (17 Personalverantwortliche) mit „ja“. 48 Prozent (23 Befragte) verneinten die Frage, 17 Prozent (acht Befragte) gaben dazu keine Einschätzung ab.

Von den insgesamt 29 genannten Berufen – hier ohne Antwortvorgaben – entfällt wiederum knapp die Hälfte auf die drei Berufe, die auch im Fokus der bisherigen Befunde stehen. Mit sechs Nennungen steht in diesem Fall der Beruf Fachinformatiker/in an der Spitze, gefolgt von fünf Nennungen bei dem/der Mediengestalter/in für Digital- und Printmedien und drei Nennungen des/der Kaufmanns/-frau für audiovisuelle Medien. Abgesehen von der Fachkraft für Veranstaltungstechnik, die nicht genannt wurde, und dem/der IT-Systemkaufmann/-frau mit zwei Nennungen wurden die übrigen der neuen, bereits in vorangegangenen Fragen thematisierten Berufe je einmal angeführt. Daneben wurden sieben weitere Angaben gemacht (wobei es sich teilweise nicht um staatlich anerkannte Berufsbilder im Rahmen dualer Ausbildung handelt), von denen drei auf kaufmännische Bereiche zielen („DV-Kaufmann für Multimedia-Agenturen“, Verlagskaufmann, „kaufmännische Berufe“) und zwei auf Grafik-Designer. Daneben wurden Journalisten, Programmierer und Kommunikationsdesigner genannt.

Tabelle 10 stellt in einer Übersicht noch einmal die Angaben der Befragten zu den zehn Ausbildungsberufen zusammen.

---

<sup>19</sup> Dabei weisen der/die Mediengestalter/in für Digital- und Printmedien sowie der/die Kaufmann/-frau für audiovisuelle Medien die höchsten Bekanntheitswerte jeweils in den spezialisierten Multimedia-Unternehmen sowie den Agenturen auf, während der Beruf Fachinformatiker/in in den Multimedia-Unternehmen deutlich unterdurchschnittlich bekannt ist (65 Prozent der Befragten aus diesem Bereich kennen ihn nicht) und stattdessen überdurchschnittlich in der Kategorie „andere Art des Unternehmens“ mit IT- und Software-Geschäftsfeldern.

Tabelle 10: Angaben zu den zehn Ausbildungsberufen im Vergleich

Berufe	Bekanntheitsgrad	Bewertung	Ausbildungsstand/ Plan	MM-Fachrichtungswunsch
	48 Befragte		12/21 Befragte	17 Befragte
	Nennungen (Prozent)	„Durchschnittsnoten“	Nennungen	Nennungen
Fachangestellte/r für Medien-/Informationsdienste	3 (6,3%)	3,0	-/1	1
Fachkraft für Veranstaltungstechnik	7 (14,6%)	3,4		
Film- und Videoeditor/in	27 (56,3%)	3,8		1
Kaufmann/-frau für AV-Medien	25 (52,1%)	2,9	2/9	3
Mediengestalter/in für Digital- und Printmedien	31 (64,6%)	2,1	8/12	5
IT-Systemkaufmann/-frau	21 (43,8%)	3,2		2
IT-Systemelektroniker/in	14 (29,2%)	3,8	-/1	1
Informatikkaufmann/-frau	23 (47,9%)	3,0	1/1	1
Fachinformatiker/in	21 (43,8%)	2,6	1/3	6
Mediengestalter/in Bild und Ton	23 (47,9%)	2,7		1
	(Ø = 40,7%)	(Ø = 3,1)		

#### 4.3.3 Neue Ausbildungsberufe für Tätigkeiten in Multimedia-Unternehmen?

Die Antworten der Personalverantwortlichen auf die Frage, ob in Zukunft neue, staatlich anerkannte Ausbildungsberufe für Tätigkeiten in der Multimedia-Produktion sinnvoll sein werden, geben Aufschluss über verschiedene Aspekte. Sie liefern weitere Hinweise auf konkrete Qualifizierungsbedarfe, und zwar in engerem Sinne bezogen auf die Zielgruppe von Schulabgängern, also ein nicht-akademisch geprägtes Niveau. Die Antworten können außerdem als Hinweise auf solche Qualifizierungsinhalte bewertet werden, die im Rahmen von Ausbildung für Tätigkeiten in der Multimedia-Produktion enthalten sein müssen, wenn sie die Anforderungen der Unternehmen berücksichtigen wollen. Schließlich liefern sie, auch im Vergleich mit den schon bestehenden Ausbildungsberufen, Anhaltspunkte dafür, ob sich – unter den Voraussetzungen deutlicherer Branchenstrukturen, anhaltenden Wachstums des Bereichs und Konsolidierungsprozessen – bereits Bedarfe für ganz neue Berufsprofile der dualen Ausbildung abzeichnen.

Etwas mehr als die Hälfte der Befragten (25 Befragte, das entspricht 52 Prozent) hielt es für sinnvoll, neue, staatlich anerkannte Ausbildungsberufe für Tätigkeiten im Multimedia-Bereich zu schaffen, während 38 Prozent (18 Befragte) dies ablehnten (fünf Befragte wollten sich dazu weder positiv noch negativ äußern). Die Zustimmung zur Entwicklung neuer Berufe fiel damit unter den Befragten deutlich höher aus als zu der Frage einer Multimedia-spezifischen Modifizierung der bestehenden Berufe (nur 35 Prozent hielten dies für richtig, s.o.).

Unter den 34 Angaben zu Tätigkeitsbereichen, die im Hinblick auf neue Berufsbilder abgrenzbar wären, kristallisieren sich dann vier Bereiche heraus, auf die jedoch weniger als die Hälfte der Angaben (16 Nennungen) insgesamt entfallen. Eine größere Anzahl der Nennungen (18 weitere) ergibt ein eher uneinheitliches, durch vielfältige und spezifische Bedarfe geprägtes Bild, wie die Tabelle 11 zeigt, die sämtliche Angaben wiedergibt.

*Tabelle 11: Tätigkeitsbereiche, für die neue Multimedia-Berufe geschaffen werden sollten*

<b>Tätigkeitsbereiche</b>	<b>Anzahl der Nennungen</b>	<b>in % der Nennungen</b>
Screendesign/ Webdesign	5	14,7
Programmierung	4	11,8
Kaufleute für Neue Medien/ Multimedia	4	11,8
Werbekaufleute für Neue Medien/ Multimedia	3	8,8
Sonstige: Bild und Ton, Copywriter, EDV-Kommunikationstechnik, Gestaltung, handwerkliche Multimedia-Produktion, Internet-Providing, Internet + Intranet, Internet-Recherche, E-Commerce, Medienproducer, Online-Programmierer, Programmierer für objektbezogenes Programmieren, Projektmanagement, Kommunikation + Marketing, Schnittstellenbereiche Technik + Kreation + Management, Technik + Rechner-service, Grafik, Web-Producing	18	52,9

Basis: 34 Nennungen (25 Befragte)

Weit von mehrheitlichen Vorstellungen entfernt, beziehen sich die einzig abgrenzbaren Tätigkeitsbereiche in der Multimedia-Produktion, für die einige der Befragten die Schaffung neuer Berufsbilder für sinnvoll hielten, auf zwei kaufmännische Felder, auf Screen- und Webdesign sowie auf den Programmierbereich. Bei den Bereichen Screendesign und Programmierung fällt ins Auge, dass sie begrifflich mit den wichtigsten genannten Qualifizierungsbedarfen in den Unternehmen wie auch mit den häufigsten Be-

reichen, für die schon qualifiziert wird, übereinstimmen. Die Bereiche Projektmanagement oder Konzeption wurden dagegen nicht als mögliche künftige Ausbildungsberufe angeführt, während auf der anderen Seite die Nennungen für kaufmännische Tätigkeiten sich auf zwei Teilbereiche mit einer unterschiedlichen Basis verteilen. Für die Kaufleute für Neue Medien und Multimedia, sowie Werbekaufleute für Neue Medien und Multimedia erscheinen zugleich bereits vorhandene Berufsbilder als eine denkbare Basis für zukünftig vielleicht erforderliche Modifizierungen und Zusatzqualifikationen, nämlich einerseits Kaufmann/-frau für AV-Medien und andererseits Werbekaufmann/-frau. Bei vier bzw. drei Nennungen kann dies aber lediglich als Hinweis auf mögliche künftige Entwicklungen und nicht als aktuell signifikanter Bedarf zur Schaffung neuer Berufsbilder gewertet werden.

Die Streuung der sonstigen Nennungen zeigt, dass eine Mehrheit der Befragten recht unterschiedliche Vorstellungen über Tätigkeitsbereiche hatte, die im Rahmen von Berufsbildern zu fixieren wären. Ein Teil der Nennungen ist dabei durch sehr allgemeine Kennzeichnungen geprägt („handwerkliche Multimedia-Produktion“), ein weiterer Teil dagegen durch besonders spezielle Angaben („E-Commerce“, „Internet-Recherche“, Internet-Providing). Einige weitere Nennungen ließen sich als Varianten den vier o.a. Bereichen zuordnen (etwa „Gestaltung“ als dem Screendesign zugehörig, „Online-Programmierung“ als Teilbereich der Programmierung). Schließlich entfallen einzelne Nennungen auch auf technische Bereiche („EDV-Kommunikationstechnik“, „Technik/Rechnerservice“).

#### *4.3.4 Ausbildungsdauer*

Ein Indikator für die Akzeptanz von dualer Ausbildung ist auch die Frage der regulären Ausbildungsdauer. Die Personalverantwortlichen machten – bezogen auf die Frage nach neu zu schaffenden Ausbildungsberufen – Angaben, dazu, wie lang eine entsprechende Ausbildung ihrer Ansicht nach dauern sollte. Fast zwei Drittel der dazu Befragten (16 von 25 Befragten) gab die reguläre Dauer von drei Jahren (mit den vorhandenen Verkürzungsmöglichkeiten) an. Ein Viertel (sechs Befragte) hielt dagegen zwei Jahre generell für ausreichend und in zwei Fällen wurden 2,5 Jahre als reguläre Ausbildungszeit befürwortet.

Sofern duale Ausbildung also von den befragten Personalverantwortlichen als Qualifizierung von Mitarbeitern befürwortet wurde, schloss dies bei der Mehrheit auch eine Befürwortung der bestehenden regulären Ausbildungsdauer ein.

#### *4.3.5 Anforderungen an die Auszubildenden*

Die Gruppe der 25 befragten Personalverantwortlichen, die die Schaffung neuer „Multimedia-Berufe“ befürwortete, wurde auch zu den Bewerberprofilen befragt, um somit Aufschluss über die favorisierte Zielgruppe zu gewinnen.

Insgesamt wurden von den Personalverantwortlichen 66 Angaben zu den wichtigsten Voraussetzungen gemacht, die Bewerber für einen Beruf im Multimedia-Bereich erfül-

len müssen (vgl. Tabelle 12).<sup>20</sup> Den größten Stellenwert nehmen dabei mit fast einem Drittel aller genannten Anforderungen Formen von Medienkompetenz als entscheidende fachliche Voraussetzungen ein. Dazu gehören in erster Linie Erfahrung mit und Begeisterung für Neue Medien, Computer, Multimedia-Anwendungen und auch Internet. Die zweite große Gruppe bilden die persönlichen Voraussetzungen (29 Prozent aller Nennungen). Unter diese extrafunktionalen Qualifikationen, zu denen vor allem Charaktereigenschaften und persönliche Merkmale gerechnet werden, fallen als die häufigsten Nennungen soziale Kompetenz bzw. Kommunikationsstärke (4), Flexibilität (3), Kreativität (3), Engagement (2) und Neugierde (2). Ein knappes Viertel der Nennungen bezieht sich auf spezielle Kenntnisse und Fähigkeiten. Am wichtigsten dabei, auch bezogen auf sämtliche Voraussetzungen, sind Englischkenntnisse: Sieben der 25 Befragten gaben dies als Anforderung an die Bewerber an. Als weitere spezielle Anforderungen (die sich auch auf spezielle Tätigkeitsbereiche bezogen) wurden u. a. Technikverständnis (3) und grafisches Talent (2) angegeben. Häufiger genannte Voraussetzungen sind daneben als formale Kriterien die Bildungsabschlüsse, die zu fast gleichen Teilen auf die mittlere Reife (6) und das Abitur (5) entfallen, mit einer leichten Bevorzugung von Realschülern.

Dieses allgemeine Anforderungsprofil, das die Personalverantwortlichen an potenzielle Bewerber für „Multimedia-Berufe“ entwerfen, entspricht insofern einer Zielgruppe von Schulabgängern aus Realschulen und Gymnasien mit hohen Anforderungen an soziale Kompetenz und Engagement, guten Englischkenntnissen und einer ausgeprägten Medienkompetenz. Diese allgemeinen Anforderungen werden im Detail dann für spezielle Tätigkeitsbereiche um besondere Anforderungen ergänzt.

---

<sup>20</sup> Aufgrund der hohen Streuung bei den genannten Tätigkeitsbereichen ergeben sich zu kleine Fallzahlen, um Aussagen über bestimmte Bewerbervoraussetzungen bezogen auf bestimmte Tätigkeiten machen zu können.

*Tabelle 12: Anforderungen an Bewerber für Ausbildungsplätze im Multimedia-Bereich („Neue Berufe“)*

<b>Anforderungen</b>	<b>Anzahl der Nennungen</b>	<b>in % der Nennungen</b>
<i>fachliche Voraussetzungen (Medienkompetenz)</i>	<i>21</i>	<i>31,8</i>
Begeisterung für Neue Medien/ Computer	6	
Computererfahrung	6	
Erfahrung mit Multimedia/ Neuen Medien	3	
Internetserfahrung	2	
Medienerfahrung	1	
vielseitiges mediales Interesse	1	
Praktika im Multimedia-Bereich	1	
Offenheit gegenüber allen Multimedia-Spezialgebieten	1	
<i>persönliche Voraussetzungen</i>	<i>19</i>	<i>28,8</i>
soziale Kompetenz/ Kommunikationsstärke	4	
Flexibilität	3	
Kreativität	3	
Engagement	2	
Neugierde	2	
Belastbarkeit	1	
Ehrgeiz	1	
gepflegte Erscheinung	1	
Selbstständigkeit	1	
praktische Veranlagung	1	
<i>spezielle Kenntnisse/ Fähigkeiten</i>	<i>15</i>	<i>22,7</i>
Englischkenntnisse	7	
Technikverständnis	3	
grafisches Talent	2	
Sicherheit in der deutschen Sprache	1	
Abstraktionsvermögen	1	
mathematisches Verständnis	1	
<i>Bildungsabschlüsse</i>	<i>11</i>	<i>16,7</i>
Mittlere Reife	6	
Abitur	5	

Basis: 25 Befragte, 66 Nennungen

#### 4.3.6 Gründe für die Ablehnung neuer „Multimedia-Berufe“

Nicht nur die Antworten der Personalverantwortlichen, die die Entwicklung neuer Berufe für den Bereich der Multimedia-Produktion befürworten, geben Aufschluss zum Thema der dualen Ausbildung.<sup>21</sup> Einschätzungen der befragten Unternehmen liefern auch die Begründungen, die für eine Ablehnung neuer Berufe oder auch für Unentschiedenheit in dieser Frage angeführt wurden.

Der am häufigsten genannte Grund ist Skepsis bis Ablehnung gegenüber dem Rahmen der dualen Ausbildung. Insgesamt neun der Befragten betrachteten diese Form der Berufsausbildung an sich als ungeeignet, um Mitarbeiter für Tätigkeiten in ihren Unternehmen zu qualifizieren. So sei das Ausbildungssystem zu schwerfällig und realitätsfremd, insofern die Entwicklung von Berufen und die Anpassung an veränderte Bedarfe zu lange dauerten. Zum ändern wurden vereinzelt auch die Ausbildungszeiten selbst als zu lang kritisiert. Der Erwerb einer Ausbildungsberechtigung wurde mehrfach als problematisch und nicht zeitgemäß bezeichnet. Und schließlich wurde auch Kritik an der Ausstattung der Berufsschulen („antiquiert“) geübt. Generell wurde konstatiert, dass „staatliche Gütesiegel“ der Dynamik des Multimedia-Bereichs nicht gewachsen seien, speziell auch einem Agentur-spezifischen Geschäft nicht entsprechen, und dass insofern duale Ausbildung „die falsche Fragestellung“ ist.

In vier Interviews zogen die Personalverantwortlichen der dualen Ausbildung in erster Linie das „training on the job“ vor, ein Anlernen bzw. die schnelle Einarbeitung von Mitarbeitern und eigenständiges Lernen im Unternehmen. Flexibilität, hohe Motivation und „Interdisziplinarität“ der Mitarbeiter wurden dabei für weitaus wichtiger als eine geregelte Ausbildung gehalten.

Daneben hoben einige Befragte allerdings hervor, dass eine Form von Basisausbildung wünschenswert sei. Zwei der Befragten erklärten, dass anstelle der dualen Ausbildung neue, flexiblere und unmittelbar auf Bedarfe reagierende Ausbildungswege entwickelt werden müssten, wobei ein modulares System mit Praktika in unterschiedlichen Betrieben vorgeschlagen wurde.

Bei zwei der Befragten war das Qualifikationsniveau der Erstausbildung der Grund dafür, dass sie duale Ausbildung als ungeeignete Voraussetzung für Tätigkeiten in ihren Unternehmen sahen. Sie artikulierten demgegenüber Bedarfe in hoch qualifizierten Bereichen, für die eine Hochschulausbildung eine Mindestvoraussetzung bildet. Die Zielgruppen waren dabei Betriebswirte, Informatiker, Wirtschaftsingenieure oder Diplomdesigner, für die dann eine Zusatzausbildung in einer Akademie optimal sei.

Außer den Personalverantwortlichen, die sich grundsätzlich skeptisch gegenüber der dualen Ausbildung äußerten, gab es auch eine Gruppe von Befragten die dieser Form der Berufsausbildung grundsätzlich positiv gegenüberstehen und aus anderen Gründen

---

<sup>21</sup> 18 Befragte sahen die Einführung neuer Multimedia-Berufe negativ, fünf äußerten sich weder positiv noch negativ.

die Entwicklung neuer „Multimedia-Berufe“ ablehnen oder auch unentschieden in dieser Frage sind.

Der häufigste Grund war, dass die schon vorhandenen Berufsbilder nicht ausreichend bekannt sind, dass zu wenig Informationen über Ausbildungsfragen vorhanden sind und der Überblick über die existierenden Berufe fehlt. Eine „Inflation“ an neuen Berufsbildern würde, so die Befürchtung, die „Unübersichtlichkeit“ weiter steigern. Vier der Befragten lehnten neue Berufe aus solchen Gründen ab.

Einer der Befragten sah keinerlei Notwendigkeit zur Entwicklung neuer Berufe, weil die bestehenden Berufsbilder den Bedarf vollkommen abdeckten. („Mediengestalter ist ein extrem offener Beruf mit großen Freiheiten“.) Auf der anderen Seite wurde der Vorschlag gemacht, bestehende Berufsbilder zu optimieren, vor allem den Beruf Mediengestalter/in für Digital- und Printmedien zu teilen und als separate Medienberufe weiterzuentwickeln. Ein weiterer Standpunkt ging dahin, zunächst abzuwarten, wie sich die bisherigen neuen Berufe in der Praxis bewähren und eine zu starke Ausrichtung an speziellen Unternehmensbedarfen zu vermeiden.

#### 4.4 Qualifizierungsbedarfe in den Kernbereichen der Multimedia-Produktion

Bisherige Untersuchungen zu Qualifikationsanforderungen im Bereich der Multimedia-Produktion wie auch das vom Dachverband dmmv entwickelte Weiterbildungsmodell gehen von vier wesentlichen Tätigkeitsfeldern in der Multimedia-Produktion aus: Konzeption, Screendesign, Programmierung und Projektmanagement.

Für diese Kernbereiche wurden die spezifischen Bedarfe und Einstellungen zu den geeignetsten Qualifizierungsformen gesondert erhoben, um zu weiteren Differenzierungen anhand solcher bereits bekannten Strukturen zu gelangen. Im Mittelpunkt stand dabei die Zielgruppe der Schulabgänger und die Frage, welche Ausbildungsinhalte und welchen Ausbildungsumfang die Unternehmen im Rahmen einer Basisausbildung bei dieser Zielgruppe für sinnvoll und realistisch halten.

Befragt nach spezifischen Ausbildungsbedarfen gaben 38 Personalverantwortliche, also 79 Prozent, Bedarfe für mindestens einen der vier Tätigkeitsbereiche im eigenen Unternehmen an. Dies sind knapp 15 Prozentpunkte weniger als bei den allgemeinen Angaben zu Qualifizierungsdefiziten in der Multimedia-Produktion insgesamt (45 Befragte, d.h. 94 Prozent, geben an, dass sie bezogen auf Tätigkeiten im Multimedia-Bereich insgesamt Qualifizierungsdefizite sehen). Insofern bestätigt sich hier zunächst erneut der Befund, dass die Qualifizierungsbedarfe in diesen vier Kernbereichen einen sehr hohen Anteil der Qualifizierungsbedarfe überhaupt ausmachen.<sup>22</sup>

Bei der Zuspitzung der Frage auf konkrete Ausbildungsbedarfe im eigenen Unternehmen ergab sich gegenüber der offen formulierten Eingangsfrage eine geringfügige Ver-

---

<sup>22</sup> Nur bezogen auf die Gruppe der kleinsten Unternehmen bis zu zehn Mitarbeitern beträgt der Anteil sogar über 90 Prozent. Dies gilt außerdem auch für die Gruppe der eigenständigen „Unternehmen mit dem Hauptgeschäftsfeld Multimedia-Produktion“.

schiebung, indem Kompetenzen im Bereich Projektmanagement bei der gezielten Fragestellung stärker als Bedarf artikuliert wurden: Mehr als die Hälfte aller Befragten (26) sahen für den Tätigkeitsbereich Projektmanagement Ausbildungsbedarfe in ihrem Unternehmen. Für den Bereich Programmierung bejahten dies noch genau die Hälfte (24) der befragten Personalverantwortlichen. Screendesign wurde demgegenüber als Bedarf noch von etwas mehr als 40 Prozent (20) und Konzeption von etwas weniger als 40 Prozent (19) der Befragten angegeben.

#### *4.4.1 Die vier Tätigkeitsbereiche im Verhältnis zur dualen Ausbildung*

Wie bereits dargestellt, war nur ein gutes Drittel der Befragten (17) der Meinung, dass bereits bestehende Ausbildungsberufe „auf eine besondere »Fachrichtung Multimedia« zugeschnitten“ werden sollten. Etwas mehr als die Hälfte der Befragten (25) befürwortete jedoch die Möglichkeit, neue Ausbildungsberufe für Tätigkeiten im Multimedia-Bereich zu schaffen.

Auch für die vier zentralen Tätigkeitsfelder im Bereich der Multimedia-Produktion wurde noch einmal konkret die Zustimmung zur Vermittlung der dafür notwendigen Qualifikationen im Rahmen einer dualen Berufsausbildung gemessen. Insgesamt hielten es über 60 Prozent (30 Befragte) für sinnvoll, die Qualifikationen aus mindestens einem der vier Tätigkeitsbereiche im Rahmen dualer Berufsausbildung zu erwerben. Bei den 23 Befragten, die ihr Unternehmen als eigenständiges „Unternehmen mit dem Hauptgeschäftsfeld Multimedia-Produktion“ einordnen, war die Zustimmung mit 78 Prozent noch deutlich höher gegenüber den Units und den Agenturen oder sonstigen Unternehmen, die sich nicht in erster Linie als Multimedia-Produzenten definieren. Besonders hoch fällt die Zustimmung mit über 80 Prozent außerdem unter den schon ausbildenden zwölf Betrieben aus.

In der differenzierten Verteilung auf die vier Felder erreichte dann allerdings nur der Bereich Programmierung noch einen Wert von über 40 Prozent aller Befragten (21), die diesen Tätigkeitsbereich in eine solche Ausbildung eingebettet sahen. Bei den Tätigkeitsbereichen Screendesign (17) und Projektmanagement (15) hielten rund ein Drittel dies jeweils für sinnvoll. Und nur 15 Prozent (sieben Befragte) wollten den Bereich Konzeption mit einer Berufsausbildung verknüpfen.

Eine Gegenüberstellung der für die Tätigkeitsbereiche angegebenen Ausbildungsbedarfe und der jeweiligen Zustimmung zu dualen Ausbildungskonzepten veranschaulicht Abbildung 4 (siehe Anhang).

Am weitesten klaffen Bedarf und Akzeptanz dualer Berufsausbildung auseinander in dem ohnehin am schwächsten ausgeprägten Bereich Konzeption einerseits und in dem Bereich Projektmanagement, wo ein hoher Qualifizierungsbedarf von über 50 Prozent auf nur ein Drittel Zustimmung zur Berufsausbildung stößt. Etwas ausgeglichener stellt sich dieses Verhältnis beim Tätigkeitsbereich Screendesign dar. Am weitestgehenden ist die Übereinstimmung jedoch für den Bereich Programmierung vorhanden, wo die Ak-

zeptanz für die duale Ausbildung – im Vergleich zu den übrigen – deutlicher ausgeprägt ist.

Die Grenzen der Akzeptanz dualer Ausbildung für die vier Tätigkeitsbereiche zeichnen sich auch bei der Frage der Ausbildungsdauer ab. War die Zustimmung zur regulären Ausbildungsdauer bei den Befragten im Zusammenhang mit neu zu schaffenden „Multimedia-Berufen“ doppelt so hoch wie die Zahl derjenigen, die maximale Ausbildungszeiten von nur zwei oder zweieinhalb Jahren akzeptieren wollten, so gab es hier im Falle von Screendesign und Programmierung nur jeweils eine knappe Mehrheit für die volle Ausbildungszeit. Im ersten Fall sind es sieben zu neun, im zweiten neun zu zehn Personalverantwortliche, die zweieinhalb, zwei oder sogar nur ein Jahr als Höchstdauer für eine Ausbildung in diesem Tätigkeitsbereich betrachteten. Dieses Verhältnis kehrt sich dann beim Projektmanagement sogar um, wo von zwölf Befragten, die dazu Angaben machten, nur fünf die gesetzlich geltende volle Ausbildungszeit als richtig ansahen, fünf dagegen eine verkürzte Ausbildungsdauer von maximal zwei Jahren und jeweils eine/r zweieinhalb oder nur ein Jahr richtig fanden.<sup>23</sup>

#### *4.4.2 Anforderungsprofile im Vergleich*

Die Personalverantwortlichen, die es bei einem oder mehreren der vier Tätigkeitsbereiche für sinnvoll hielten, die dafür notwendigen Qualifikationen im Rahmen einer dualen Ausbildung zu erwerben, wurden weiter gehend zu den jeweiligen Anforderungsprofilen an die Bewerber, zu Ausbildungsinhalten und zur Dauer der Ausbildung befragt.

Ein Vergleich der Anforderungsprofile untereinander wie auch mit dem allgemein für den Multimedia-Bereich formulierten Anforderungsprofil (vgl. Abschnitt 4.3.5) fördert einige Unterschiede zutage, die Aufschluss über Zielgruppen von Qualifizierungsmaßnahmen geben können (vgl. Tabelle 13).

---

<sup>23</sup> Die Fallzahlen im Bereich Konzeption sind für eine diesbezügliche Betrachtung zu gering.

*Tabelle 13: Anforderungsprofile im Vergleich: Multimedia-Bereich allgemein und spezielle Tätigkeitsfelder (B = Befragte, N = Nennungen)*

<b>Anforderungen</b>	<b>MM insgesamt 25 B, 66 N</b>	<b>Konzeption 7 B, 19 N</b>	<b>Screen- design 17 B, 46 N</b>	<b>Programmierung 21 B, 45 N</b>	<b>Projektmanagement 15 B, 35 N</b>
<i>Medienkompetenz in % der Nennungen</i>	21 31,8	2 10,5	8 17,4	14 31,1	4 11,4
Begeisterung für Neue Medien/ Computer	6	2	4	6	2
Computererfahrung	6		4	8	1
Erfahrung mit Multimedia/ Neuen Medien	3				1
Interneterfahrung	2				
Medienerfahrung	1				
vielseitiges mediales Interesse	1				
Praktika im Multimedia-Bereich	1				
Offenheit gegenüber allen Multime- dia-Spezialgebieten	1				
<i>Bildungsabschlüsse in % der Nennungen</i>	11 16,7	4 21,1	4 8,7	3 6,7	4 11,4
Mittlere Reife	6	1	3	1	2
Abitur	5	3	1	2	2
<i>persönliche Voraussetzungen in % der Nennungen</i>	19 28,8	5 26,3	13 28,3	11 24,4	12 34,3
soziale Kompetenz/ Kommunikati- onsstärke	4			3	6
Flexibilität	3	2	3	1	1
Kreativität	3	1	5	3	
Mobilität			1	1	
Engagement	2				
Neugierde	2				
Belastbarkeit	1				1
Ehrgeiz	1				
Motivation			1		1
Lernbereitschaft				2	
gute Auffassungsgabe					1
gepflegte Erscheinung	1				

<b>Anforderungen</b>	<b>MM insge- samt 25 B, 66 N</b>	<b>Konzep- tion 7 B, 19 N</b>	<b>Screen- design 17 B, 46 N</b>	<b>Programmie- rung 21 B, 45 N</b>	<b>Projekt- manage- ment 15 B, 35 N</b>
sicheres Auftreten				1	
Selbstständigkeit	1				
Spaß an Technik			1		
praktische Veranlagung	1				
Offenheit		2			
Persönlichkeit					1
Durchhaltevermögen			1		
Führungsstärke					1
Durchsetzungsvermögen			1		
<i>spezielle Kenntnisse/ Fähigkeiten in % der Nennungen</i>	<i>15 22,7</i>	<i>8 42,1</i>	<i>21 45,7</i>	<i>17 37,8</i>	<i>15 42,9</i>
Englischkenntnisse	7	1	3	2	2
Fremdsprachenkenntnisse			1	1	
wirtschaftliche Zusammenhänge		1			
Technikverständnis	3		2	1	1
grafisches Talent	2		6	1	
Erfahrungen im grafischen Bereich			1		
kaufmännisches Talent					1
Sicherheit in der deutschen Sprache	1				
sprachliches Ausdrucksvermögen		1	1	1	2
Präsentationsgeschick		1	1	1	1
Abstraktionsvermögen	1	1	1		
mathematisches Verständnis/ logi- sches Denken	1	1	1	6	
strukturiertes Arbeiten/Denken		1			
Denken in Prozessen			1		
vernetztes Denken				1	1
projektorientiertes Denken					1
Bereitschaft zum Programmieren			3	1	
Grundwissen HTML				1	
Programmierkenntnisse				1	
Grundkenntnisse Controlling					1
Projekterfahrung					1
Organisationstalent					3
Allgemeinbildung					1
Auslandsaufenthalt		1			

Zunächst fällt auf, dass der hohe Anteil der Medienkompetenz, der von dem Nachwuchs für (neue) Multimedia-Berufe allgemein erwartet wird – knapp ein Drittel aller Nennungen entfallen darauf –, nur bei dem Tätigkeitsbereich Programmierung eine Entsprechung findet, dem Tätigkeitsbereich also, der zugleich auch die höchste Zustimmung hinsichtlich dualer Ausbildung erhielt. Bei dem Tätigkeitsbereich Screendesign entfallen immerhin noch 17 Prozent der Nennungen auf „Begeisterung für Neue Medien“ oder „Computererfahrung“, während diese Anforderungen in den Bereichen Konzeption und Projektmanagement mit elf Prozent eine deutlich untergeordnete Rolle spielen und demgegenüber andere Anforderungen stärker in den Vordergrund treten.

17 Prozent aller Nennungen im Zusammenhang mit dem allgemeinen Anforderungsprofil (13 Nennungen) entfallen auf die Frage der Schulabschlüsse, mit einer knappen Mehrheit von sechs zu fünf Nennungen zugunsten der Mittleren Reife. Für die Bereiche Screendesign, Programmierung und Projektmanagement wurden demgegenüber Schulabschlüsse wesentlich zurückhaltender als Anforderung angesprochen (zwischen sieben und elf Prozent der Nennungen entfallen darauf). Während beim Screendesign mehr Befragte die Mittlere Reife (3) als das Abitur (1) als Anforderung stellten, verhält es sich beim Bereich Programmierung umgekehrt (eine Nennung erwartete Mittlere Reife, zwei Nennungen Abitur). Im Bereich Projektmanagement sahen jeweils zwei Befragte die Mittlere Reife und das Abitur als Voraussetzung. Lediglich der Bereich Konzeption, für den ja überhaupt nur sieben Befragte eine herkömmliche Berufsausbildung für sinnvoll hielten, weist eine im Verhältnis zu den sonstigen Nennungen etwas stärkere Betonung des Abschlusses mit einer Neigung zum Abitur auf (drei Nennungen gegenüber einer für die Mittlere Reife).<sup>24</sup>

Im Verhältnis zu den allgemein formulierten Anforderungen treten bei den einzelnen Tätigkeitsbereichen die Nennungen spezieller Kenntnisse, Fähigkeiten und Erfahrungen, die von Bewerbern auf einen solchen Ausbildungsplatz erwartet werden, etwa doppelt so stark hervor. Dabei spielen auch hier zunächst Fremdsprachenkenntnisse, vor allem Englisch in allen Bereichen eine hervorgehobene Rolle. Im Screendesign bilden grafisches Talent oder auch Erfahrungen im grafischen Bereich die überragende Anforderung. Daneben wurde dreimal explizit die Bereitschaft zum Programmieren erwartet und zweimal Technikverständnis angeführt. Im Bereich Programmierung stellt mit sechs Nennungen ein mathematisch-logisches Denkvermögen die Grundanforderung der Befragten an Bewerberinnen und Bewerber dar. Für diesen Bereich ist ansonsten keine so starke Bündelung von Anforderungen vorhanden, am häufigsten noch Organisationstalent und Ausdrucksvermögen, mit drei und zwei Nennungen, sowie einige Bezugnahmen auf kaufmännische Bereiche und Projektorientierung. In dem Bereich Konzeption dagegen treten die Anforderungen an spezielle Kenntnisse, Erfahrungen oder Fähigkeiten überhaupt nicht profiliert hervor: Wie auch bei den sonstigen Anforderungen an Projektmanager, Screendesigner und Programmierer verteilt sich ein breites

---

<sup>24</sup> Aufgrund der hier sehr geringen Fallzahlen dürfen diese Angaben nicht verallgemeinert werden, sondern können nur zurückhaltend als einzelne Meinungen von Befragten interpretiert werden.

Spektrum an Einzelnennungen, etwa sprachliche Kompetenzen (Ausdrucksvermögen, Präsentationsgeschick), kognitive Voraussetzungen (Denken in Prozessen, vernetztes Denken), Allgemeinbildung, besondere Kenntnisse (etwa Wissen um wirtschaftliche Zusammenhänge, HTML-Kenntnisse) wie auch spezielle Erfahrungen (Projekterfahrung, Auslandsaufenthalt).

Die Bedeutung persönlicher Voraussetzungen, wie Charaktereigenschaften und Veranlagungen, spielt unter den angegebenen Anforderungen bei dem Tätigkeitsbereich Projektmanagement im Vergleich mit den übrigen eine stärkere Rolle. Mehr als ein Drittel der Nennungen (gegenüber grob jeweils einem Viertel bei den anderen Bereichen) bezieht sich in dem Bewerberprofil auf diese Eigenschaften, die sich dabei wiederum klar auf soziale Kompetenz und ausgeprägtes Kommunikationsvermögen (sechs Nennungen) konzentrieren. Soziale Kompetenz wurde auch im Bereich Programmierung hervorgehoben (drei Nennungen). Darüber hinaus galt Kreativität als wichtige Anforderung (drei Nennungen), und zweimal wurde Lernbereitschaft erwartet. Kreativität bildet auch, abgesehen vom grafischen Talent, die hauptsächlich im Bereich des Screendesigns genannte Anforderung (fünf Nennungen). Schließlich ist Flexibilität eine Anforderung, die für alle Bereiche mindestens einmal genannt wurde. Für Konzeption steht der Häufigkeit nach neben Flexibilität (zwei Nennungen) noch die Offenheit als persönliche Voraussetzung im Vordergrund.

Eine Zusammenfassung der Bewerberprofile in den einzelnen Tätigkeitsbereiche ergibt das folgende Bild:

- Im Bereich *Konzeption* treten nur einige unspezifische Angaben, wie Flexibilität, Offenheit oder Begeisterung für Neue Medien etwas hervor, jedoch keine Konturen eines Bewerberprofils – auch aufgrund sehr geringer Fallzahlen, weil dieser Bereich nur von einer Minderheit der Befragten als ein potenzieller Ausbildungsberuf gesehen wurde. Es deutet sich lediglich eine Tendenz zum höheren Schulabschluss im Vergleich zu den anderen Bereichen an.
- *Projektmanagement* als Tätigkeitsbereich wurde ebenfalls nur sehr zurückhaltend mit einer Berufsausbildung in Verbindung gebracht. Als zentrale Voraussetzung kristallisiert sich die soziale Kompetenz heraus, während die speziell genannten Anforderungen eher streuen, sich dabei vor allem auf organisatorische oder kaufmännische Fähigkeiten oder Projektorientierung beziehen, daneben aber auch Allgemeinbildung oder Englischkenntnisse vorkommen.
- Beim *Screendesign* überwiegt als formale Mindestanforderung die Mittlere Reife. Häufiger wurde demgegenüber als Hauptanforderung das grafische Talent angeführt, daneben Kreativität, Flexibilität und Englischkenntnisse, gepaart mit der Bereitschaft zum Programmieren und einem technischen Verständnis.
- Die wichtigsten Voraussetzungen für den Tätigkeitsbereich *Programmieren* – für den der Qualifikationserwerb im Rahmen einer dualen Berufsausbildung am ehesten befürwortet wurde – bilden bei den Befragten die Erfahrung mit und Begeisterung für neue Medien und Computer sowie ein mathematisch-logisches Verständnis. Per-

sönliche Merkmale, wie Kreativität und soziale Kompetenz, fallen außerdem stärker ins Gewicht als die Frage des Schulabschlusses.

- Bezogen auf sämtliche der für die einzelnen Bereiche genannten Voraussetzungen ist festzuhalten, dass gegenüber Schulabschlüssen die Frage von Medienkompetenz (Interesse an/ Begeisterung für/ Erfahrung mit Neue(n) Medien, Computer(n)) fast doppelt so oft thematisiert wurde. Auch Kreativität und soziale Kompetenz prägen die Bewerberprofile noch etwas stärker als Mittlere Reife oder Abitur als Einzelnennungen.

#### 4.4.3 Ausbildungsinhalte

Um Aufschluss über die erwarteten Inhalte einer Ausbildung für Tätigkeitsbereiche in der Multimedia-Produktion zu gewinnen, wurden die Befragten jeweils gebeten, die fachlichen Kenntnisse und Fertigkeiten zu umreißen, die im Rahmen einer entsprechenden Berufsausbildung erworben werden sollten (weiterhin nur bezogen auf die o. a. Gruppen von Personalverantwortlichen, die das für einzelne Bereiche überhaupt für sinnvoll halten).

##### Konzeption

Die kleine Fallzahl von befragten Personalverantwortlichen, die eine Berufsausbildung für den Tätigkeitsbereich Konzeption befürworteten (sieben Befragte), verringert sich noch einmal bei den Angaben zu Ausbildungsinhalten. Nur fünf Befragte haben dazu insgesamt elf Angaben gemacht. Aus diesen im Folgenden aufgelisteten, höchst heterogenen Einzelnennungen lassen sich keine Schwerpunkte ableiten:

- Kenntnisse in allen Multimedia-Tätigkeitsfeldern, Nutzerführung, BWL, Kalkulation, Computerprogramme/Tools, Ideenfindungs-/Kreativitätstechniken, Kundenberatung, Internetprogramme, POS-Systeme, Umsetzungsfähigkeit, Redaktion.

##### Screendesign

16 Befragte haben 43 Angaben zu Ausbildungsinhalten im Bereich Screendesign gemacht. Dabei entfielen jeweils fünf Nennungen (zwölf Prozent der Angaben) allgemein auf Anwenderkenntnisse von Computerprogrammen sowie speziell noch einmal auf Grafikprogramme. Jeweils dreimal wurden Programmierkenntnisse, EDV-Kenntnisse, Fertigkeiten und Kenntnisse im Zeichnen und Design, ästhetische und kunstgeschichtliche Kenntnisse, sowie Bildbearbeitungstechnik angegeben. Jeweils zweifach angegeben wurden die bereichsübergreifenden extrafunktionalen Qualifikationen „Kenntnisse in allen Multimedia-Tätigkeitsfeldern“ und „Teamfähigkeit“. Hinzu kommen jeweils zweimal „Umsetzungsfähigkeit“ und „Wissen um technische Umsetzung“ sowie einmal Kenntnisse im Bereich AV-Medien und Nutzerführung, so dass sich hieraus ei-

nige Qualifizierungsschwerpunkte herauschälen, die die Befragten im Rahmen einer Ausbildung vermittelt sehen wollen:<sup>25</sup>

- allgemeine gestalterische Kompetenzen in Theorie und Praxis;
- medienspezifische Gestaltungskompetenzen;
- Programm-Anwenderkenntnisse mit einem Schwerpunkt auf speziellen „Tools“;
- Kenntnisse in Programmiersprachen;
- technische Kenntnisse und Fertigkeiten (EDV-Kenntnisse);
- bereichsübergreifende Kompetenzen und Querschnittswissen.

### Programmierung

19 Personalverantwortliche machten insgesamt 40 Angaben zu Ausbildungsinhalten in dem am ehesten als relevant für eine Ausbildung betrachteten Tätigkeitsbereich Programmierung.

An der Spitze der genannten Ausbildungsinhalte steht mit neun Nennungen die Kenntnis von Programmiersprachen (u. a. HTML, Java, C++), gefolgt von sechs Nennungen, die auf EDV-Kenntnisse entfallen. Hinzu kommt dreimal die unspezifische Angabe „Computerprogramme“. Speziellere Angaben sind Datenbanken (vier Nennungen), Internetprogramme (drei Nennungen), Betriebssysteme (zwei Nennungen) sowie übergreifende Kompetenzen, wie „technisches Umsetzungswissen“ (zwei Nennungen) und Kenntnisse in allen Multimedia-Tätigkeitsfeldern (drei Nennungen). Die Angaben der Befragten enthalten als Qualifizierungsfelder somit:<sup>26</sup>

- Kenntnisse mehrerer Programmiersprachen;
- EDV-Kenntnisse;
- Kompetenzen in unterschiedlichen Anwendungsbereichen (Datenbanken, Betriebssysteme, Internet);
- medienspezifisches Querschnittswissen.

### Projektmanagement

Elf Angaben, das entspricht knapp 30 Prozent der insgesamt 37 Angaben von 14 Personalverantwortlichen, zu den wichtigsten Ausbildungsinhalten richten sich auf kaufmännische Kompetenzen, was betriebswirtschaftliche Kenntnisse, Kalkulation und Angebotserstellung, Controlling sowie Marketing- und Vertriebskenntnisse umfasst. Die häufigsten Nennungen zu speziellen Kenntnissen und Fertigkeiten entfallen auf Teamlei-

<sup>25</sup> Die übrigen Angaben waren: Ideenfindungs-/Kreativitätstechniken (1), Betriebssysteme (1), Arbeitsorganisation (1), Screendesign (1), Konzeption/Storyboard (1), Verständnis für das Medium (1).

<sup>26</sup> Einzelnennungen waren: Arbeitsorganisation, Teamfähigkeit, Konzeption, Software-Entwicklung, Englisch, Management-Tools, Kenntnisse Grafik/ Gestaltung, „wissen, was man mit Programmierung erreichen will“.

tung (fünf Nennungen) und Arbeitsorganisation (vier Nennungen). Jeweils zweimal wurden die Kompetenzen „Beherrschung von Management-Tools“ und „Analyse“ angeführt. Weitere, mehrfach zu den zentralen Ausbildungsinhalten gezählte Qualifikationen betreffen übergreifende Kenntnisse und Fertigkeiten: Kenntnisse in allen Multimedia-Tätigkeitsfeldern (3), technisches Umsetzungswissen (2) und Konzeption (2). Aus diesen Angaben lassen sich drei eindeutige Qualifizierungsschwerpunkte ableiten:<sup>27</sup>

- umfassende kaufmännische Fachkompetenzen;
- Managementqualifikationen mit organisatorischen und Leitungs-Kompetenzen;
- ausgeprägtes medienspezifisches Querschnittswissen, das die übrigen Tätigkeitsfelder umfasst.

Qualifikationen, die Befragte für alle Tätigkeitsbereiche angeben und die insofern in allen Bereichen gleichermaßen Bestandteil von Qualifizierungsmaßnahmen sein sollten, sind medienspezifische Kompetenzen, also ein Verständnis für die Möglichkeiten und Anwendungen multimedialer Techniken, in Verbindung mit einem den jeweiligen Tätigkeitsbereich übergreifenden Querschnittswissen.

#### 4.4.4 Überbetriebliche Ausbildungsinhalte

Eine Frage im Zusammenhang mit Qualifizierung für Tätigkeitsbereiche in der Multimedia-Produktion ist auch die der Aufgabenteilung zwischen betrieblicher und überbetrieblicher Ausbildung. Die Personalverantwortlichen wurden daher befragt, ob sie Qualifizierungselemente in Form schulischer Lehrinhalte vermittelt sehen wollen, und wenn ja, welche. Insgesamt meinten die meisten der Befragten, die eine duale Ausbildung für bestimmte Multimedia-Tätigkeitsbereiche befürworteten (28 von 30 Personalverantwortlichen), dass bestimmte Ausbildungsinhalte „hauptsächlich in den Berufsschulen vermittelt werden sollten“.

Eine Übersicht der Ausbildungsinhalte für alle Tätigkeitsbereiche zusammengenommen<sup>28</sup> zeigt, welche inhaltlichen Erwartungen die Personalverantwortlichen an die Vermittlung von Kenntnissen und Fertigkeiten in überbetrieblichen Ausbildungsanteilen haben (vgl. Tabelle 14).

Neben einem allgemeinen, nicht näher spezifizierten Grundlagenwissen, das hauptsächlich die theoretische Seite der Fach- und Sachkenntnisse meint (15 Prozent der Angaben entfallen hierauf), wurden hauptsächlich vier fachliche Bereiche angesprochen, für die nach Auffassung der Befragten in der überbetrieblichen Form Kenntnisse und Fertigkeiten vermittelt werden sollten. Diese Kompetenzbereiche umfassen Hard- und Software, kaufmännische Kenntnisse, gestalterische Kenntnisse und Fertigkeiten sowie Ma-

---

<sup>27</sup> Der Vollständigkeit halber seien noch die Einzelnennungen angeführt: Kundenberatung, Ideenfindungs-/Kreativitätstechniken, Branchenkenntnisse, Kenntnisse Grafik/ Gestaltung, Medientheorie, Rhetorik.

<sup>28</sup> Ein nach Bereichen gesonderter Ausweis würde zu kleine Fallzahlen und mithin keine Aussagekraft ergeben.

nagement-Wissen. Als ein weiteres, nicht-fachspezifisches Kompetenzfeld wurden sprachliche Kompetenzen, vor allem Englisch, aber auch Deutsch, angeführt.

Die *Hard- und Software-Kompetenzen*<sup>29</sup> beziehen sich, wie die Übersicht zeigt sowohl auf Programmiersprachen, wie auch auf Anwenderkenntnisse gebräuchlicher Software. Weitere Angaben zielen auf EDV-Kenntnisse und verschiedene technische Anwendungsbereiche (etwa Datenbanken, CD-ROM, DVD, aber auch Medienoperating allgemein).

*Kaufmännische Kompetenzen* umfassen in den Angaben der Befragten vor allem Grundlagenwissen und betriebswirtschaftliche Kenntnisse mit einzelnen Nennungen von speziellen Bereichen (Kalkulation und Buchhaltung).

*Gestalterische Kompetenzen* schließen ebenfalls wiederum das Grundlagenwissen ein. Konkretisierende Angaben sind hier Farblehre, grafische Gestaltung, Typografie, Layout und Bildbearbeitung.

Mit *Management-Kompetenzen* sind schließlich die Techniken und das Wissen angesprochen, die für Planung, Organisation und Strategie relevant sind.

*Tabelle 14: Überbetriebliche Ausbildungsinhalte*

<b>Ausbildungsinhalte</b>	<b>Anzahl der Nennungen absolut</b>	<b>in Prozent der Nennungen</b>
<i>Grundlagen allgemein</i>	11	15,1
theoretische Grundlagen	8	
Basiswissen (generell)	3	
<i>Hard- und Software-Kompetenz</i>	24	32,9
Programmiersprachen	7	
Programme/ Software	6	
EDV-Grundlagen	4	
technische Grundlagen	3	
Medienoperating	1	
Datenbanken	1	
CD-ROM	1	
DVD	1	

<sup>29</sup> Der Grund für das verhältnismäßig große Gewicht dieses Kompetenzbereichs ist, dass der Bereich Programmieren im Verhältnis zu den übrigen Tätigkeitsbereichen in dieser Aufstellung am stärksten vertreten ist.

Fortsetzung Tabelle 14: Überbetriebliche Ausbildungsinhalte

Ausbildungsinhalte	Anzahl der Nennungen absolut	in Prozent der Nennungen
<i>Kaufmännische Kompetenz</i>	12	16,5
Kaufmännische Grundlagen	6	
BWL	4	
Kalkulation	1	
Buchhaltung	1	
<i>Gestalterische Kompetenz</i>	10	13,7
gestalterische Grundlagen	4	
Farblehre	2	
grafische Gestaltung	1	
Typografie	1	
Layout	1	
Bildbearbeitung	1	
<i>Management-Kompetenz</i>	7	9,6
Planung/ Organisation	2	
Strategie	2	
Recht	1	
Modelle	1	
Formen des Projektmanagement	1	
<i>Sprachliche Kompetenz</i>	7	9,6
Englisch	3	
Fach-/Wirtschaftsenglisch	1	
Schreiben, Deutsch	2	
Sprachen	1	
<i>Sonstiges</i>	2	2,7
Ideenfindung	1	
Teamfähigkeit	1	

Basis: 73 Nennungen (28 Befragte)

#### 4.5 Einschätzungen zu einem „Grundbildungsjahr Multimedia“

Ein Bestandteil des Auftrags zu dieser Studie war es, ein Meinungsbild der Unternehmen aus dem Bereich der Multimedia-Produktion zu der Frage zu erstellen, ob ein

„Grundbildungsjahr Multimedia“ sinnvoll ist, und Einschätzungen über die Bedingungen und Erfolgsaussichten für ein solches Projekt in Hamburg zu gewinnen.

#### 4.5.1 Allgemeine Einschätzung und Bedingungen der Unternehmen

Um eine grundsätzliche Einschätzung über die Aufgeschlossenheit der Unternehmen gegenüber einem „Grundbildungsjahr“ zu gewinnen, wurde den Befragten mit Bezug auf die Überlegungen der Arbeitsgruppe „Neue Multimediaberufe“ beim Runden Tisch des Bildungswerks Medien e.V. zunächst eine sehr allgemein gehaltene Skizze vorge-tragen:

„Vielleicht kennen Sie den Runden Tisch der Medienwirtschaft, den das „Bildungswerk Medien“ regelmäßig in Hamburg veranstaltet. Dort hat sich vor eini-ger Zeit eine Arbeitsgruppe zum Thema „Neue Multimedia-Berufe“ gebildet, in der vor allem Vertreter aus Multimedia-Unternehmen die Idee eines „Grundbil-dungsjahrs“ für den Multimedia-Bereich entwickelt haben. Dabei wurde über-legt, im Laufe dieses Jahres mit Unterricht und Projekten in das gesamte Tätig-keitsspektrum der Multimedia-Produktion einzuführen, was dann also Konzepti-on, Gestaltung, Programmierung und Projektmanagement umfassen würde. Die Frage ist nun, ob dieser Ansatz weiter verfolgt werden sollte und ob es realis-tisch ist, ein entsprechendes Pilotprojekt zu entwickeln.“

Das Verhältnis der Einschätzungen zeigt Abbildung 5 (siehe Anhang). Auf der Basis der groben Skizze hielten etwas mehr als ein Drittel der Befragten (17 Personen) die Einführung eines „Grundbildungsjahrs“ für unbedingt sinnvoll und stimmten der Ant-wortvorgabe *Ein „Grundbildungsjahr Multimedia“ wäre auf jeden Fall eine sinnvolle Einrichtung* zu. Befragte, die die Einführung eines „Grundbildungsjahrs“ unbedingt begrüßen würden, nannten als Gründe gute Erfahrungen mit Absolventen einer einjähri-gen Ausbildung an einer „Multimedia-Akademie“, die Orientierungsfunktion angesichts vielfältiger Tätigkeitsanforderungen und –felder in sich stark wandelnden und konver-gierenden Branchen sowie die damit „optimal“ gegebene Möglichkeit der Mitarbeiter-rekrutierung. In einem Fall wurde die unbedingte Zustimmung durch den Hinweis er-gänzt, dass darüber hinaus die vorhandenen Qualifizierungsmöglichkeiten und vor allem die Berufe bekannter gemacht werden müssten.

Mit 63 Prozent der weitaus größte Teil der Befragten (30 Personen) schränkte seine Zustimmung ein und wollte ein „Grundbildungsjahr“ an bestimmte Bedingungen kop-peln (*Unter bestimmten Bedingungen könnte ein „Grundbildungsjahr Multimedia“ eine sinnvolle Einrichtung sein*). Nur in einem Fall wurde das „Grundbildungsjahr“ von vornherein abgelehnt und der Standardvorgabe *Ein „Grundbildungsjahr Multimedia“ wäre keine sinnvolle Einrichtung* zugestimmt. Die Ablehnung richtete sich in diesem Fall auf die Dauer („Ein Jahr ist zu lang und lohnt sich weder für die Betriebe noch für die Azubis“) und auf die Multimedia-Spezialisierung, die als zu eng gesehen wurde ge-genüber einem hier artikulierten Bedarf an eher medienübergreifenden Kommunikati-onsexperten.

Damit stellt sich die Frage, welche Bedingungen die Befragten an die Einführung eines „Grundbildungsjahrs“ knüpfen. Eine Gruppierung der Aussagen ergibt folgendes Bild:

*Tabelle 15: Die wichtigsten Voraussetzungen für ein „Grundbildungsjahr Multimedia“ aus Sicht der befragten Unternehmen*

<b>Themen</b> (Mehrfachnennungen möglich)	<b>Zahl der Nennungen</b>
<i>Praxis, Unternehmensnähe</i>	27 (29,3 %)
Praxisorientierung/ Projekteinbindung/ Flexibilität und Aktualität der Inhalte	13
Orientierung am Bedarf der Unternehmen/ erkennbarer Nutzen für die Unternehmen	6
Bereitstellung von Praktikumsplätzen/Kooperation der Firmen	6
Rotation der Teilnehmer	2
<i>überbetriebliche Organisation</i>	18 (19,6 %)
Vermittlung von Grundlagen in schulischer Einrichtung	6
überbetriebliche Koordination	4
hoch qualifizierte Dozenten (Praxis)	3
gute Lernmittelausstattung	2
gesicherte Finanzierung	2
Fachbeirat	1
<i>wenig oder keine Schule/ Theorievermittlung</i>	3 (3,3 %)
<i>Zielgruppe</i>	18 (19,6 %)
reine Berufsorientierung/-vorbereitung	7
Anschlussqualifizierung	5
hohes Qualifikationsniveau/Zugangsvoraussetzungen	4
Praktikum als Zugangsvoraussetzung	2
<i>Qualifizierungsinhalte</i>	14 (15,2 %)
Klarheit der Ausbildungsinhalte/ Richtlinien	10
keine Richtlinien	1
Schwerpunktsetzungen	3
<i>Status im Ausbildungssystem</i>	12 (13,0 %)
Anrechnung	7
Anerkennung	5

Basis: 92 Nennungen von 34 Befragten

*Praxisbezug und Relevanz für die Unternehmen* bilden mit fast 30 Prozent aller Nennungen den ersten wesentlichen Aspekt unter den von den Befragten genannten Voraussetzungen für die Einführung eines „Grundbildungsjahrs Multimedia“. Die am häufigs-

ten genannten Voraussetzungen sind Praxisorientierung, Praktika, Einbindung in „echte“ und „sinnvolle“ Projektarbeit und an der Praxis orientierte Flexibilität und Aktualität der Lehrinhalte. In 13 Fällen (14 Prozent aller Nennungen) steht dieses Spektrum an Anforderungen im Mittelpunkt. Konsequente Orientierung am Bedarf der Unternehmen durch kontinuierliche Bedarfsermittlung und ein für die Unternehmen klar erkennbarer Nutzen („keine Wohltätigkeit“) bildet bei sechs weiteren Nennungen eine der wichtigsten Voraussetzungen. Dabei wurden in einem Fall keine durch Schulbesuche bedingten langen Abwesenheitszeiten der Teilnehmer in den Unternehmen zur Bedingung gemacht, ein anderer Befragter sah längerfristige Bindungen von Mitarbeitern als notwendige Voraussetzung für ein Engagement des Unternehmens. Weitere sechs Nennungen bezogen sich auf die Notwendigkeit der Kooperation der Unternehmen, die vor allem in ausreichendem Maße Praktikumsplätze zur Verfügung stellen müssten. Daneben wurde mit zwei Nennungen eine Rotation der Teilnehmer durch mehrere Unternehmen für notwendig gehalten.

Bei einem Fünftel der Nennungen spielte die *überbetriebliche Organisation* eine wichtige Rolle unter den Voraussetzungen für ein „Grundbildungsjahr“. Sechs Befragte sahen die Vermittlung von Grundlagenwissen in einer schulischen Einrichtung als eine der wichtigsten Voraussetzung und betonten dabei teilweise auch die Notwendigkeit einer Verzahnung mit den Unternehmen. Dreimal wurde die Qualifikation der Dozenten ins Feld geführt, wobei zweimal Dozenten aus der Praxis bzw. aus den Unternehmen gefordert wurden. Eine moderne Ausstattung mit Hard- und Software nannten zwei Befragte. Ebenfalls zwei Nennungen entfielen auf eine gesicherte Finanzierung unter den wichtigsten Voraussetzungen für die Einführung eines „Grundbildungsjahrs“. Möglichst wenig oder gar keine Schule und Theorievermittlung erwarteten dagegen drei Befragte („Die interessantesten Leute würden nicht in eine Art Schule gehen.“). Mit vier Nennungen wurde eine überbetriebliche koordinierende Einrichtung zur Organisation der Praktikumsplätze und zur Qualitätssicherung als wesentliche Voraussetzung benannt. Als weiteres Element der Qualitätssicherung erwartete ein Befragter die Einrichtung eines kompetenten Fachbeirats.

Unter den Themenkomplexen, die als Voraussetzungen für ein „Grundbildungsjahr“ angeführt wurden, beinhaltet ein weiteres Fünftel der Nennungen die Frage der *Zielgruppe* und der *Zugangsvoraussetzungen*. Den Anspruch einer reinen Berufsvorbereitung, die keinesfalls Ausbildungsersatz sein sondern vor allem Einblicke in die verschiedenen Tätigkeitsfelder vermitteln soll (als „gute Möglichkeit für sehr junge Leute und Schulabgänger“), nannten insgesamt sieben der Befragten, wobei fünf von ihnen zusätzlich Wert auf eine anschließende weiterführende Qualifizierung durch Ausbildung oder Studium legten. Eine entgegengesetzte Sichtweise wurde in vier Fällen vertreten, wo die Befragten ein „Grundbildungsjahr“ vor allem unter der Voraussetzung eines hohen Qualifikationsniveaus in den Zugangsvoraussetzungen für sinnvoll hielten, indem sie es als Aufbauqualifikation nach einem absolvierten Studium, als studienbegleitendes Programm oder generell beschränkt auf eine enge Zielgruppe von Abiturienten oder Hochschulabsolventen definiert sahen. Zwei der Befragten betrachteten ein Praktikum im Vorwege als notwendige Zugangsvoraussetzung.

Im Zusammenhang mit den *Qualifizierungsinhalten*, die bei 15 Prozent der Nennungen im Zusammenhang mit den wichtigsten Voraussetzungen angesprochen wurden, steht die Klarheit über die Lernziele an erster Stelle: Zehn Nennungen beziehen sich auf die Formulierung von Richtlinien, Lernzielkataloge, klar definierte Inhalte oder Programme. Dem steht nur einmal die Forderung nach schneller Einführung ohne Richtlinien gegenüber. Drei Befragte erwarteten Schwerpunktsetzungen und Spezialisierungsmöglichkeiten im Rahmen des „Grundbildungsjahrs“ („Multimedia umfasst zu viele Bereiche“), in einem Fall speziell bezogen auf das Tätigkeitsfeld Screendesign.

Schließlich stand der *Status* eines „Grundbildungsjahrs“ *innerhalb des Ausbildungssystems* für eine größere Anzahl der Befragten im Mittelpunkt der Fragestellung. Sieben Personalverantwortliche nannten die Möglichkeit einer Anrechnung auf eine anschließende duale Berufsausbildung und die Verkürzung der Ausbildungszeit auch für Nicht-Abiturienten als Bedingung (dabei einmal die Integration in die duale Ausbildung als erstes Ausbildungsjahr mindestens für den Kaufmann/die Kauffrau für audiovisuelle Medien; für das Berufsbild des/der Mediengestalter/in für Digital- und Printmedien wurde das als eher schwierig beurteilt). Außerdem stand fünfmal die überregionale Anerkennung durch Kammern und Behörden als Bedingung im Vordergrund.

#### 4.5.2 Funktionen im Rahmen des Ausbildungssystems

Die Frage der Anerkennung und Anrechnung eines „Grundbildungsjahrs“ wurde bereits, wie gezeigt, im Zusammenhang mit den wichtigsten Voraussetzungen mehrfach thematisiert. Die Erwartungen an die Funktion eines „Grundbildungsjahrs“ im Rahmen des Ausbildungssystems waren darüber hinaus jedoch auch Gegenstand einer gezielten Nachfrage.

Die Befragten wurden dabei gebeten, aus einer Reihe von Aussagen zur möglichen Funktion eines „Grundbildungsjahrs“ alle diejenigen auszuwählen, denen sie zustimmen. Dabei handelte es sich um die folgenden Kategorien:

- Es sollte als Vorbereitung auf eine anschließende dreijährige Berufsausbildung dienen, bzw. für Abiturienten verkürzt auf zwei bzw. zweieinhalb Jahre.
- Es sollte als erstes Ausbildungsjahr für eine verkürzte Berufsausbildung dienen, die darauf aufbaut und eine fachliche Spezialisierung ermöglicht.
- Es sollte als Vorbereitung auf ein anschließendes Studium an einer Universität oder einer Fachhochschule dienen.
- Es sollte die Berufsausbildung des dualen Systems ersetzen und einen anschließenden Berufseinstieg ermöglichen.
- Es sollte ein Volontariat ersetzen.
- Es sollte eine ganz andere Funktion erfüllen, und zwar ....

Als Funktionen sind damit zugespitzt angesprochen: die reine Berufsvorbereitung, ein in die duale Ausbildung integriertes Anrechnungsjahr, ein studienvorbereitendes Orien-

tierungsjahr, ein Äquivalent für eine Ausbildung sowie – orientiert an den Medienunternehmen – eine Volontariatsfunktion im Sinne einer betriebsnahen Ausbildung außerhalb des dualen Systems. Die Zustimmungsquoten zeigt Abbildung 6 (siehe Anhang).

Die Verteilung der Zustimmung auf die Antwortvorgaben legt in erster Linie zwei Schlüsse auf die Erwartungshaltungen zu einem Grundbildungsjahr nahe. Für eine deutliche Mehrheit der hierzu Befragten, nämlich 75 Prozent (35 Befragte), sollte ein „Grundbildungsjahr“ die Möglichkeit zur Anrechnung im Rahmen der dualen Berufsausbildung bieten. Die Zustimmung zu dieser Funktion fiel fast dreimal so hoch aus, wie die Zustimmung zu der reinen Berufsorientierung ohne Anrechnungsmöglichkeit (28 Prozent).<sup>30</sup> Abgesehen von diesem sehr eindeutigen Ergebnis fällt eine recht gleichmäßige Verteilung auf einem Niveau im unteren Drittel auf, aus der lediglich die Funktion der Orientierung vor einem Studium etwas herausragt (40 Prozent). Die im Verhältnis zu den anderen Werten geringste Zustimmung entfiel auf die Funktion eines Äquivalents für eine Ausbildung (21 Prozent), so dass offensichtlich nur eine Minderheit der Befragten ein „Grundbildungsjahr“ als Alternative zu einer mehrjährigen Berufsausbildung betrachtete. Dabei handelte es sich von den Merkmalen der Unternehmen her hauptsächlich um die jüngsten Betriebe (sechs von zehn Betrieben, die dieser Kategorie zustimmten, waren zum Zeitpunkt der Befragung maximal ein Jahr alt). Außerdem haben kleinere Unternehmen dem proportional häufiger zugestimmt als größere. Schließlich wird auch ein eindeutiger Zusammenhang zwischen Erfahrungen mit der dualen Ausbildung und einer Zustimmung zu einem „Grundbildungsjahr“ als Ausbildungsersatz erkennbar, denn keines der Unternehmen, die bereits im Rahmen des dualen Systems ausbildeten, hat dieser Funktion zugestimmt.

Auf mehr Zustimmung stieß demgegenüber das weniger regulierte und in Medienbetrieben teilweise auch als „On-Top“-Qualifizierung praktizierte Volontariatsmodell (32 Prozent).

Immerhin 23 Prozent (elf Befragte) sahen ein Multimedia-„Grundbildungsjahr“ in anderen als den vorgegebenen Funktionen. Mehr als eine Nennung entfallen dabei auf die Funktionen „Zusatzqualifikation für Hochschulabsolventen“ bzw. Traineeausbildung (drei Nennungen), „Qualifikation für Studienabbrecher oder Quereinsteiger“ (zwei Nennungen), „studienbegleitende Ausbildung/Praktikum“ (zwei Nennungen).

#### 4.5.3 Institutioneller Rahmen

Um die Präferenzen der Unternehmen hinsichtlich der institutionellen und organisatorischen Umsetzung eines Multimedia-Grundbildungsjahrs zu ermitteln, wurden die Befragten anhand mehrerer Antwortvorgaben gebeten, den Ort zu nennen, an dem ein „Grundbildungsjahr“ am besten durchgeführt werden sollte.

---

<sup>30</sup> Eine Komplementarität zwischen Befürwortern der „Ausbildungsfunktion“ und der „Berufsorientierungsfunktion“ ist dabei insofern nicht gegeben, als etwa die Hälfte der Befragten beide Funktionen ablehnte.

Neben einer offenen Kategorie schlugen die vier Ausprägungen eine rein betriebliche Lösung, eine rein überbetriebliche sowie zwei Mischformen mit einem betrieblichen und einem überbetrieblichen Schwerpunkt vor. Die Verteilung der Präferenzen ist in dieser Frage sehr aufschlussreich, wie Abbildung 7 (siehe Anhang) zeigt.

Auf so gut wie keine Zustimmung stießen mit jeweils nur einer Nennung die rein betriebliche Form eines „Grundbildungsjahrs“ ohne überbetriebliche Elemente wie auch umgekehrt die rein überbetriebliche Lösung ohne betriebliche Anteile. Insgesamt präferierten 91 Prozent der Befragten, die ein „Grundbildungsjahr“ bedingt oder unbedingt für sinnvoll hielten, ein Mischkonzept aus betrieblichen und überbetrieblichen Anteilen. Dabei sprachen sich deutlich mehr als die Hälfte der Befragten für eine schwerpunktmäßige Durchführung im Betrieb mit überbetrieblichen Unterrichtsblöcken aus, während ein Viertel der befragten Unternehmen eine Bildungseinrichtung als Schwerpunkt mit integrierten Betriebspraktika vorzog. Von den sechs Befragten, die eine Durchführung auf andere Weise vorzogen, erwarteten zwei eine gleichmäßige Verteilung der Anteile auf Schule und Betrieb. Zwei weitere konkretisierten ihre Vorstellung entsprechend dem von ihnen befürworteten Rotationsprinzip (s.o.) und hielten Praktika in verschiedenen Betrieben in Kombination mit überbetrieblichem Unterricht für die beste Lösung.

Diese Ergebnisse stehen in Übereinstimmung mit den oben angeführten Bedingungen, die die Befragten an ein „Grundbildungsjahr“ gestellt haben, wobei dem Praxisbezug und der Unternehmensnähe die wichtigste Rolle zukam, aber Fragestellungen der überbetrieblichen Organisation daneben immerhin 20 Prozent aller (ungestützten) Nennungen umfassten.

#### *4.5.4 Finanzierung*

46 Befragte haben Vorstellungen zur Finanzierung eines Multimedia-Grundbildungsjahrs geäußert, die wiederum auch in Abhängigkeit von den jeweils präferierten institutionellen Modellen stehen.

Insofern ist es folgerichtig, dass der größte Anteil der Vorschläge eine Aufteilung der Kosten auf die Unternehmen einerseits und öffentliche Mittel andererseits beinhaltete. Insgesamt befürworteten die Hälfte (23 Befragte) eine Kombination von Unternehmensbeteiligung und öffentlichen Mitteln. Die meisten (15 Befragte) sahen den Anteil der Unternehmen dabei als Praktikumsvergütung, die sie den Teilnehmerinnen und Teilnehmern zahlen würden (an konkreten Zahlen wurden dabei vereinzelt Richtwerte von 630 DM sowie zwei Drittel eines Auszubildenden-Gehalts im ersten Lehrjahr angegeben). Behörden und öffentlichen Einrichtungen wurde dabei vorrangig die Finanzierung von überbetrieblichen Anteilen zugeschrieben.

Knapp 20 Prozent (neun Befragte) betrachteten die Finanzierung eines „Grundbildungsjahrs“ als eine rein staatliche Aufgabe. Weitere neun gaben dagegen einer rein privatwirtschaftlichen Finanzierung den Vorzug, wobei acht die Unternehmen als allei-

nige Kostenträger sahen. Vereinzelt wurde auch eine finanzielle Beteiligung von Teilnehmern befürwortet (drei Befragte).

#### 4.5.5 *Bereitschaft zur Beteiligung*

Bei 44 der 48 einbezogenen Unternehmen gaben die Befragten an, dass eine Beteiligung an einem „Multimedia-Grundbildungsjahr“ im Grundsatz vorstellbar sei. Dabei wurde allerdings jeweils vorausgesetzt, dass die damit verbundenen Bedingungen und Vorstellungen Berücksichtigung finden, was schon deshalb nicht in jedem Fall möglich wäre, weil einige von ihnen sich gegenseitig ausschließen. Die Höhe einer tatsächlichen Beteiligung wäre insofern immer abhängig von dem Ausmaß, in dem diese Voraussetzungen der einzelnen Unternehmen, die in die Ergebnisse dieser Untersuchung als quantitative Größen Eingang finden, erfüllt sind. Als Gründe für eine Nichtbeteiligung wurden – abgesehen von der grundsätzlichen Ablehnung eines „Grundbildungsjahrs“ in einem Fall (s.o.) – ungeeignete innerbetriebliche Strukturen, Zeitmangel wegen gegenwärtig starken Unternehmenswachstums sowie die Absicht, zunächst den Erfolg der neuen Ausbildungsberufe abzuwarten, geäußert.

Trotz der notwendigen Einschränkung hinsichtlich der Reichweite der prinzipiell sehr hohen Bereitschaft zu einer Beteiligung, erschienen Aussagen über die Zustimmungsraten zu einzelnen Formen der Beteiligung möglich und sinnvoll. Die Verantwortlichen wurden daher gebeten, für eine Reihe von Möglichkeiten anzugeben, ob eine Beteiligung des Unternehmens denkbar ist. Die Höhe der Zustimmung gibt im Einzelnen Abbildung 8 (siehe Anhang) wieder.

Fast alle Befragten, die für eine Beteiligung ihres Betriebes an einem Grundbildungsjahr Multimedia aufgeschlossen waren, sahen sich als potenzielle Praktikumsanbieter: Für 88 Prozent aller Befragten (44 Nennungen) war eine Beteiligung in Form der Bereitstellung von Praktikumsplätzen denkbar. Für die anderen angefragten Möglichkeiten fiel die Zustimmung jeweils halb so groß aus. Dazu gehören die Beteiligung an einem Praxisbeirat für schulische Lehrinhalte und Lehrerfortbildung, die Bereitstellung von Dozenten für die schulische Ausbildung und die Beteiligung an der Ausbildungsfinanzierung. Bei all diesen Beteiligungsmöglichkeiten lag die Zustimmung aber immer noch bei über 40 Prozent aller befragten Unternehmen.

Die Bereitschaft, sich in diesen Punkten zu engagieren, hängt dabei teilweise von der Unternehmensgröße ab. So waren von den kleinsten Unternehmen mit maximal zehn Mitarbeitern lediglich 15 Prozent bereit, sich an einem Praxisbeirat zu beteiligen, und nur eines von 13 Unternehmen dieser Größe war bereit, sich an der Finanzierung zu beteiligen (gegenüber mindestens 50 Prozent in den anderen Gruppen). Die Bereitschaft, sich zu engagieren, war außerdem bei den Unternehmen stärker ausgeprägt, die bereits eine duale Ausbildung durchführten: Dies gilt sowohl für die Bereitschaft, sich an einem Praxisbeirat zu beteiligen (67 Prozent der Unternehmen, die an dualer Ausbildung beteiligt sind gegenüber 33 Prozent bei den übrigen), als auch für die Bereitschaft, Dozenten zur Verfügung zu stellen (58 Prozent gegenüber 36 Prozent bei den übrigen)

und außerdem für die Beteiligung an der Ausbildungsfinanzierung (58 Prozent gegenüber 39 Prozent bei den übrigen Unternehmen).

Als weitere mögliche Angebote wurden mit Einzelnennungen Vorträge, Sachmittelausstattung, Hospitanzen von Dozenten in Unternehmen und Projektarbeit mit den Teilnehmern vorgeschlagen

## 5. Zusammenfassung der empirischen Ergebnisse

### *Datenbasis*

Die Ergebnisse beruhen auf einer im Februar 1999 durchgeführten, standardisierten jeweils rund halbstündigen telefonischen Befragung von 48 Inhabern, Geschäftsführern und Personalverantwortlichen Hamburger Multimediafirmen, was einer Stichprobe von rund zehn Prozent aus einer Unternehmensdatenbank der Hamburgischen Wirtschaftsförderung entspricht.

Wegen erheblicher Fluktuationen und Abgrenzungsprobleme des Untersuchungsfeldes sind derzeit keine zuverlässigen Angaben über Merkmale der Grundgesamtheit möglich. Bleibender Eindruck der Erhebungsphase ist ein drastischer Zeitmangel und eine hohe Arbeitsbelastung der befragten Gruppe, die auch der häufigste Grund für das Nicht-Zustandekommen für Interviews war. In der andauernden Dynamik dieses Feldes bildet diese Erhebung insofern eine Momentaufnahme. Sie liefert ein Meinungsbild einer größeren Gruppe von Hamburger Unternehmen zur Frage aktueller Qualifizierungsbedarfe und geeigneter Ansätze zu Qualifizierungsmaßnahmen, ohne Anspruch auf Generalisierung auf eine bisher verschwommene Grundgesamtheit oder Bestand für einen längeren Zeitraum erheben zu können.

### *Merkmale der Unternehmen und der Befragten*

Bei den befragten Unternehmen handelte es sich in knapp der Hälfte der Fälle um solche, die sich selbst als eigenständiges „Unternehmen mit dem Hauptgeschäftsfeld Multimedia-Produktion“ zuordneten, in sieben Fällen um eine „Multimedia-Spezialabteilung innerhalb eines größeren Unternehmens“ (Unit) und in sechs Fällen um Agenturen mit dem Schwerpunkt Beratung und Produktion im Bereich Neue Medien/Multimedia. Hinzu kamen zwölf Unternehmen mit Schwerpunkten im IT- oder Softwareentwicklungsbereich, sowie u. a. im Vertrieb oder der Medienproduktion.

Die wichtigsten Geschäftsfelder sind für ein Drittel der befragten Unternehmen Internet-Auftritte und für ein Fünftel die Entwicklung von Software. An dritter und vierter Stelle stehen Unternehmenskommunikation und Werbung sowie E-Commerce.

Die befragten Unternehmen waren, dem Bild dieses Wirtschaftsfeldes entsprechend, überwiegend sehr jung und klein: Ein Fünftel der Unternehmen/Units wurde im Laufe des vorangegangenen Jahres gegründet, knapp 60 Prozent waren maximal drei Jahre alt und nur fünf der befragten Unternehmen waren zehn Jahre und älter. Mehr als die

Hälfte der Unternehmen hatten maximal 15 Beschäftigte inklusive Freier Mitarbeiter/innen, 20 Prozent höchstens vier fest angestellte Mitarbeiter/innen.

Die Gruppe der befragten Personalverantwortlichen war – weniger als in bisherigen Untersuchungen, aber immer noch in hohem Maße – akademisch geprägt: knapp 70 Prozent hatten ein Studium mindestens begonnen (58 Prozent hatten einen Universitäts- oder Fachhochschulabschluss). Eine Lehre im Rahmen dualer Berufsausbildung hatte demgegenüber knapp ein Drittel absolviert.

#### *Einschätzungen zu Qualifizierungsbedarfen in der Multimedia-Wirtschaft insgesamt*

Der weitaus größte Teil der Befragten (94 Prozent) sah bezogen auf die Unternehmen der professionellen Multimedia-Produktion Qualifizierungsdefizite. Im Mittelpunkt standen dabei die vier auch schon in anderen Studien ermittelten Kernbereiche Programmierung, Screendesign, Projektmanagement und Konzeption, wobei der letztere Tätigkeitsbereich hinter die übrigen zurückfällt. Daneben wurden Bedarfe an technologischem Know-how artikuliert (IT-Technik, Internet-Technologie).

#### *Qualifizierungspraxis in den befragten Unternehmen*

Ebenfalls der größte Teil der befragten Unternehmen (88 Prozent) führt Qualifizierungsmaßnahmen im Betrieb durch. Diese Bemühungen sind hauptsächlich von Praktika geprägt – drei Viertel der Befragten bieten Praktikumsplätze an. Eine größere Rolle spielen daneben interne Schulungen (29 Prozent). Ein Viertel der Unternehmen gab an, im Rahmen dualer Berufsausbildung auszubilden; nimmt man die an Ausbildungsverbänden beteiligten hinzu, ist es ein knappes Drittel. Dabei hat die Verbundausbildung unter den ausbildenden Betrieben einen hohen Stellenwert, denn fast die Hälfte dieser Unternehmen (sieben) bildete Anfang 1999 in einem solchen Rahmen aus. Volontariate und externe Weiterbildungsmaßnahmen sind jeweils in einem Fünftel der Fälle Praxis. Die angegebenen Inhalte der Qualifizierungsmaßnahmen außerhalb der dualen Berufsausbildung stimmen hinsichtlich des Gewichts der einzelnen Bereiche Programmierung, Screendesign, Projektmanagement und Konzeption weitgehend mit den genannten Bedarfen überein.

Wichtigster Ausbildungsberuf in den befragten Unternehmen ist der/die Mediengestalter/in für Digital- und Printmedien. Acht von zwölf Ausbildungsbetrieben gaben an, diesen Beruf auszubilden, wohingegen Kaufmann/-frau für audiovisuelle Medien nur in zwei der Unternehmen ausgebildet wurde. Von der Planung der Unternehmen her zeichneten sich deutliche Zuwächse bei der Beteiligung an dualer Ausbildung ab. Dabei bleibt der/die Mediengestalter/in für Digital- und Printmedien an der Spitze, während sich aber zugleich der deutlichste Zuwachs für den Beruf Kaufmann/-frau für audiovisuelle Medien abzeichnet (von zwei auf neun Betriebe unter den Befragten). Eine leichte Zunahme von einem auf drei Betriebe ergab auch die Planung für den Beruf Fachinformatiker/in, der insofern aber weiterhin eine untergeordnete Rolle bei den Multimedia-Unternehmen spielen dürfte.

Kleine und jüngere Unternehmen qualifizieren weniger als größere und ältere. Von den kleinsten Unternehmen (maximal zehn Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter) hatten nur knapp mehr als die Hälfte irgendeine der Qualifizierungsmaßnahmen ergriffen. Je älter die Unternehmen waren, desto größer war auch der Anteil derer, die Praktikumsplätze, und derer, die eine Berufsausbildung anbieten.

### *Einschätzungen der befragten Unternehmen zur dualen Berufsausbildung*

Unter den befragten Multimedia-Unternehmen wiesen die seit 1997 eingeführten IT- und Medienberufe unterschiedliche Grade der Bekanntheit auf, aus denen der Beruf Mediengestalter/in für Digital- und Printmedien herausragt. Deutlich unterdurchschnittlich war die Bekanntheit der Berufe bei den jeweils kleinsten Unternehmen (bzw. bei den Units) mit bis zu zehn Mitarbeitern und bei den jüngsten, maximal ein Jahr alten Unternehmen. Der Relevanz der Berufe für die Bedarfe der befragte Unternehmen wurde nachgegangen, indem sie eine Bewertung hinsichtlich der Adäquatheit für die betrieblichen Bedarfe vorgenommen haben. Dabei erhielt wiederum der/die Mediengestalter/in für Digital- und Printmedien die höchste Bewertung, wengleich Breite und Komplexität des Berufsbildes auch auf Kritik stießen.

Eine Gegenüberstellung von Bekanntheitsgraden der einzelnen Berufe und ihrer Relevanz für die befragten Unternehmen mit den Angaben zur gegenwärtigen und zur geplanten Berufsausbildung bestätigt die mit Abstand größte Akzeptanz für den neuen Beruf Mediengestalter/in für Digital- und Printmedien sowie eine im Vergleich mit anderen Berufsbildern überdurchschnittliche Bedeutung des Berufs Kaufmann/-frau für audiovisuelle Medien. Der/die Fachinformatiker/in fällt nicht nur hinsichtlich der Bekanntheit, sondern auch bei den bisherigen Ausbildungsaktivitäten hinter diese Berufe zurück, wurde aber auf der deutlich schmaleren Basis (vor allem von IT- und Software-Unternehmen) zugleich als passender auf die Bedarfe der Unternehmen eingestuft als etwa der/die Kaufmann/-frau für audiovisuelle Medien.

Obwohl die Berufe hinsichtlich ihrer Relevanz für die betrieblichen Anforderungen durchschnittlich nur mit „3,1“ („halbwegs“ auf einer Skala von „1=sehr gut“ bis „5= gar nicht“) eingeschätzt wurden, sprach sich lediglich ein Drittel der Befragten für eine Modifizierung vorhandener Berufsbilder hin zu speziellen „Multimedia-Fachrichtungen“ aus, wobei der Beruf Fachinformatiker/in am häufigsten genannt wird. Dagegen befürwortete über die Hälfte der Befragten die Entwicklung neuer, staatlich anerkannter Ausbildungsberufe für Tätigkeiten im Multimedia-Bereich. Eine deutliche Mehrheit dieser Befragten befürwortete hier auch weiterhin die reguläre Ausbildungsdauer.

Ein allgemeines Anforderungsprofil, das die Personalverantwortlichen an potenzielle Bewerber für „Multimedia-Berufe“ entwerfen, entspricht einer Zielgruppe von Schulabgängern aus Realschulen und Gymnasien mit hohen Anforderungen an soziale Kompetenz und Engagement, guten Englischkenntnissen und vor allem einer ausgeprägten Medienkompetenz.

Die Angaben zu Tätigkeitsbereichen, die im Hinblick auf neue Berufsbilder abgrenzbar wären, ergeben allerdings ein uneinheitliches, durch vielfältige und spezifische Bedarfe geprägtes Bild, so dass hier bei weitem noch nicht von aktuellen Bedarfen zur Schaffung neuer Berufsbilder im Rahmen dualer Ausbildung ausgegangen werden kann.

Probleme mit dualer Ausbildung hatten die Befragten aus unterschiedlichen Gründen. Zum einen aus Skepsis gegenüber der Form an sich: Angeführt wurden Schwerfälligkeit und Realitätsferne des Ausbildungssystems in der Anpassung an neue Bedarfe, zu lange Ausbildungszeiten, die Problematik des Erwerbs einer Ausbildungsberechtigung sowie eine mangelhafte Ausstattung der Berufsschulen. Dualer Ausbildung als „die falsche Fragestellung“ zog etwa ein Drittel der Befragten alternative Qualifizierungsmöglichkeiten vor: training on the job, neu zu entwickelnde flexiblere Ausbildungsformen oder in Ausnahmen auch generell ein Hochschul- oder Fachhochschulstudium als Mindestvoraussetzung. Probleme ganz anderer Art sind mehrfach angeführte Informationsdefizite, ein fehlender Überblick über Berufe („Unübersichtlichkeit“) und mangelnde Erfahrung mit Ausbildung („Man müsste uns an die Hand nehmen“).

#### *Die vier Kernbereiche der Multimedia-Produktion im Verhältnis zur dualen Ausbildung*

Ein Großteil aller artikulierten Qualifizierungsbedarfe bezieht sich auf die vier Kernbereiche der Multimedia-Produktion: Programmierung, Screendesign, Projektmanagement und Konzeption. Der Wunsch, diese Bedarfe im Rahmen dualer Ausbildung zu decken, war für die einzelnen Bereiche unterschiedlich ausgeprägt. Am höchsten ist die Akzeptanz dualer Ausbildung im Bereich der Programmierung, und auch im Bereich Screendesign ist sie noch vergleichsweise hoch, während der hohe Qualifizierungsbedarf im Bereich Projektmanagement mit einer vergleichsweise geringen Akzeptanz von Berufsausbildung einhergeht und sie schließlich im Bereich Konzeption weitgehend abgelehnt wird. Die Grenzen der Akzeptanz des bestehenden Rahmens von Berufsausbildung werden auch in der Frage der Ausbildungsdauer deutlich, wo sich nur in den Bereichen Programmierung und Screendesign noch knappe Mehrheiten für die reguläre Ausbildungszeit finden, starke Minderheiten jedoch – oder beim Projektmanagement sogar eine deutliche Mehrheit – generelle Verkürzungen befürworteten.

#### *Bewerberprofile für eine Erstausbildung und Ausbildungsinhalte*

Im Bereich *Konzeption* treten nur einige unspezifische Angaben, wie Flexibilität, Offenheit oder Begeisterung für Neue Medien etwas hervor, jedoch keine Konturen eines Bewerberprofils – auch aufgrund sehr geringer Fallzahlen, weil dieser Bereich nur von einer Minderheit der Befragten als ein potenzieller Ausbildungsberuf gesehen wurde. Es deutet sich lediglich eine Tendenz zum höheren Schulabschluss im Vergleich zu den anderen Bereichen an.

*Projektmanagement* als Tätigkeitsbereich wird ebenfalls nur sehr zurückhaltend mit einer Berufsausbildung in Verbindung gebracht. Als zentrale Voraussetzung kristallisiert sich die soziale Kompetenz heraus, während die speziell genannten Anforderungen

eher streuen, sich dabei vor allem auf organisatorische und kaufmännische Fähigkeiten oder Projektorientierung beziehen, daneben aber auch Allgemeinbildung oder Englischkenntnisse vorkommen.

Beim *Screendesign* überwiegt als formale Mindestanforderung die Mittlere Reife. Häufiger wurde demgegenüber als Hauptanforderung das grafische Talent angeführt, daneben Kreativität, Flexibilität und Englischkenntnisse, gepaart mit der Bereitschaft zum Programmieren und einem technischen Verständnis.

Die wichtigsten Voraussetzungen für den Tätigkeitsbereich *Programmieren* – für den der Qualifikationserwerb im Rahmen einer dualen Berufsausbildung am ehesten befürwortet wurde – bildeten bei den Befragten die Erfahrung mit und Begeisterung für neue Medien und Computer sowie ein mathematisch-logisches Verständnis. Persönliche Merkmale, wie Kreativität und soziale Kompetenz, fallen außerdem stärker ins Gewicht als die Frage des Schulabschlusses.

Über alle vier Bereiche hinweg ist festzuhalten, dass Medienkompetenz (Interesse an und Begeisterung für Neue Medien) durchweg häufiger als Voraussetzung genannt wird als Schulabschlüsse, und auch Kreativität und soziale Kompetenz haben demgegenüber einen höheren Stellenwert.

Eine Auswertung der für die einzelnen Tätigkeitsfelder angegebenen Ausbildungsinhalte umreißt das jeweilige Kompetenzspektrum, in dem sich Qualifizierungsmaßnahmen mit dem Anspruch, Basiskenntnisse und -fertigkeiten zu vermitteln, nach Ansicht der Befragten bewegen müssen. Als gemeinsame Qualifikation wird dabei eine medien-spezifische, tätigkeitsübergreifendes Querschnittswissen einschließende Kompetenz deutlich, also ein Verständnis für die vielfältigen Möglichkeiten und Anwendungen multimedialer Techniken.

Die Erwartungen der Befragten an die überbetriebliche Vermittlung von Kenntnissen und Fertigkeiten richteten sich zum einen generell auf das theoretische Grundlagenwissen der fachlichen Ausbildung und daneben vor allem auf vier fachliche Kompetenzbereiche, die Hard- und Software, kaufmännische Kenntnisse, gestalterische Kenntnisse und Fertigkeiten sowie Management-Wissen umfassen.

#### *Alternativkonzept „Grundbildungsjahr Multimedia“*

Eine Aufgabe dieser Studie war die Prüfung der Erfolgsaussichten und Bedingungen eines Alternativkonzepts mit dem Arbeitstitel „Grundbildungsjahr Multimedia“. Dazu wurden die Einschätzungen der befragten Personalverantwortlichen in den Unternehmen erbeten.

Die Aufgeschlossenheit gegenüber einem zunächst allgemein umrissenen Alternativkonzept (Vermittlung von Basisqualifikationen in allen vier Tätigkeitsbereichen innerhalb eines Jahres im Rahmen von Projekten und mit Unterrichtsanteilen) war unter den Befragten außerordentlich hoch: Unbedingte Zustimmung („auf jeden Fall“) ohne Konkretisierungen fand der Vorschlag bei 35 Prozent der Befragten, weitere 63 Prozent

hielten den Vorschlag „unter bestimmten Bedingungen“ für sinnvoll. Nur ein Befragter lehnte einen solchen Ansatz von vornherein als zu lang für einen praxisnahen Einstieg und nicht bedarfsgerecht ab.

Im Mittelpunkt der von den Unternehmen genannten Bedingungen für ein solches Konzept standen Praktika, Projekte, Aktualität der Lehrinhalte und Orientierung an den Unternehmensbedarfen. Unterschiedliche, zum Teil einander widersprechende Bedingungen wurden mit der Rolle überbetrieblicher Organisation verknüpft, nämlich einerseits etwa die Bedingung, dass Grundlagenwissen in einer schulischen Einrichtung vermittelt wird – mit weiteren Anforderungen, wie gute Ausstattung, Notwendigkeit der Verzahnung von „Schule“ und Unternehmen, fachliche Qualifikation der Dozenten – und andererseits im Gegenteil die Bedingung, dass möglichst wenig oder keine Schule und Theorievermittlung stattfindet. Weitere Bedingungen waren die Schaffung einer überbetrieblichen Einrichtung zur Koordination von Praktika und Qualitätssicherung sowie die Einrichtung eines Fachbeirats. Entgegengesetzte Bedingungen wurden auch hinsichtlich der Zielgruppe und Zugangsvoraussetzungen gestellt: reine Berufsvorbereitung, teilweise unter der Voraussetzung anschließender weiterführender Ausbildung einerseits stand hier einer hoch qualifizierten, akademischen Zielgruppe gegenüber. Selbst der mehrfach formulierten Forderung nach klaren Lernzielen und eindeutig definierten Inhalten stand in einem Fall die Ablehnung von Regularien gegenüber. Eine weitere Forderung war die Möglichkeit von Schwerpunktsetzungen oder Spezialisierungen im Rahmen eines „Grundbildungsjahrs“. Für eine Reihe der Befragten standen außerdem Anrechnungsmöglichkeiten auf eine anschließende verkürzte Berufsausbildung im Mittelpunkt, für eine weitere Gruppe die Frage einer möglichst breiten institutionellen und überregionalen Anerkennung.

Unter den denkbaren Funktionen eines „Grundbildungsjahrs“ erhielt nur die derzeit im Rahmen dualer Ausbildung höchst problematische Funktion als „erstes Ausbildungsjahr für eine verkürzte Berufsausbildung (...), die darauf aufbaut und eine fachliche Spezialisierung ermöglicht“ eine sehr hohe Zustimmung von drei Vierteln der Befragten, so dass damit die *Frage einer Anrechnung im Zentrum der Akzeptanz für die Einführung eines „Grundbildungsjahrs“* stand. Allen anderen Funktionen (reine Berufsvorbereitung ohne Anrechnungsmöglichkeit, Studienvorbereitung, Ausbildungsäquivalent, Volontariat) stimmten jeweils deutlich weniger als die Hälfte der Befragten zu. Nur eine Minderheit der Befragten betrachtete ein „Grundbildungsjahr“ als Alternative zu einer mehrjährigen Berufsausbildung. Dabei handelt es sich hauptsächlich um die jüngsten Betriebe sowie die kleineren Unternehmen. Keines der Unternehmen, die im Rahmen des dualen Systems ausbilden, stimmte dieser Funktion zu.

Hinsichtlich des institutionellen Rahmens präferierten insgesamt 91 Prozent der Befragten, die ein „Grundbildungsjahr“ bedingt oder unbedingt für sinnvoll hielten, ein Mischkonzept aus betrieblichen und überbetrieblichen Anteilen, wobei sich deutlich mehr als die Hälfte der Befragten für eine schwerpunktmäßige Durchführung im Betrieb mit überbetrieblichen Unterrichtsblöcken aussprach, während nur ein Viertel eine Bildungseinrichtung mit integrierten Betriebspraktika vorzog.

In der Frage der Finanzierung wurde eine Aufteilung der Lasten auf die Unternehmen und öffentliche Einrichtungen favorisiert, wobei hier am höchsten die Bereitschaft war, den Teilnehmern eine Praktikumsvergütung zu zahlen, und öffentliche Mittel vor allem zur Finanzierung überbetrieblicher Elemente erwartet wurden.

92 Prozent der befragten Unternehmen konnten sich vorstellen, sich an einem „Grundbildungsjahr“ zu beteiligen. Fast alle unter ihnen (88 Prozent) waren bereit, Praktikumsplätze anzubieten. Jeweils knapp über 40 Prozent konnten sich vorstellen, sich an einem Praxisbeirat zu beteiligen, Dozenten zu stellen und sich an der Ausbildungsfinanzierung zu beteiligen. Die entscheidende Einschränkung waren allerdings die oben genannten vielfältigen und zum Teil einander widersprechenden Bedingungen, so dass die Höhe der tatsächlichen Beteiligung an einem solchen Konzept immer abhängig von dem Ausmaß bleibt, in dem diese Voraussetzungen der einzelnen Unternehmen dann erfüllt sind.

## 6. Schlussfolgerungen für die Qualifizierungssituation im Multimedia-Bereich

1. Die Befragung bestätigte *hohe Qualifizierungsbedarfe in den Unternehmen der professionellen Multimedia-Produktion*, die sich hauptsächlich auf die Tätigkeitsbereiche Projektmanagement, (Multimedia-)Design/Screendesign und Programmierung erstrecken. Diese Bedarfe wurden durch das vorhandene Qualifizierungsangebot nicht ausreichend gedeckt.
2. Die duale Ausbildung spielte bei den befragten Unternehmen eine untergeordnete Rolle. Die Berufe mit der höchsten Relevanz für die Tätigkeitsfelder im Multimedia-Bereich – Mediengestalter/in für Digital- und Printmedien, Fachinformatiker/in, Kaufmann/-frau für audiovisuelle Medien – sind zu neu für eine zuverlässige Einschätzung ihrer Akzeptanz in den Unternehmen. Zugleich waren deutlich Zuwächse bei den Befragten hinsichtlich der Beteiligung an dualer Ausbildung bei der Planung für das nächste Jahr erkennbar. *Eine Modifizierung bestehender Berufsbilder wurde bei den Befragten mehrheitlich nicht gewünscht*, zeichnete sich für die Zukunft unter der Voraussetzung stärkerer Konsolidierung am ehesten für den Beruf Fachinformatiker/in ab.
3. Gegenüber starker Skepsis bis Ablehnung dualer Berufsausbildung bei etwa einem Drittel herrschte bei einer deutlichen Mehrheit der Befragten eine grundsätzlich positive Einstellung gegenüber dualer Berufsausbildung und der Wunsch, Qualifizierungsbedarfe auch über diesen Weg abzudecken. Zugleich sind die bisher identifizierten Tätigkeitsbereiche und die in der Befragung formulierten Bedarfe in dem heterogenen und dynamischen Feld der Multimedia-Produzenten nicht scharf genug profiliert, so dass *konkrete Bedarfe an neuen „Multimedia-Berufen“ bisher nicht deutlich artikuliert werden*.
4. In den befragten Unternehmen des Multimedia-Bereichs bestanden aufgrund der typischen Merkmale – hoher Anteil junger und sehr kleiner Unternehmen, hohe in-

dividuelle Arbeitsbelastung und hoher Anteil primär akademisch geprägter Personalverantwortlicher – *starke Informations- und Erfahrungsdefizite im Hinblick auf bestehende Ausbildungsmöglichkeiten im Rahmen dualer Ausbildung*. Hier ist Unterstützung und Aufklärung hinsichtlich der Möglichkeiten dualer Ausbildung sinnvoll (beispielsweise auch über Formen von Verbundausbildung, die bei den bisher ausbildenden Betrieben eine nicht unerhebliche Rolle spielt).

5. Zentrale Voraussetzung für die Akzeptanz eines „Grundbildungsjahrs“ bei den Unternehmen ist die Möglichkeit einer *Anrechnung auf Berufsausbildung*, was nach Einschätzung der befragten Experten regulatorisch gesehen problematisch ist und zum andern eine Verzahnung mit vorhandenen Berufsbildern einschließen würde, was einen längeren Abstimmungsprozess erforderlich machen und eine Reihe neuer Probleme nach sich ziehen würde. Diese Forderung steht insofern der nach einer schnellen Umsetzung entgegen, bestätigt aber, insofern es „Einstieg in Ausbildung“ sein soll, erneut die hohe Akzeptanz regulärer Berufsausbildung.
6. Die Festlegung eines „Grundbildungsjahrs“ auf die Funktion der reinen Berufsorientierung lehnten die meisten befragten Personalverantwortlichen ebenso ab, wie die Zuspitzung auf die Funktion eines Ausbildungsäquivalents, also als Vorbereitung auf einen anschließenden direkten Berufseinstieg. (Zwischen diesen beiden Funktionen gab es auch keine Komplementarität in der Zustimmung.) Etwas stärker, allerdings ebenfalls deutlich ohne mehrheitliche Zustimmung, fiel demgegenüber die Zustimmung zur Funktion eines Volontariats und vor allem zu einer Funktion als „Studienvorbereitung“ aus („Zusatzqualifikation für Akademiker“ ist eine weitere mehrfach genannte Funktion). Vor diesem Hintergrund reichte die Akzeptanz nicht aus, wenn ein solches Modell mit einer weit gehenden Konzentration auf die Zielgruppe von Schulabgängern aus Realschulen und Gymnasien mit dem vorrangigen Ziel eines schnellen beruflichen Einstiegs verbunden wäre. Vielmehr wird die Offenheit von Qualifizierungsmaßnahmen auch gegenüber Zielgruppen, wie Quereinsteigern und Hochschul-/Fachhochschulabsolventen erwartet, so dass ausgehend von diesen Zielgruppen *kein Bedarf für Qualifizierungsmaßnahmen erkennbar ist, die an bestehende Modelle eines „Berufsgrundbildungsjahrs“ oder „Berufsvorbereitungsjahrs“ angelehnt wären*.
7. Deutlich wurde eine Diskrepanz zwischen außerordentlich hoher Zustimmung zu einem – in der Befragung – weitgehend unspezifizierten Konzept, das die Vermittlung von Basisqualifikationen in den vier Kernbereichen der Multimedia-Produktion in einer Mischung aus Projektarbeit und Unterricht vorschlug sowie der hohen Bereitschaft, sich daran zu beteiligen, gegenüber der deutlich geringeren Zustimmung zu den einzelnen konkretisierten Funktionen (Berufsvorbereitung, Ausbildungsfunktion, Studienvorbereitung, Volontariat; einzige Ausnahme war das „Anrechnungsjahr“). Hier steht ein hoher Qualifizierungsbedarf der Unternehmen sehr uneinheitlichen Vorstellungen über Ziel und Zweck von Qualifizierungsmaßnahmen gegenüber, so dass die *Erfolgsaussichten für ein kurzfristig umgesetztes Modell umso höher sein dürften, je „multifunktionaler“ es angelegt ist*.

8. Im Zentrum der Bedingungen, die die befragten Unternehmen formuliert haben, standen Praxisbezug und unmittelbare Orientierung am jeweiligen Bedarf der Unternehmen. In einer Situation, die sich durch Dynamik, Entwicklungsoffenheit und noch nicht konsolidierte neue Branchenstrukturen, Tätigkeits- und Geschäftsfelder auszeichnet, erscheint die *Flexibilität von Qualifizierungsangeboten* hinsichtlich individueller Bedarfe von Unternehmen und Mitarbeitern als ein wichtiger Faktor für die Akzeptanz. Ein kompaktes „Grundbildungsjahr“ stieße demgegenüber auf viele nicht integrierbare Erwartungen und Voraussetzungen der Unternehmen, so dass ein optionales Modell, das den Unternehmen die Möglichkeit bietet, Module auszuwählen und sich in unterschiedlichem Maße – etwa als Praktikumsgeber für bestimmte Bereiche – zu beteiligen, erfolgsversprechender ist.
9. Da es in den Unternehmen vor allem an Zeit, teilweise auch an Erfahrung mit Ausbildung fehlt, sind *Übersichtlichkeit von Qualifizierungsangeboten* und externe Unterstützung in der Koordination erforderlich, die, anders als in der dualen Ausbildung, die *Einrichtung eines koordinierenden und beratenden Projektträgers* als sinnvoll erscheinen lassen.
10. Die stürmische Entwicklung im Bereich der Multimedia-Produktion lässt noch keine Konsolidierung erkennen, so dass eine Deckung des aktuellen Qualifizierungsbedarfs derzeit, strukturell bedingt, nur teilweise durch duale Ausbildung möglich erscheint. Solange jedoch keine Konturen neuer oder modifizierter Berufsbilder vorhanden sind, entsteht eine Lücke, die durch Aus- und Weiterbildungsangebote privater Träger nicht ausreichend gedeckt wird. Gefragt ist insofern eine kurzfristige Bedarfsdeckung.
11. Als Anforderungen an Qualifizierungsmaßnahmen in dieser Situation lassen sich zusammenfassen
  - Schnelle Umsetzung („Soforthilfe“), für die Praktikabilität und Überschaubarkeit des Qualifizierungskonzepts Voraussetzungen sind.
  - Praxis- und Unternehmensnähe durch projektbezogene, schwerpunktmäßige Qualifizierung in den Betrieben mit praxisbegleitendem Unterricht, durch enge Kooperation mit den Unternehmen (Beirat), durch praxiserfahrene Dozenten in den Unterrichtsanteilen.
  - Multifunktionalität und Offenheit. Qualifizierungsziele sollten sich nicht auf einen „Zweck“ (z.B. berufliche Orientierung) verengen, sondern der Heterogenität der bisherigen Bedarfe Rechnung tragen, u.a. indem sie unterschiedliche Zielgruppen einbeziehen, d.h. Schulabgänger, die in den Bereich hineingehen wollen, wie auch Umsteiger aus anderen Bereichen oder Hochschulabsolventen.
  - Flexibilität. Individuellen Qualifizierungsbedarfe von Schulabgängern oder von Beschäftigten in den Unternehmen in einzelnen Tätigkeitsbereichen kann dadurch Rechnung getragen werden, dass sowohl „Teilabschlüsse“ bzw. Auswahl einzelner Module als auch das Absolvieren eines Gesamtprogramms möglich sind.

- Anerkennung. Die Akzeptanz von Qualifizierungsangeboten steigt mit einer möglichst breiten Anerkennung, die wiederum mit qualitätssichernden Maßnahmen (z.B. Prüfungen und Beirat) und Zertifizierung verbunden sind. Eine Anbindung an eine der wichtigen Institutionen im Kontext der Beruflichen Bildung, die ein entsprechendes Gütesiegel verleihen, ist deshalb ebenso hilfreich wie die qualitätssichernde Einrichtung eines entsprechend zu besetzenden Beirats.
- Status einer befristeten Zwischenlösung, die in Abhängigkeit von der weiteren Entwicklung und den Bedarfen zu einem späteren Zeitpunkt entweder in die duale Berufsausbildung oder in neue Ausbildungsmodelle mündet.
- Ergänzung, nicht Konkurrenz zur Berufsausbildung („Scharnierfunktion“). Eine bessere Verankerung dualer Ausbildung in dem sich entwickelnden Multimedia-Bereich kann möglicherweise befördert werden, indem Berufsberatung für die Teilnehmer einen integralen Bestandteil bildet. Denkbar ist auch eine Kooperation mit Berufsschulen zum beiderseitigen Vorteil, indem beispielsweise stark praxisorientiertes Know-how hineingetragen oder Ausstattung dort verbessert wird und im Gegenzug die Räumlichkeiten mitgenutzt werden.
- Permanente Evaluation. Aktualität der Inhalte und Form müssen ständig überprüft und in Kooperation mit den beteiligten Unternehmen oder einem Beirat angepasst werden.
- Einrichtung eines Projektträgers, der die Aufgaben Koordination, Beratung, Akquisition von Praktikumsplätzen und Dozenten, Evaluation und Marktbeobachtung erfüllen muss.

## 7. Ein Pilotprojekt als Empfehlung für die Praxis – der „Multimedia-Führerschein“<sup>31</sup>

Die Basis der abschließenden konzeptionellen Überlegungen ist der Entwurf, den die „Arbeitsgruppe Multimedia-Grundbildung“ beim Runden Tisch des Bildungswerks Medien e.V. entwickelt und vorgestellt hat. Dieser Entwurf wurde, den oben zusammengefassten Anforderungen an ein Qualifizierungskonzept folgend, abgewandelt mit dem Ziel, sie der Bedarfssituation vor dem Hintergrund der Unternehmensbefragung stärker anzupassen (Multifunktionalität, Offenheit und Flexibilität) und im Rahmen der gegenwärtigen Regularien des Ausbildungssystems schnell umsetzen zu können (Soforthilfe).

Aus dem Entwurf übernommen werden im Rahmen dieser Überlegungen:

- enge Verzahnung des Qualifizierungsangebots mit den Unternehmen,
- Dozenten aus der Praxis,
- Mischung aus Praxis- und Theorieanteilen,

---

<sup>31</sup> Dieser Arbeitstitel ist die leichte Abwandlung eines Vorschlags von Georg Möller (Möller Ideenscout).

- Projektorientierung der Ausbildungsinhalte,
- allgemeines Einführungsmodul als Voraussetzung,
- Pilotstatus.

Der wesentliche Unterschied gegenüber dem ursprünglichen Entwurf besteht in einer Auflösung des „Gesamtpakets“ in die vier Module Konzeption, Design/Kreation, Programmierung und Management, die einzeln wählbar, kombinierbar, wie auch in vollem Umfang mit entsprechenden Teil- oder Gesamtzertifikaten absolviert werden können. Auf diese Weise sollte es möglich sein, unterschiedlich stark ausgeprägte Bedarfe in verschiedenen Bereichen zu berücksichtigen. Voraussetzung, auch für Teilzertifikate, ist allerdings die (einmalige) Belegung eines einführenden Theorieseminars, das einen Überblick über Tätigkeitsfelder, Methoden und Anwendungen vermittelt. Um den komplementären Charakter gegenüber der dualen Berufsausbildung zu sichern, muss ein solches Seminar zugleich stark berufsorientierende Elemente enthalten, u.a. eine eingehende Berufsberatung („Scharnierfunktion“).

Der Status eines solchen Qualifizierungsangebots ist mit mehreren Funktionen („Multifunktionalität“) zu kennzeichnen:

1. inhaltlich definiertes Praktikum mit Zertifikat,
2. Berufsorientierung (für anschließende Ausbildung oder Studium),
3. Weiterbildungsmöglichkeit oder Zusatzqualifikation für berufstätige Quereinsteiger oder Absolventen aus Hochschulen/Fachhochschulen.

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer an einem solchen Qualifizierungsmodell haben dann den Status von Praktikantinnen und Praktikanten. Eine Anrechnungsmöglichkeit auf duale Berufsausbildung ist dabei nicht gegeben.

Im Unterschied zu dem ursprünglichen Entwurf könnte ein „praktikumsbegleitender“ überbetrieblicher Unterricht (etwa Freitag/Samstag) leichter realisierbar sein als überbetriebliche Seminarblöcke. Zugleich wird – anstelle eines betriebsübergreifenden – Abschlussprojekts die Einreichung eines „Prüfungsstücks“ sowie eine mündliche Prüfung für den Erwerb eines Gesamtführerscheins empfohlen.

Wichtig für die Anerkennung eines „Multimedia-Führerscheins“, vor allem, wenn er als Gesamtprogramm absolviert wird, ist das Gütesiegel entweder einer vorhandenen Institution oder einer zu schaffenden (Beiratslösung). Durch die Anbindung an eine Institution, die an der Beruflichen Bildung beteiligt ist sowie durch Kooperationen mit den Berufsschulen, kann zudem die „Scharnierfunktion“ zur dualen Ausbildung verstärktes Gewicht erhalten. Eine wesentliche Aufgabe des Projektträgers ist eine permanente Evaluation und – in Abstimmung mit einem Praxisbeirat – die laufende Überprüfung der Ausbildungsinhalte. Der Pilotstatus des Projekts definiert es als entwicklungs-offenen Testfall mit dem Ziel einer kurzfristigen Anpassung an sich schnell verändernde Bedarfe.

Tabelle 16: Module eines „Multimedia-Führerscheins“

Module	Art der Durchführung	Projekt-/Unterrichtsinhalte <sup>32</sup>	Dauer
Theorie	offenes Multimedia-Basisseminar (Voraussetzung für die Belegung eines Praxismoduls)	Berufsberatung Tätigkeitsfelder, Geschichte der „Neuen Medien“, EDV-Grundlagen, Kommunikationstheorie, Multimedia-Anwendungen (Überblick), Werkzeuge, Produktionsprozess (K,K,P,P), Projektabläufe und -steuerung	4 Wochen
Praxis Konzeption	Praktikum mit begleitendem Unterricht	Konzepte als Zweckformate, Arbeitsplan als Handlungsrahmen, Dramaturgie, Recherche zum Aufgabenfeld, Aufgabenstellung als Schlüssel zur Strategie, Recherche zur Aufgabenstellung, Rebriefing, Ideenfindung als Handwerksprozess zur strategischen Leitidee, Texte und Gestaltung von Konzepten, Schulterblick, Maßnahmen, Zusammenarbeit mit Projektmanagement, Erarbeitung eines Konzeptteils, Präsentationsformen	12 Wochen
Praxis Design/Kreation	Praktikum mit begleitendem Unterricht	Konzept, Arbeitsplan, Dramaturgie von Stand- und bewegten Bildern, Brainstorming/Konzept-Controlling, Scribble/Treatment/Drehbuch, Farben/Formen/Typografie, Gestaltungsprogramme, Erarbeitung einer Anwendung, Rückkopplung mit Konzept, Präsentation von Kreation, Korrektur, Einbindung externer Leistung	12 Wochen
Praxis Programmierung	Praktikum mit begleitendem Unterricht	Kick-Off-Meeting, Briefing und Materialübergabe, Pflichtenheft, Projektplan und Terminüberwachung, Abstimmung z.B. mit Grafik, Prototyping, Schulterblick mit Kunden, Programmierung der Anwendung, Text, Abnahme/Freigabe  Videoproduktion (Erstellung, Schnitt, Konvertierung) Audioproduktion (Erstellen und Einbinden)	12 Wochen
Praxis Projektmanagement	Praktikum mit begleitendem Unterricht	Interne/externe Kommunikation, Projekt-/Produktionsplanung, Kalkulation, Managementaufgaben, Recht	12 Wochen

<sup>32</sup> Hier sind die Inhalte des Entwurfs übernommen worden. Welche Inhalte dabei überbetrieblich zu vermitteln sind, müssen Projektkoordinator, beteiligte Unternehmen bzw. ein Praxisbeirat regelmäßig abstimmen und anpassen.

## 8. Quellenverzeichnis

- „E-Commerce legt weiter stark zu.“ In: Horizont 8/99 (25. Februar), S. 6.
- „Hamburg – bit für bit zum Erfolg“. Serie im Hamburger Abendblatt (Februar 1999).
- „Senator Mirow: Wir sind bundesweit Marktführer“. In: Hamburger Abendblatt Nr. 36 vom 12. Februar 1999.
- ADAPT: [www.k.shuttle.de/adapt](http://www.k.shuttle.de/adapt)
- Arp, Vivian/ Catrin Beissner/ Brigitte Kammerer-Jöbges: Qualifizierungs- und Beschäftigungssituation für Multimedia-Tätigkeiten – Bestandsaufnahme und Qualitative Einschätzung. Hamburg 1997.
- Bericht der Europäischen Kommission: Grünbuch zur Konvergenz der Branchen Telekommunikation, Medien und Informationstechnologie und ihren ordnungspolitischen Auswirkungen. Brüssel 1997.
- Bildungswerk Medien e.V./ Hans-Bredow-Institut: Medienberufe. Ein Führer zu Aus- und Weiterbildung in Hamburg. 4., überarb. u. erg. Aufl. Hamburg 1998.
- Bundesinstitut für Berufsbildung: Mediengestalter/in für Digital- und Printmedien – Ein neuer Ausbildungsberuf für die Medienwirtschaft und Druckindustrie. Berlin und Bonn 1998.
- Deutscher Multimediaverband: Das dmmv-Modell zur Weiterbildung (Stand: 27.8.98). Manuskript Düsseldorf.
- Deutscher Multimediaverband: dmmv-Qualitätskriterien für Weiterbildung (Stand: 4.9.1998). Manuskript Düsseldorf.
- Deutscher Multimediaverband: Tätigkeitsbereiche in der Multimediaindustrie. Manuskript Düsseldorf 1998.
- European Audiovisual Observatory: Statistical Yearbook. Film, Television, Video and New Media in Europe. 1998 ([www.obs.coe.int](http://www.obs.coe.int)).
- Handelskammer Hamburg: Informationen über neue Berufe in Industrie, Handel und Dienstleistungen. „Aktion neue Berufe“. 6., überarb. Aufl. September 1998.
- JUMP (Programm zur Ausbildung, Qualifizierung und Beschäftigung von Jugendlichen), [www.100000jobs.de](http://www.100000jobs.de).
- Kühlwetter, Karin: Qualifikationsanforderungen und Qualifikationsentwicklungen für berufliche Tätigkeiten mit multimedialen Techniken und Systemen. (Technische Hochschule Darmstadt, Institut für Berufspädagogik). Düsseldorf 1996.
- Media-Info. Newsletter der Informationsbüros des Media-Programms der Europäischen Union in der Bundesrepublik Deutschland ([www.mediadesk.de](http://www.mediadesk.de)).
- Michel Medienforschung und Beratung/ AIM: Qualifikationsanforderungen in der professionellen Multimedia-Produktion. Essen, Köln 1996.
- Michel Medienforschung und Beratung: Karrierewege in der Multimediawirtschaft. Qualifikationsanforderungen und Arbeitsmarktentwicklung in einer Zukunftsbranche. (BMWi; Dokumentation Nr. 464). Berlin 1999.
- Michel Medienforschung und Beratung: Kurzfassung des Schlußberichts zur Studie „AV-Medien in NRW – Arbeitsmarkt und Qualifizierung“ im Auftrag des Ministeriums für Wissenschaft und Forschung NRW. Essen 1998.
- MMB Trendmonitor. Januar 1999 ([www.mmb-michel.de](http://www.mmb-michel.de)).
- Müller, Karlheinz/ Joachim Häußler/ Wolfgang Sonnek: Die neuen Ausbildungsberufe der Informations- und Telekommunikationstechnik (IT-Berufe). (Beiträge zur Gesellschafts- und Bildungspolitik 217). Köln 1997.
- Schisler, Peter: Qualifizierungsprofile für Multimedia-Berufe. Berlin/ München 1996.
- Veser, Thomas: TIME ist mehr als money: Neue Berufe der Informationstechnologie – Branchenwandel verlangt nach flexiblen Lernformen. In: Beilage der Süddeutschen Zeitung Nr. 283.
- Wagner, Petra: Informationsmappe Arbeit in der Informationsgesellschaft. (Dokumentationsdienste des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung). Nürnberg 1996 und 1997.

Walter, Klaus / Michel, Lutz P.; Aus- und Weiterbildung für die Multimedia-Branche: ein Nachschlagewerk aus der dmmv-Schriftenreihe für Schulabgänger, Auszubildende, Studierende und Personalverantwortliche. (Hg. Deutscher Multimediaverband). München 1999.

[www.aim-mia.de](http://www.aim-mia.de) (Medieninformationsarchiv von aim KoordinationsCentrum für Ausbildung in Medienberufen, Köln)

[www.dmmv.de](http://www.dmmv.de) (Deutscher Multimediaverband, dmmv)

[www.hamburg-newmedia.net](http://www.hamburg-newmedia.net) (Hamburg [newmedia@work](mailto:newmedia@work))

[www.hightext.de](http://www.hightext.de) (Interactive Business NET)

## 8. Anhang: Abbildungen

Abb. 1: Altersverteilung der Betriebe

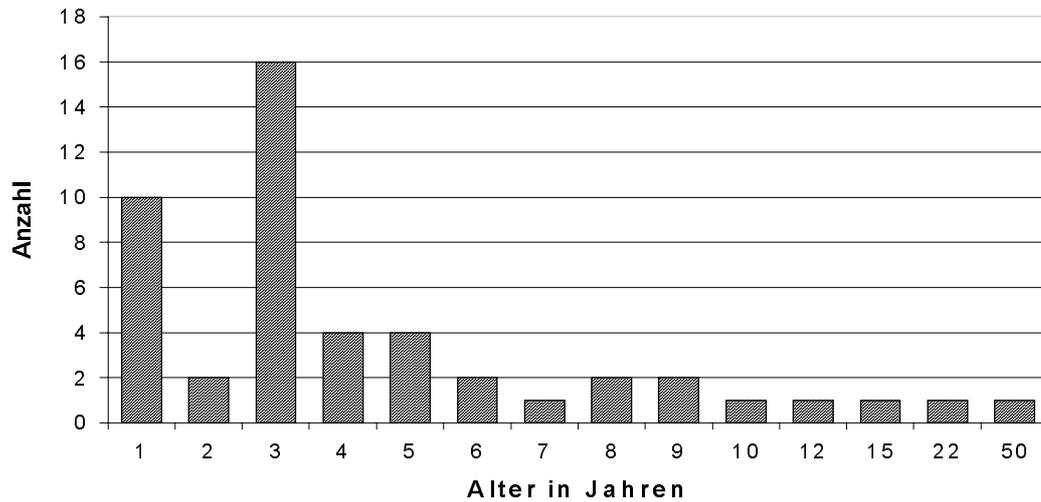
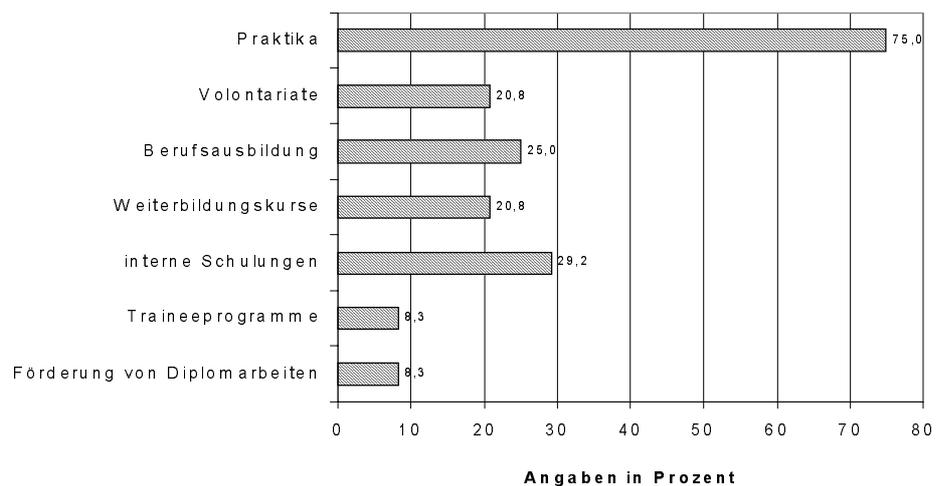
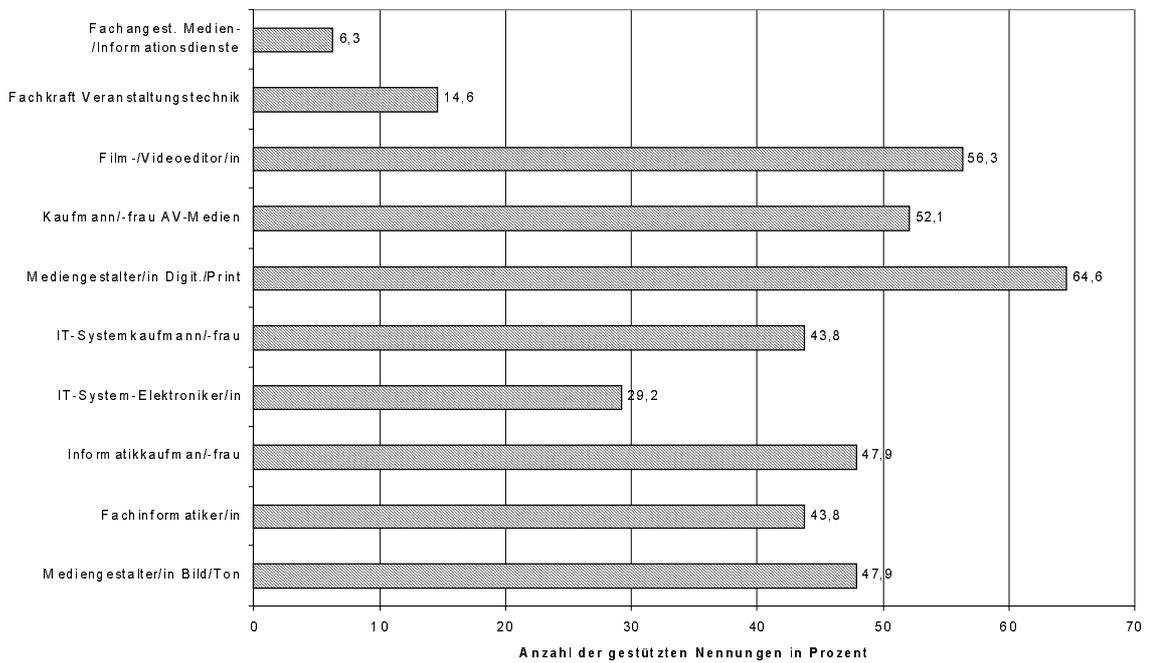


Abb.2: Betriebliche Qualifizierungsmaßnahmen



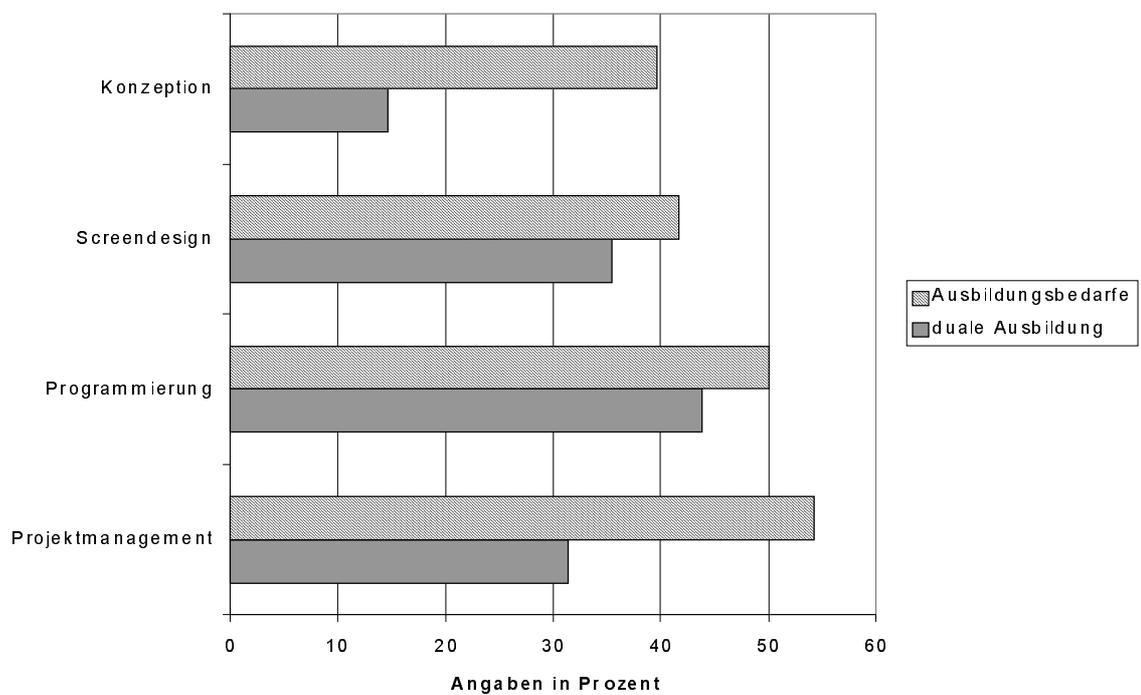
Basis: 48 Befragte

Abb. 3: Bekanntheit der Berufe nach Anzahl der gestützten Nennungen



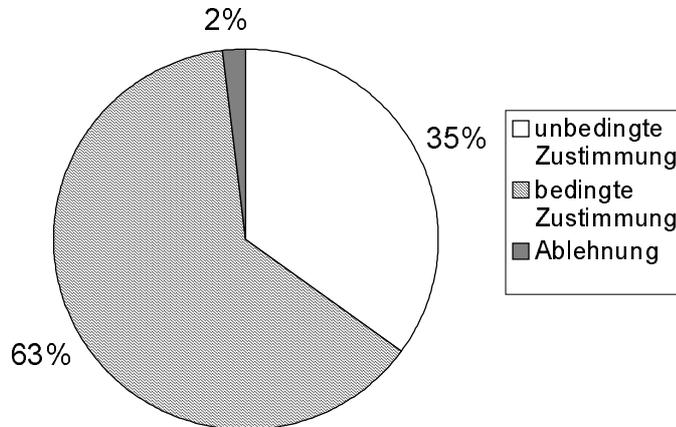
Basis: 48 Befragte

Abb. 4: Ausbildungsbedarfe und Akzeptanz dualer Berufsbildung für die hauptsächlichen Tätigkeitsbereiche in der Multimedia-Produktion



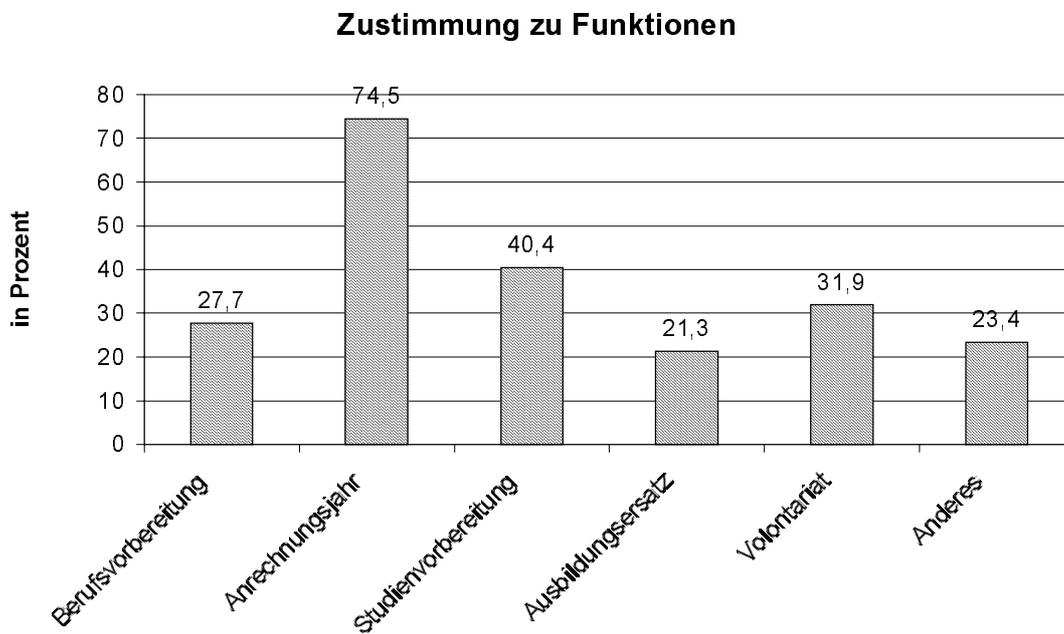
Basis: 48 Befragte

Abb. 5: Grundsätzliche Einschätzung zur Einführung eines „Grundbildungsjahrs Multimedia“



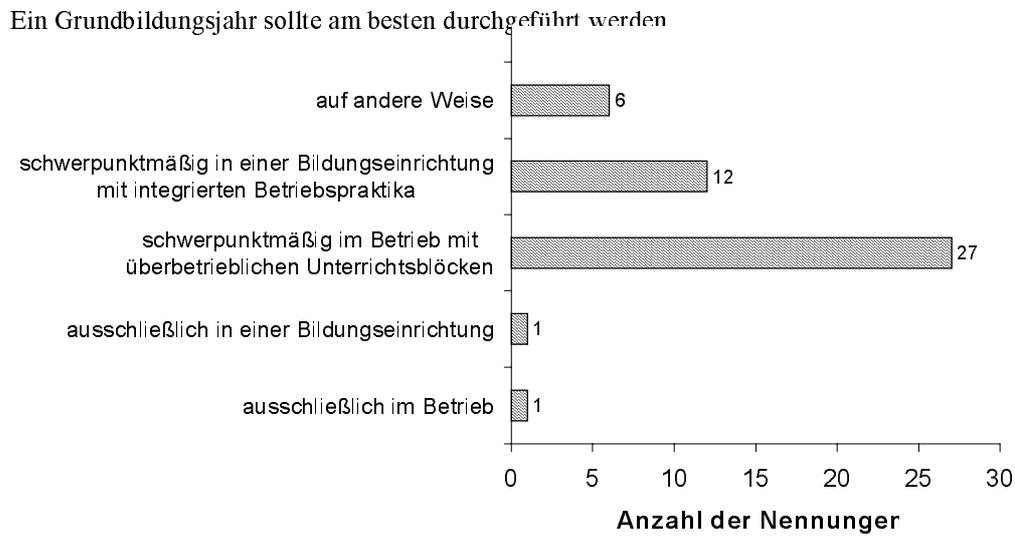
Basis: 48 Befragte

Abb. 6: Funktion eines Grundbildungsjahrs Multimedia aus Sicht der Befragten



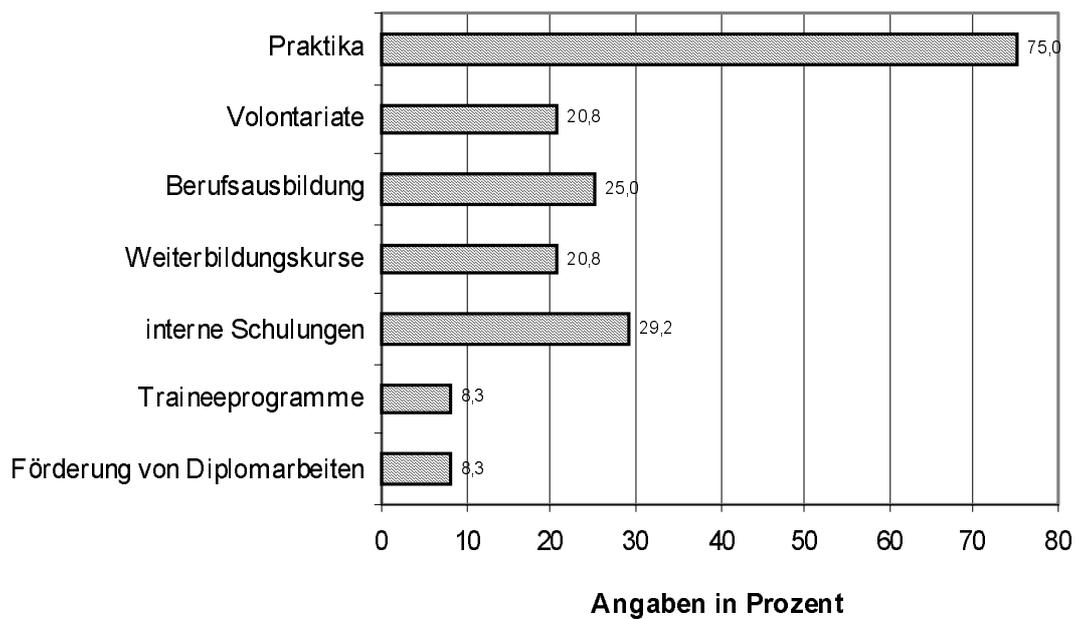
Basis: 47 Befragte

Abb. 7: Institutionelle Präferenzen der Befragten



Basis: 47 Befragte

Abb. 8: Zustimmung zu Formen der Beteiligung an einem Grundbildungsjahr Multimedia



Basis: 48 Befragte