Medienfachmann / Medienfachfrau - Online-Marketing (Lehrberuf - auslaufend)

BERUFSBESCHREIBUNG

Die Ausbildung im Schwerpunktlehrberuf Medienfachmann / Medienfachfrau wurde mit 1. Juli 2025 durch den modernisierten Schwerpunktlehrberuf Medienfachkraft (Lehrberuf) ersetzt.

Medienfachleute mit Schwerpunkt Online-Marketing kümmern sich um die Onlinepräsenz sowie das Online-Marketing und Online-Werbekampagnen von Unternehmen, Institutionen oder Veranstaltungen.

In Absprache mit ihren Kund*innen definieren sie Zielgruppen, Inhalte und Strategien für Websites, Newsletter, Corporate Blogs und Social-Media-Plattformen. Sie stellen Inhalte zusammen, betreuen die Website-Inhalte, erstellen und verschicken Newsletter, planen und entwickeln die Social-Media-Auftritte und schalten Online-Werbung. Sie überprüfen laufend den Erfolg der Maßnahmen mittels Monitoring- und Analysetools und erstellen Reports und Auswertungen.

Medienfachleute mit Schwerpunkt Online-Marketing müssen sich laufend über neue Trends bezüglich Social-Media-Plattformen, Influencer-Netzwerken, Website-Usability und anderer Tools informieren, um am neuesten Stand zu bleiben und arbeiten eng zusammen mit ihren Kund*innen sowie Berufskolleg*innen aus den Bereichen Marketing, Kommunikation, We-

Ausbildung

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

Wichtige Aufgaben und Tätigkeiten

- Kund*innen beraten und Wünsche und Vorstellungen einholen
- Zielgruppen bestimmen, Grafiken, Logos (Corporate Design) einholen
- Content und Online-Kanäle recherchieren
- an Konzept, Projektplan und Kalkulation mitarbeiten
- Online-Marketingplan präsentieren und mit Kund*innen abstimmen
- Websites betreuen und Usability bzw. Accessibility berücksichtigen
- Maßnahmen zu Suchmaschinenwerbung (SEA) und Suchmaschinenoptimierung (SEO) umsetzen
- E-Mail-Marketing-Kampagnen (Newsletter) umsetzen
- Social-Media-Auftritte der Kund*innen betreuen
- Werbeeinschaltungen auf Online- und Social-Media-Plattformen schalten
- Online-Marketing- und Werbemaßnahmen beobachten, analysieren und dokumentieren
- Mentions sammeln und Reports auswerten
- Online-Marketing-Strategien laufend weiterentwickeln und optimieren

Anforderungen

- gutes Sehvermögen (viel Lesen bzw. Arbeiten am Computer)

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

- Argumentationsfähigkeit / Überzeugungsfähigkeit
- Einfühlungsvermögen
- interkulturelle Kompetenz
- Kommunikationsfähigkeit
- Kontaktfreude
- Kund*innenorientierung

- Aufmerksamkeit
- Begeisterungsfähigkeit
- Beurteilungsvermögen / Entscheidungsfähigkeit
- Flexibilität / Veränderungsbereitschaft
- Freundlichkeit
- Selbstorganisation
- Selbstvertrauen / Selbstbewusstsein
- Verschwiegenheit / Diskretion

- gepflegtes Erscheinungsbild

- Informationsrecherche und Wissensmanagement
- interdisziplinäres Denken
- Kreativität
- Organisationsfähigkeit
- Planungsfähigkeit
- Umgang mit sozialen Medien

© ibw-Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft