

Berufsbeschreibung

Medienfachleute im Schwerpunkt Agenturdienstleistungen entwickeln Konzepte und Strategien für Werbung, Marketing und Public Relations (PR) von Unternehmen, Institutionen, Produkten oder Veranstaltungen.

Sie führen Marktforschungen durch und bestimmen Zielgruppen, arbeiten an der Planung und dem Konzept von Kampagnen und Kommunikationsformaten mit und stimmen diese mit den Kund*innen ab. Für die Kommunikationsstrategien verfassen sie Texte (z. B. Presseaussendungen), bereiten Bild- und Videomaterial auf, schalten Anzeigen oder vereinbaren Medienkooperationen.

Medienfachleute mit Schwerpunkt Agenturdienstleistungen haben ein großes Netzwerk und Wissen über ihre Kommunikationspartner*innen (Vertriebspartner*innen, Journalist*innen, Kund*innen) und arbeiten zusammen mit Spezialist*innen für Print-, Web- und Onlineprodukte und -kommunikation.

Anforderungen

Körperliche Anforderungen:

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

Fachkompetenz:

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

Sozialkompetenz:

- Argumentationsfähigkeit / Überzeugungsfähigkeit
- Aufgeschlossenheit
- Einfühlungsvermögen
- interkulturelle Kompetenz
- Kommunikationsfähigkeit
- Kontaktfreude

- Kund*innenorientierung

Selbstkompetenz:

- Aufmerksamkeit
- Begeisterungsfähigkeit
- Belastbarkeit / Resilienz
- Beurteilungsvermögen / Entscheidungsfähigkeit
- Flexibilität / Veränderungsbereitschaft
- Selbstmotivation
- Selbstorganisation
- Selbstvertrauen / Selbstbewusstsein
- Verschwiegenheit / Diskretion

Weitere Anforderungen:

- gepflegtes Erscheinungsbild

Methodenkompetenz:

- interdisziplinäres Denken
- Kreativität
- Organisationsfähigkeit
- Planungsfähigkeit
- Problemlösungsfähigkeit
- unternehmerisches Denken

Tätigkeiten und Aufgaben

- Kund*innen beraten und Wünsche und Vorstellungen einholen
- Zielgruppen bestimmen, Grafiken und Corporate Identity einholen oder entwickeln
- Marktforschung und Medienrecherchen durchführen
- Art der Werbe- und Marketingmaßnahmen bestimmen
- bei Erstellung von Konzept, Projektplan und Kalkulation (Media- bzw. Marketingplan) mitarbeiten
- Media- bzw. Marketingplan mit Kund*innen abstimmen
- redaktionelle Inhalte, Presse- und Kommunikationstexte erstellen
- Medienkooperationen vereinbaren und abwickeln

- Anzeigen und Advertorials gestalten und schalten
- Presseaussendungen verfassen und verschicken
- Pressekonferenzen organisieren, abhalten, nachbearbeiten
- Sponsoring-Partnerschaften vereinbaren und abwickeln
- Event- und Erlebnismarketing-Events planen und organisieren bzw. beauftragen
- Netzwerk zu Partner*innen und Multiplikator*innen pflegen
- Marketing- und Werbemaßnahmen beobachten, analysieren und dokumentieren
- Medienbeobachtung durchführen