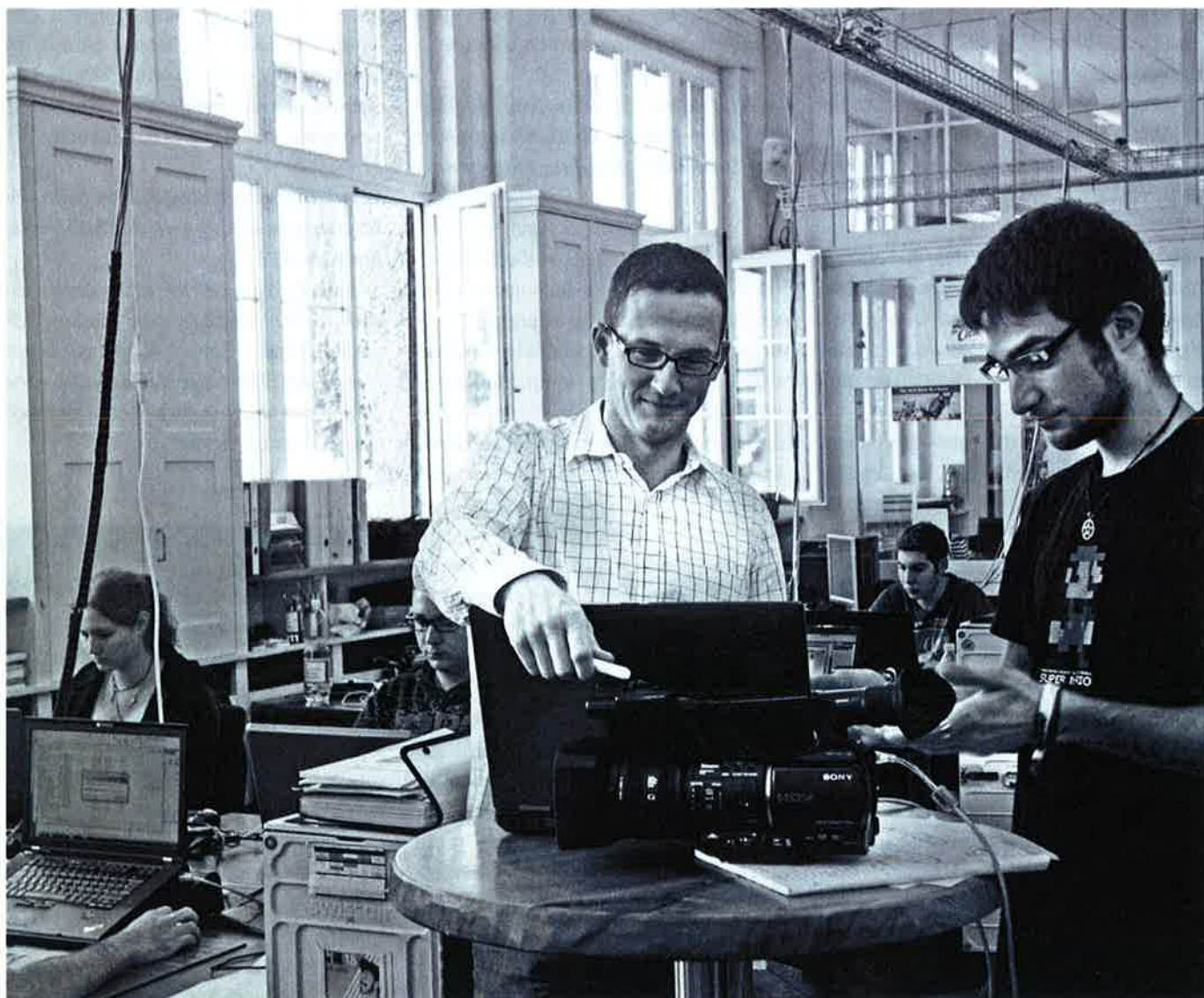


BERUFS- UND STUDIENBERATUNG

Mediamatiker: Medienkompetenz als Beruf



Rolf Deubelbeiss im Gespräch mit Stefano Rutishauser, 4. Lehrjahr.

Bild: Prisco Kaufmann, 2. Lehrjahr

In der Schweiz fehlen bis ins Jahr 2017 über 30'000 ICT-Fachkräfte, so warnt eine Studie im Auftrag des Bundesamtes für Berufsbildung und Technologie (BBT). Für die Thurgauer Wirtschaft bildet die SBW Neue Medien AG in Romanshorn jährlich 25 bis 30 Mediamatiker (inkl. BMS) aus und leistet damit einen Beitrag im Kampf gegen den ICT-Fachkräftemangel.

Ein Gespräch zwischen Stefano Rutishauser, Mediamatiker im 4. Lehrjahr, und Rolf

Deubelbeiss, Geschäftsführer der SBW Neue Medien AG, über die Verbindung von Medienkompetenz, Berufsbildung und Mediamatiker-Lehre.

Was war für Sie bisher in Ihrer Mediamatiker-Lehre an der SBW Neue Medien AG die grösste Herausforderung?

Stefano Rutishauser: Letztes Jahr durfte ich die Leitung eines riesigen Projektes übernehmen. Wir produzierten professionelle Kino- und Radiospots sowie eine grosse Plakat-Kampagne. Dies bereits als Lehrling leiten zu dürfen, finde ich nicht

selbstverständlich, ist bei uns aber üblich.

Wie sieht Ihr Mediamatiker-Arbeitsalltag an der SBW Neue Medien AG sonst aus?

Stefano Rutishauser: Am Morgen findet jeweils der Berufsfachschul- und Berufsmaturitätsunterricht statt. Am Nachmittag findet im gleichen Haus die betriebliche Ausbildung im so genannten Project Learning Center («PLC») statt, einer Art «Denkfabrik» oder Lehrfirma. Dabei produzieren wir Lernenden mit Hilfe von Fach-Lernbegleitern Dienstleistungen und Produkte im

Medien-Bereich. Konkret fertigen wir zum Beispiel Webseiten oder Video-Produktionen für unsere externen Kunden.

Wie definieren Sie selber Medienkompetenz?

Rolf Deubelbeiss: Mir gefällt der Gedanke, dass Medienkompetenz die Fähigkeit ist, zu wissen, wann man die Geräte besser abstellt und etwas an der frischen Luft oder mit der Familie zusammen machen soll.

Medienkompetenz in der Berufsbildung wird ja auch beschrieben als die Fähigkeit, Medien gezielt und möglichst sinnvoll zur Lösung von beruflichen Herausforderungen einzusetzen. Richtig?

Rolf Deubelbeiss: Sicher, aber dies ist nur die Anwendungsdimension, sozusagen nur die halbe Miete. Medienkompetente Lernende, Berufsbildner oder Lehrpersonen verfügen zusätzlich auch über die Fähigkeit, das eigene Medienhandeln, quasi als Regulativ, kritisch hinterfragen, reflektieren und anpassen zu können. Mediamatiker müssen in diesem Sinne zum Beispiel auch eine kritische Kunden-Perspektive einnehmen können. Eine weitere wichtige Dimension von Medienkompetenz ist damit auch die Fähigkeit sich selber, das heisst von aussen, beim Umgang mit Medien zu beobachten, zu hinterfragen und zu steuern.

Wie beurteilen Sie die Medienkompetenz-Förderung in der Berufsbildung?

Rolf Deubelbeiss: Eine Pauschalbeurteilung oder Ferndiagnose will ich nicht machen. Es gibt zwei Gruppen von Personen, die mir einfach immer wieder auffallen. Da erlebe ich zum Beispiel in der Erwachsenenbildung immer noch zahlreiche Personen, die Medien nur kritisieren und hinterfragen können sowie einen Medieneinsatz geradezu verteufeln und ständig auf Probleme im Umgang mit Medien hinweisen. Wenn dann die gleichen Personen grösste Mühe haben, Medien selber zielgerichtet bedienen und einsetzen zu können, dann werde ich sehr misstrauisch. Aber auch der umgekehrte Fall ist mit Vorsicht zu geniessen: Personen, die im

technischen Umgang topfit sind, denen aber jegliche kritische Distanz zum eigenen Medien-Tun fehlt. Beide Gruppen sind in meinen Augen unglaublich. Die Berufsbildung muss letztlich einen Beitrag dazu leisten, dass die Beteiligten beide Anteile ausbalancieren können.

Sie sind selber Berufsbildner. Wie fördern denn Sie die Medienkompetenz Ihrer Lernenden und Ihrer Mitarbeitenden?

Rolf Deubelbeiss: Kurz zusammengefasst investieren wir einerseits in die Schulung und Weiterbildung im technischen Anwendungsbereich, wo es darum geht, dass Mitarbeitende und Lernende die verschiedenen Medien-Geräte kompetent bedienen können. Andererseits kommt der Reflexion und Besprechung im Team eine grosse Bedeutung zu. So wird beispielsweise jedes Kundenprojekt und jedes Kundengespräch kritisch mit einem erfahrenen Coach nachbesprochen und hinterfragt. Dabei ist dann auch der gewählte Medien-Einsatz und die Begründung dazu ein zentrales Thema.

Was würden Sie Verantwortlichen der Berufsbildung raten, damit mehr Jugendliche in ICT-Berufe einsteigen?

Stefano Rutishauser: Zuerst bin ich sehr erstaunt darüber, dass diese ICT-Berufe nicht in den Top-Ten der beliebtesten Berufe sind. Wir leben ja immerhin in einer «Digitalen Welt». Ich glaube, dass ein möglicher Grund die Komplexität des Faches Informatik ist. Oft hat man eine gute Idee, was man mit Medien machen könnte und dann merkt man, dass das gar nicht so einfach ist. Vielleicht wäre es deshalb auch wichtig, Informatik und Multimedia bereits in der Primar- und Sekundarschule schmackhafter zu machen.

Rolf Deubelbeiss: Ich glaube, dass in vielen Köpfen in Zusammenhang mit ICT-Berufen leider immer noch das Bild eines Freaks herumgeistert, der unablässig am PC sitzt, nur in Programm-Codes denkt, kaum kommunizieren und mit anderen Leuten zusammenarbeiten kann, hauptsächlich in der Nacht lebt und sich ständig vor dem PC von Pizza und Cola ernährt. Die

Ansprüche in der Realität sehen aber ganz anders aus: Freude an einer Arbeit an der Schnittstelle zwischen Anwender und Techniker, zwischen Technik und User, Team- und Kommunikationsfähigkeit, ein guter Umgang mit Auftraggebern und Kreativität sind zum Beispiel gerade für Mediamatiker entscheidende Fähigkeiten und machen aus dem Mediamatiker-Beruf eine echte Investition in die Zukunft.

Was ist Ihr beruflicher Traum nach der Mediamatiker-Lehre an der SBW Neue Medien AG?

Stefano Rutishauser: Ich interessiere mich stark für 3D-Visualisierungen, so zum Beispiel im Bereich Game-Design oder Video. Hier an der SBW Neue Medien AG konnte ich mit der Mediamatiker-Lehre dazu einen Grundstein legen.

Information

Berufslehre als Mediamatikerin oder Mediamatiker an der SBW Neue Medien AG

Mediamatikerinnen und Mediamatiker werden an der SBW Neue Medien AG in einer 4-jährigen Lehre zu Medien-Fachpersonen ausgebildet (inkl. BMS). Mediamatiker verstärken mit ihrer Medienkompetenz Arbeitsteams bei der Erstellung von Web-Auftritten, Video-Foto-Audio-Produktionen, Plakaten und Broschüren, Datenbanken, ICT-Infrastruktur, etc. Eine Ausbildung erfolgt in den folgenden Bereichen: Multimedia, Gestaltung/Design, ICT, Administration/Betriebswirtschaft, Marketing/Kommunikation und Projektmanagement.

Der Mediamatiker-Beruf ist ein typischer Querschnittsberuf, bei dem die Interdisziplinarität im Vordergrund steht. Diese Vielfältigkeit und Polyvalenz ist auch der Grund, warum der junge Beruf, den es erst seit rund 10 Jahren gibt, gerade von KMU immer stärker nachgefragt wird und, eher untypisch für ICT-Berufe, auch von immer mehr Frauen ergriffen wird.

Weitere Informationen zur SBW Neue Medien AG und zur Ausbildung zur Mediamatikerin oder zum Mediamatiker: www.sbw-media.ch