

WORKING INSIDE AV

#2019

powered by **PROFESSIONAL**
system
Magazin für AV-Systemintegration

**KARRIERE
MACHEN
IN DER
AV-BRANCHE**

**Come in
We're
HIRING!**

Berufsbilder // Marktsegmente // Daten & Fakten // Branchenplayer stellen sich vor





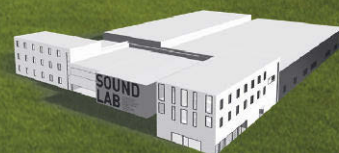
Innovation kommt von innen.



Fohhn ist seit über 25 Jahren auf die Entwicklung, Fertigung und den Vertrieb von professionellen Lautsprechersystemen spezialisiert. Ein Schwerpunkt liegt auf der ganzheitlichen Systemintegration im Rahmen anspruchsvoller Projekte auf der ganzen Welt – vom Flughafen bis zum Open Air Festival. Unsere eigenentwickelten, innovativen Spitzentechnologien sorgen dabei für unseren exzellenten Ruf.

Als unsere wertvollste Ressource sehen wir unsere Mitarbeiter – deshalb entwickeln, vermarkten und produzieren wir alle Produkte in Nürtingen und sind als einer der Wenigen 100% „Made in Germany“.

Mehr Informationen unter www.fohhn.com



Visualisierung des neuen Fohhn Firmensitzes
im Großen Forst 15, 72622 Nürtingen

Come in – We're hiring!

Manchmal ist es verwunderlich ... man besucht Branchenmessen und kommt kaum durch die pickepacke vollbesetzten Gänge – die Ausstellungsflächen sind bis auf den letzten Zentimeter vergeben. Man erlebt eine boomende, lebendige und hochspannende Branche und hört doch immer wieder, dass händeringend Nachwuchs gesucht wird. Warum ist das so? Es kann eigentlich nur daran liegen, dass wir als noch relativ junge Branche nicht auf dem Radar der vielen Berufsstarter auftauchen, die Firmen vielleicht dort noch nicht so bekannt sind und die Stellenangebote womöglich nicht da ankommen, wo sie sein sollten – nämlich bei euch! Ihr seid die Studierenden, die Berufsschüler, die Einsteiger und ihr seid die Zukunft – auch unsere. Ihr werdet neue Ideen und einen neuen Spirit in eure ersten oder nächsten Karriereabschnitte einbringen und die Unternehmen, Produkte und Prozesse verändern!

Kommt auf eurer Suche auch bei uns vorbei und schaut euch die AV-Branche an.

Wir begleiten den Markt von Beginn an seit gut 20 Jahren und können euch

berichten: Es macht großen Spaß ein

Teil davon zu sein! Im Gegensatz zu anderen Branchen ist die AV-Systemintegration durch ihre enge Verknüpfung zum technologischen Fortschritt immer in Bewegung. Es gibt immer was Neues zu lernen, entdecken und zu kreieren.

Wir hoffen, dass euch dieses Special einen kleinen Eindruck von den Möglichkeiten unseres Marktes verleiht.

Wenn ihr euch noch tiefer mit der AV-Branche auseinandersetzen möchtet, empfehle ich euch gerne unser Online-portal www.professional-system.de.

Wenn ihr Fragen habt schreibt uns gerne an – mehr über „uns“ erfahrt ihr

auf Seite 6. Darüber hinaus stellen sich auch einige Firmen in dieser Ausgabe vor, die sich ebenfalls freuen, euch auf eurem nächsten Schritt und beim Berufsstart behilflich zu sein.

Wir, das Team von Professional System, wünschen euch einen guten Start in das Berufsleben.

Euer



Marcel Courth



„Von ihren Bewerbern erwarten Firmen vor allem Eigeninitiative, Engagement, Teamfähigkeit, Motivation und Flexibilität. Auslandserfahrung und langjährige Berufserfahrung werden dabei nur selten vorausgesetzt.“

Quelle: AV-Branchenumfrage PROFESSIONAL SYSTEM 2019

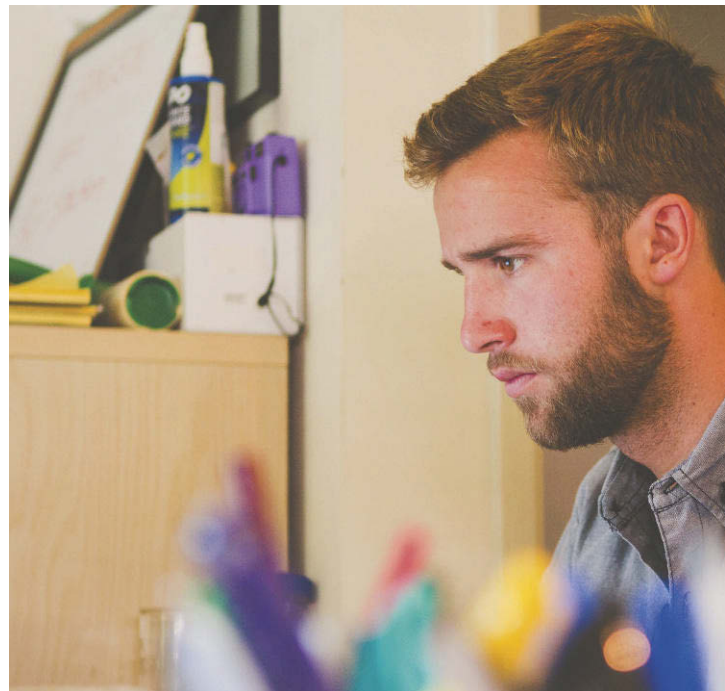
INHALT //

- 3 Editorial: Come in – We're Hiring!
- 6 Professional System: 20 Jahre Marktbegleiter
- 8 Übersicht Marktsegmente der AV-Systemintegration
- 10 Marktsegment: Der Hersteller
- 12 Marktsegment: Der Vertrieb
- 14 AVIEA: Bildung ist gut, Weiterbildung ist besser
- 16 Marktsegment: Der Fachplaner
- 18 ASC: Systemintegration mit dem Credo „Doing Better“
- 20 Marktsegment: Der Systemintegrator
- 22 Professional System: AV-Branchenumfrage
- 24 Marktsegment: Betreiber
- 26 Exterity: Weltweiter Erfolg für ein „People Business“
- 28 Daten & Fakten zur Jobsuche
- 30 Offene Wege und viele Perspektiven bei der Lang AG
- 32 Übersicht über Berufsbilder in der AV-Systemintegration
- 34 Beruf: Ingenieure in Forschung und Entwicklung
- 36 Beruf: Ingenieure in der Planung
- 38 Protones: Wer neugierig und offen für Neues ist,
ist bei uns an der richtigen Stelle.
- 40 Beruf: Informationstechniker
- 42 Daten & Fakten zum Berufseinstieg
- 44 Beruf: Kaufleute
- 46 Klingt gut: Karriereperspektiven mit Soft(ware)-Skills bei Sennheiser
- 48 Beruf: Techniker
- 50 Sigma: Wir fördern Karrieren in der Medientechnik
- 52 Daten & Fakten zum Beruf
- 54 Beruf: Sales und Vertriebsmitarbeiter
- 56 Ebner Media Group: Wer sich an alte Verlagsstrukturen klammert,
verliert schnell den Anschluss
- 58 Impressum

Titelfoto: Archiv



MARKTSEGMENTE IM ÜBERBLICK



BERUFSBILDER: FÜR JEDEN WAS DABEI



Ab 8



32



Professional System – das AV-Magazin

Professional System ist das Special Interest AV-Magazin für alle Fachleute, die sich mit audiovisueller Systemintegration befassen. Die Macher hinter dieser Sonderausgabe „Working Inside AV“ sind das Team von Professional System. Seit 1999 ist Professional System die anerkannte Fachzeitschrift bei allen Fachleuten, die sich mit audiovisueller Systemintegration befassen: Planern, Errichtern, Ingenieuren, System-Integratoren, IT-Spezialisten, Designern, Facility-Managern und Entscheidungsträgern, die sich im Zuge der Digitalisierung und Vernetzung der Medien in einem sich drastisch verändernden Markt über neue Entwicklungen und Trends informieren müssen.

Die einzigartige redaktionelle Mischung aus Case Studies, Features, Interviews, Übersichten und Tests reflektiert zukunftsweisend die Marktentwicklungen aus einer integrativen Sichtweise. Das

AV-Magazin informiert achtmal pro Jahr praxisnah und kompetent über alle Aspekte medientechnischer Installationen in den verschiedenen Anwendungsbereichen wie Kongresszentren, Museen / Themenparks,



Hotels / Gastronomie, Handel / POS, in öffentlichen Einrichtungen wie Bahnhöfen und Flughäfen, Schulen, Hochschulen und privaten Bildungseinrichtungen, Industrie & Gewerbe, Banken, Stadien/Sportstätten u.a.m.

Professional System erscheint bei Musik-Media in Köln, einer Unit der Ebner Media Group aus Ulm. Die Ebner Media Group unterstützt mit ihren maßgeschneiderten Inhalten und interaktiven Plattformen Professionals bei ihrer täglichen Arbeit und Enthusiasten bei der Verfolgung ihrer Leidenschaften. Unser Wissensvorsprung schafft Mehrwerte – ob in Print, Digital oder durch Face-to-Face-Kommunikation. Professional System informiert User über alle Medienkanäle: Internetportale, Blogs, Social Media, Zeitschriften, Datenbanken, digitale Newsletter und E-Dossiers. //

Die Menschen hinter Professional System

Marcel Courth – Chefredakteur

Marcel Courth startete 2008 als Redakteur beim MM-Musik-Media-Verlag, nachdem er die Ausbildung zum Veranstaltungskaufmann in einer Production Company abgeschlossen hatte. Bis Ende 2017 verantwortete er die Ressorts Licht, Video und Bühnentechnik bei Production Partner. Zwischenzeitlich absolvierte Marcel Courth die Prüfung zum Fachwirt für Marketing. Seit Anfang 2018 hat Marcel Courth die Chefredaktion über die Medienmarken Production Partner und Professional System übernommen.



Helga Rouyer-Lüdecke – Stellv. Chefredakteurin

Seit Oktober 1999 ist Helga Rouyer-Lüdecke die „Anchorwoman“ bei Professional System. Die Neugier auf die Entwicklung der Audio- und Video-technik und deren Anwendung in allen möglichen Bereichen war und ist dabei der große Antrieb für ihre Arbeit als verantwortliche Redakteurin. Das heißt: aktuelle und spannende Themen und Formate über AV-Systemintegration generieren, die Fachautoren begleiten und selbst Beiträge schreiben. Auf Branchenevents und im Netz ist sie Ansprechpartnerin für Professional System und freut sich auf anregenden „Input“.



Sven Schuhen – Redakteur

Ist seit Oktober 2018 als Redakteur an Bord. Vielen Lesern dürfte Sven bereits als sach- und fachkundiger Autor von Features, Praxistests und Grundlagenbeiträgen, speziell in Sachen AV-over-IP, bekannt sein. Und das kommt nicht von ungefähr, denn Sven Schuhen stammt aus der Branche: Der gelernte Veranstaltungstechniker und studierte Elektrotechniker mit der Fachrichtung „Optische Technologien“ war bisher als selbstständiger Fachplaner für Veranstaltungs- und Medientechnik tätig. Bei Professional System sorgt er vor allem mit seiner Affinität für neue Medien für frischen Wind.





Text: Helga Rouyer-Lüdecke Fotos: das Schloss

Der AV-Markt – Pool für gute Jobs

Es gibt innerhalb der Systemintegration wohl kaum einen Markt, der technologisch herausfordernd, ungemein vielseitig und spannend, aber dennoch weitgehend unbekannt ist. Dabei sind seine Produkte und die daraus entstehenden Lösungen überall sichtbar... Wer Medientechnik mit dem Fokus auf audiovisuelle elektronische Medien studiert und an sein zukünftiges Arbeitsfeld denkt, sieht es möglicherweise bei TV-Sendern, TV-Produktionsfirmen oder in börsennotierten Unternehmen. Und übersieht dabei den Markt der audiovisuellen (AV) Systemintegration. Dieser AV-Markt ist verantwortlich für all die multimedialen Installationen, die uns im Alltag begegnen, ob in der Arbeitswelt oder in der Freizeit.

Diese Installationen wollen konzipiert, geplant, integriert, gepflegt und betrieben werden. Ihre zumeist anspruchsvollen technischen Komponenten müssen eingekauft, zusammengestellt und vertrieben werden. Und da diese immer stärker Software-basiert sind, sind sie auch zu programmieren. Wer also eine Ausbildung der Fachrichtungen Nachrichtentechnik, Informationstechnik oder Informatik – ob mit Hochschulabschluss oder Ausbildungsberuf – wird im AV-Markt bei der Suche nach einem interessanten Job sicher fündig. Da die AV-Systemintegration ihre Wurzeln in der Veranstaltungstechnik hat, sind natürlich auch Veranstaltungstechniker in dieser Branche richtig.

Last but not least: Die Integration einer Anlage oder deren Komponenten in ein Gebäude erfordert mechanisches Geschick und Können. Unter den Herstellern gibt es deswegen auch Unternehmen, die auf Gehäuse, Stelen, Pulte oder Mobiliar spezialisiert sind; insofern sollten auch Mechaniker und Mechatroniker einen Job im AV-Markt in Betracht ziehen.

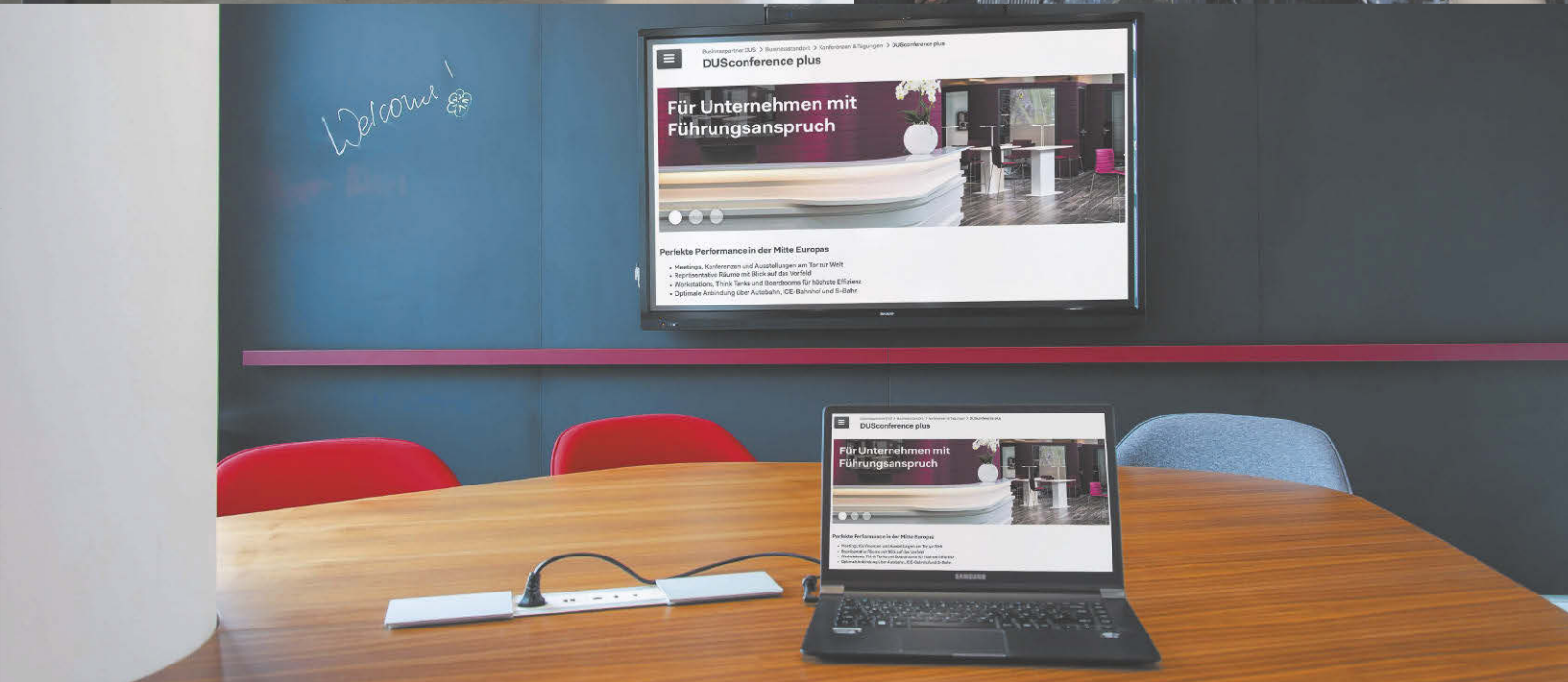
Die Segmente des AV-Marktes

Es gibt also jede Menge anspruchsvolle und abwechslungsreiche Tätigkeiten in der AV-Branche. Die zugehörigen Jobs sind je nach Interessenslage in unterschiedlichen Segmenten zu finden, in die der AV-Markt grob eingeteilt werden kann.

Was macht aber diese Marktsegmente und ihre jeweiligen Aufgabenbereiche eigentlich aus? Welche Berufe und Karrieremöglichkeiten bietet jedes einzelne Marktsegment? Das sollen die folgenden „Steckbriefe“ beantworten, in denen auch Repräsentanten bekannte Unternehmen im Markt Auskunft geben...

Aber schauen wir uns zunächst einmal diese Marktsegmente kurz an:

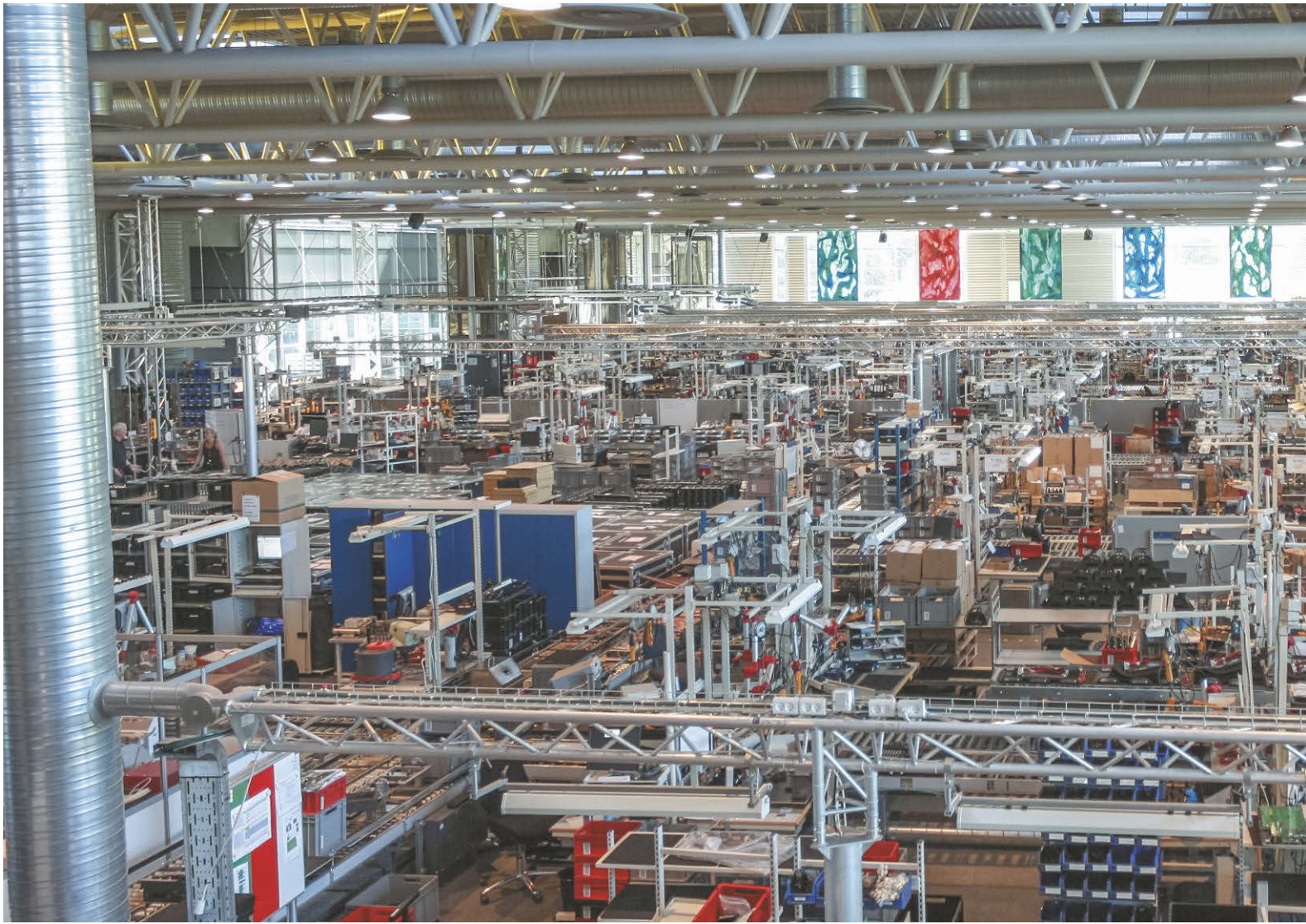
- Hersteller beliefern die Systemintegratoren mit den Produkten, die sie zum Bau einer AV-Anlage benötigen. Dieses äußerst heterogenes Marktsegment umfasst alle Firmenstrukturen und -größen von börsennotierten Konzernen wie BenQ, Panasonic, NEC oder Samsung



über mittelständische Unternehmen bis hin zu kleineren Manufakturen. Entsprechend vielfältig sind die Jobs, ob Entwicklung, Produktmanagement, Produktion, Einkauf oder Vertrieb. Mehr zum Marktsegment Hersteller auf **Seite 10...**

- Vertriebe bieten ein großes Spektrum von AV-Produkten unterschiedlicher Hersteller und richten sich dabei an die Systemintegratoren und Fachhändler. Diese unterstützen sie bei der Beratung, Planung und Umsetzung ihrer Projekte. Mehr dazu in Abschnitt „Marktsegment Vertrieb“ ab **Seite 11**.
- Fachplaner und Consultants befassen sich mit der Konzeption einer audiovisuellen Installation und sind damit das Interface zwischen dem Endkunden bzw. Anwender und dem Integrator. Außerdem begleiten sie oft die Installation während ihrer Entstehungsphasen. Wenn ihr mehr über Fachplanungsunternehmen und deren Jobs wissen wollt, „Marktsegment Fachplaner“ auf **Seite 12**.

- Systemintegratoren (auch als Errichter bezeichnet) sind für die technische Umsetzung der geplanten AV-Anlage verantwortlich, kümmern sich aber auch vermehrt um die Anlage während ihrer Betriebsdauer. Bei größeren Projekten bzw. ausgeschriebenen Projekten, arbeiten sie dabei eng mit dem Fachplaner zusammen. Wollt ihr mehr über Systemintegratoren erfahren? Weiter geht es auf **Seite 13 ...**
- Die Betreiber einer AV-Anlage lassen sich grob in zwei Gruppen einteilen: Betreiber, die die Anlage selbst nutzen und pflegen oder Betreiber, die die Anlage als Dienstleister während ihrer Lebensdauer betreiben und warten. Innerhalb dieser beiden Gruppen sind die Betreiber genauso heterogen strukturiert wie die Hersteller. Mehr dazu in „Marktsegment Betreiber“ auf **Seite 14 //**



Text und Fotos: Marcel Courth [ID 9093]

Die Hersteller

Wie gliedert sich das Segment der Hersteller im Bereich der AV-Systemintegration auf?

Die Hersteller in einem Segment bilden zumeist den technologischen Antreiber eines Marktes. Ein Hersteller steht nicht nur im oftmals harten Wettbewerb zu konkurrierenden Unternehmen, sondern muss die Fixkosten durch hohe Verkaufszahlen decken. Daher werden Unternehmen „gezwungen“ immer schneller zu entwickeln und neue Geräte auf den Markt zu bringen. Zugute kommt den Herstellern vor allem in den Märkten im Bereich der Medientechnik der schnelle technologische Fortschritt. Lange Produktlebenszyklen wie zu Omas Zeiten, wo man elektronische Geräte noch vererbt bekam, gehören der Vergangenheit an.

Die Hersteller im Bereich der AV-Systemintegration sind sehr heterogen und schwer miteinander zu vergleichen. Auf der einen Seite gibt es große globale Player wie Samsung, LG, Philips oder auch Sony, bei denen die professionelle AV-Technik von Divisions verantwortlich wird, die im gesamten Unternehmen nur eine kleinere Sparte darstellen. Auf

der gänzlichen anderen Seite finden sich kleine inhabergeführte Manufakturen, die einzelne Produkte oft auch als Custom-Herstellung anbieten. Dazwischen befindet sich ein breiter Bauch aus Unternehmen mittlerer Größe, die zum großen Teil speziell im Bereich der AV-Systemintegration tätig sind. Es ist davon auszugehen, dass durch die Verschmelzung von IT und der AV-Technik immer mehr Firmen aus dem IT-Sektor auf den Markt strömen, da dieser eine Möglichkeit zur Diversifizierung bedeutet. Als Beispiel kann man aktuell IT-Gigant Cisco nennen, der vor allem für die vielen kleineren Hersteller und Entwickler ein harter Wettbewerber sein wird.

Geschäftsbeziehungen

Die Hersteller im Bereich der AV-Systemintegration verkaufen zum großen Teil über Vertriebe oder direkt an die Systemintegratoren, die im Auftrag der Fachplaner Installationen durchführen. Daher ist es für den



„Es ist davon auszugehen, dass durch die Verschmelzung von IT und der AV-Technik immer mehr Firmen aus dem IT-Sektor auf den Markt strömen, da dieser eine Möglichkeit zur Diversifizierung bedeutet“

Hersteller ebenso wichtig einen guten Informationsstrom zu den Fachplanern aufzubauen. Natürlich verfügen Firmen und Betreiber jedoch auch des Öfteren über eigene Abteilungen, die Installationen inhouse selbst durchführen. Daher kann der Produktstrom auch oft direkt an den professionellen Endkunden fließen. Ebenfalls besitzen einige Hersteller selbst Planungs- und Integrationsabteilungen, die die Kunden bei Bedarf unterstützen können. Für Hersteller nicht uninteressant sind daher eben oftmals auch die Zielgruppen, die nicht direkt in der Branche verankert sind, wie Architekten, Facility Management oder auch IT- und Haustechnik.

Arbeitssituation

Ebenso heterogen wie die Größe der Unternehmen, ist natürlich auch deren Struktur. Während es in kleineren Unternehmen meist familiärer zugeht und Entscheidungsprozesse fast immer deutlich agiler und schneller sind, so bieten größere Unternehmen jedoch oftmals viel mehr Leistung abseits des direkten Arbeitsplatzes, wie betriebliche Altersvorsorge, Arbeitszeitsysteme, Betriebssport oder auch eine höhere Lohnstruktur sowie zumeist besser Aufstiegschancen durch bestehende Weiterbildungsprogramme. In kleineren Unternehmen wird die Karriere schneller gebremst, da die Personalgröße gering und Führungspositio-

nen dementsprechend an einer Hand abzuzählen sind. Auf der anderen Seite ist man in kleineren Unternehmen oft viel früher schon in wichtigen Entscheidungsprozessen involviert.

Grundsätzlich betrachtet suchen alle Unternehmen aktuell Fachkräfte, was für angehende, Techniker, Elektroniker, Ingenieure, Soft- und Hardwareentwickler, etc., was für Arbeitsuchende eine hervorragende Situation bedeutet. Vor allem IT-Kenntnisse sind momentan stark nachgefragt. Je nach Größe und Produktportfolio findet sich eine Vielzahl an unterschiedlichen fachlichen Berufsbildern bei den Herstellern. Ob ganz zum Anfang in der Entwicklung, im Bereich des Produktmanagements, dem Technischen Vertrieb bzw. Marketing oder im Aftersales-Support und Service, die Unternehmen bieten eine große Auswahl an Einstiegsmöglichkeiten.

Fachmagazine und Verbände helfen bei der Suche

Eine Übersicht über Unternehmen aus dem Bereich der AV-Systemintegration, findet man natürlich bei Fachmedien, hier in der Ausgabe, bei Professional System oder auch bei Verbänden, wie der AVIEA/AVIXA. //



Text: Helga Rouyer Lüdecke Fotos: Comm-Tec, Marcel Courth [ID 9094]

Der Vertrieb

Über das Marktsegment der Vertriebsunternehmen haben wir Markus Kreuzer von Comm-Tec befragt.

Vertriebe (auch Distributoren genannt) sind quasi Mittler zwischen unterschiedlichen Herstellern und dem Systemintegrator. Sie fungieren dabei als „One-Stop-Shop“: Der Integrator kann Produkte, die er für das Installieren einer audiovisuellen Anlage benötigt, bei einem Unternehmen erwerben. Das Produktportfolio der einzelnen Vertriebsunternehmen kann unterschiedlich sein. Vertriebe wie Comm-Tec bieten verschiedenste Pro AV/IT Segmente für Geschäftsbereiche für Digital Signage, Media Solutions, Präsentation, Signalmanagement und Steuerung, Konferenztechnik, aber auch mechanische Komponenten wie Racks, Medienhalterungen und Medienmöbel. Anwendungsbereiche sind Konferenz- und Seminarräume, Kommunikation, Videokonferenz, Gebäudeautomation, Facility Management, aber auch Veranstaltungen und Events für POI/POS, Museen, Themenparks, Bildungseinrichtungen. Zudem gibt es Distributoren, die auch Produkte an B2B-Kunden für Residential-Bereich (z. B. Smart Homes, Heimkino) vertreiben – Comm-Tec hat hier mit Vivateq eine eigene Marke. Es gibt aber auch Spezialvertriebe, die sich zum Beispiel nur auf Audioprodukte oder AV-Signalmanagement fokussieren. Auch das Einzugsgebiet ist je nach Vertrieb unterschiedlich. Neben den deutschlandweiten Vertrieben agieren Distributoren auch in der

D-A-CH-Region (Deutschland, Österreich, Schweiz), europaweit oder international.

Kundenstruktur und Anforderungen

Endkundengeschäft ist bei nahezu allen Vertrieben ein „No go“. Im professionellen AV-Markt, so betont Markus Kreuzer, ist das Vertriebsgeschäft ein B2B-Business. Das heißt: Verkauft wird nur an Geschäftskunden. Kunden sind die Integratoren, Fachhändler und Partner für Planer und Architekten.

Die Anforderungen in Bezug auf Kunden sind:

- Schnelle Verfügbarkeit (zentrales Lager)
- Qualität
- Gutes Preis-Leistungs-Verhältnis
- Konditionen und Einkaufsbedingungen für Kunden
- Hohes Service-Level
- Support
- Persönliche Beziehung
- Schnelle Abwicklung
- Vertrauen



Zur Person Markus Kreuzer



Markus Kreuzer ist Head of Marketing bei Comm-Tec. Er bringt als Qualifikation rund 18 Jahre Erfahrung in verschiedenen strategischen Marketing-Positionen bei renommierten Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen mit. Die Comm-Tec GmbH mit Sitz in Uhhingen ist eine der größten Distributionsorganisationen für Kommunikationstechnologie in Europa, mit Niederlassungen und Vertriebsbüros in den wichtigsten Ländern und Märkten. Neben der Funktion als Distributor ist Comm-Tec auch Hersteller von Eigenprodukten.

Aufgaben

Bezeichnet sich ein Vertrieb wie Comm-Tec als Value Add Distributor, bietet er dem Kunden nicht nur die einzelnen Produkte an, sondern eine komplette Lösung für seine Anforderung – Beratung und After Sales Support inbegriffen. Auch Schulungen der Kunden gehören dazu, wenn es die Komplexität der Produkte erfordert. Dies ist zum Beispiel bei Integratoren als Kunden wichtig, die die Technik für ein auszuführendes Projekt zusammenstellen. Markus Kreuzer stellt den Aufgabenbereich eines Vertriebs unter das Motto „In Lösungen denken, handeln und Lösungen anbieten – Kunden nicht nur zufriedenstellen, sondern begeistern“ und führt folgende Punkte Aufgabenbereich eines Vertriebs auf:

- Verkaufs- und Projektierungs-Support (Vertrieb, auch Onsite Sales und Projektunterstützung)
- Technischer Support
- Produkt-Management inkl. Abstimmung der Marketing-Aktivitäten
- Lieferanten-Kontakte pflegen, auch europaweit

Berufsbilder

Hier unterscheidet Markus Kreuzer zwischen dem technischen Bereich und dem kaufmännischen Bereich eines Vertriebs. Im Technischen Be-

reich sind Mitarbeiter für den Technischen Support bzw./ Planungs-Support und den Reparatur-Service erforderlich. Zudem gehören IT-Systemkaufleute sowie Fachinformatiker Systemintegration dazu. Im kaufmännischen Bereich ist das Spektrum der Berufsbilder noch differenzierter.

Zu diesem Bereich gehören:

- Vertrieb: Groß- und Außenhandelsleute
- Mitarbeiter im Projekt-Management
- Mitarbeiter im Produkt-Management
- Verkaufsaußendienstler
- Mitarbeiter im Verkaufsinendienst (Auftragsabwicklung, Logistik)
- Fachvertriebler
- Mitarbeiter für strategisches und operatives Marketing
- Mitarbeiter für Beschaffung bzw. Bestandsmanagement
- Mitarbeiter im Business Development
- Mitarbeiter in Verwaltung, Administration
- Mitarbeiter im Reparaturservice //



Bildung ist gut, Weiterbildung ist besser

Der internationale Fachverband für die AV-Industrie AVIEA (Audiovisual and integrated Experience Association) wurde im Jahr 1939 gegründet und zählt heute über 5.400 Mitglieder. Der Verband versteht sich als zentraler Ort für die professionelle Zusammenarbeit, Informationsaustausch, als eine starke Gemeinschaft und Wegbereiter neuer Ideen. Er ist dabei eine führende Ressource für AV-Standards, Zertifizierungen, Schulungen und Marktwissen. Als Mitinhaber der Integrated Systems Europe (ISE) und Veranstalter der InfoComm Messen legt AVIEA großen Wert darauf, junge und talentierte Menschen für die Branche zu begeistern. Die Non Profit Organisation hat sich dazu verschrieben, die Aus- und Weiterbildung in der AV-Branche zu fördern.

Und das ist auch notwendig, denn die Branche boomt. AVIEA ließ im Jahr 2018 durch die renommierte Marktforschungsagentur IHS Markt einen Report über die AV Industrie erstellen. Die Zahlen belegen den Trend, denn laut der IOTA (Industry Outlook and Trends Analysis) wird ein jährliches Durchschnittswachstum von 3,4 % für die EMEA-Region prognostiziert, t. Somit wird das Marktvolumen der Branche im Jahr 2023 dort auf knapp 63 Milliarden US-Dollar/55 Milliarden Euro steigen.

In einem so schnell wachsenden und sich ständig entwickelnden Markt ist Weiterbildung ein Muss, denn ohne ist man schnell nicht mehr auf dem neuesten Stand der Technik und das führt zu einem massiven

Wettbewerbsnachteil. Um diese Herausforderung zu bewältigen, bietet AVIEA seit über 30 Jahren das Weiterbildungsprogramm CTS® (Certified Technology Specialist) an. Als weltweit führendes professionelles AV-Zertifikat anerkannt, unterstützt es Unternehmen dabei sich zu verbessern und ihren Kunden einen Mehrwert zu bieten.

Das CTS-Programm

Das CTS-Programm lässt sich in drei Kategorien aufteilen: CTS – das allgemeine Programm, CTS-D – die Spezialisierung für AV-Fachplaner und CTS-I – die Spezialisierung für AV-Techniker. Der Abschluss des CTS-Grundprogramms ist dabei Voraussetzung für die Teilnahme an den beiden anderen Programmen. Das Interesse ist groß, derzeit gibt es mehr als 12.000 CTS-Absolventen, von denen über 2.000 CTS-D- oder CTS-I-Inhaber sind, davon über 1.000 in Europa. Aufgrund der Nachfrage bietet AVIEA die CTS-Kurse in Kürze auch in deutscher Sprache für die DACH-Region an. Um das Zertifikat zu erhalten, müssen Teilnehmer eine Reihe an Online-Seminaren bearbeiten und abschließend die CTS-Prüfung bestehen. Hierzu werden Vorbereitungskurse für Einzelpersonen sowie Firmen angeboten. Nach der Abschlussprüfung, die in einem unabhängigen Test-Center abgelegt wird, ist der Absolvent nun legitimiert, den Titel CTS zu tragen. Es ist jedoch nicht mit einer einmaligen Prüfung getan, so müssen die Spezialisten im Zeitraum von drei Jahren CTS Renewal Units sammeln, um die Zertifizierung aufrecht zu erhalten. Hierzu werden entsprechende Webinare, sowie Offline-Veranstaltungen angeboten. Beispielhaft sind die vielfältigen Kurse auf der ISE zu nennen, die AVIEA im Rahmen ihres Fortbildungsangebots während der Messe angeboten hat. Des Weiteren zählen auch Herstellerseminare zu den zertifizierten Veranstaltungen, bei denen Renewal-Units erworben werden können. Dabei wird grundsätzlich nur der Anteil der Wissensvermittlung gewertet. An diesem weltweiten Programm sind zurzeit über 500 Kursformate von über 130 Firmen aus allen Bereichen der AV-Technik gelistet.

Vorteile erkennen und nutzen

Die Unternehmen der Branche haben den Mehrwert dieser Zusatzqualifikation erkannt und nutzen diesen zu ihrem Vorteil. "In unserem Geschäftsmodell ist AV-Expertenwissen das beste Verkaufsargument", sagte Marcus Boij, CTS, Technical Director, Informationsteknik Scandinavia AB. "Durch unsere CTS-zertifizierten Mitarbeiter konnten wir dieses Wissen unter Beweis stellen und mit viel größeren Unternehmen konkurrieren, wenn es um die Ausschreibung von hochkarätigen Aufträgen ging. Infolgedessen waren wir mit mehreren dieser Angebote erfolgreich. Eines davon war das Projekt bei der SEB Bank, welches wohl die größte AV-Installation in Schweden ist. Mit CTS-Zertifikaten können wir zeigen, wie ernst wir es mit Wissen und Bildung meinen."

Doch nicht nur für die Unternehmen birgt das Programm Vorteile: "CTS kommt sowohl dem Arbeitnehmer als auch dem Arbeitgeber zugute, wobei die Vorteile für den Arbeitnehmer überwiegen", sagte Justin Paveley, CTS-D, CTS-I, Engineering Director, AVMI. "Das Zertifikat hat mir Selbstvertrauen, Glaubwürdigkeit und eine technische Kompetenz gegeben, die ich sonst nirgendwo bekommen hätte."

Durch die umfangreichen Möglichkeiten für Onlineschulungen wie auch Präsenzkurse eignet sich das CTS-Programm außerdem auch ideal für, Quereinsteiger.

HTML Vorformatiert

Bestens vernetzt in Industrie und Bildung

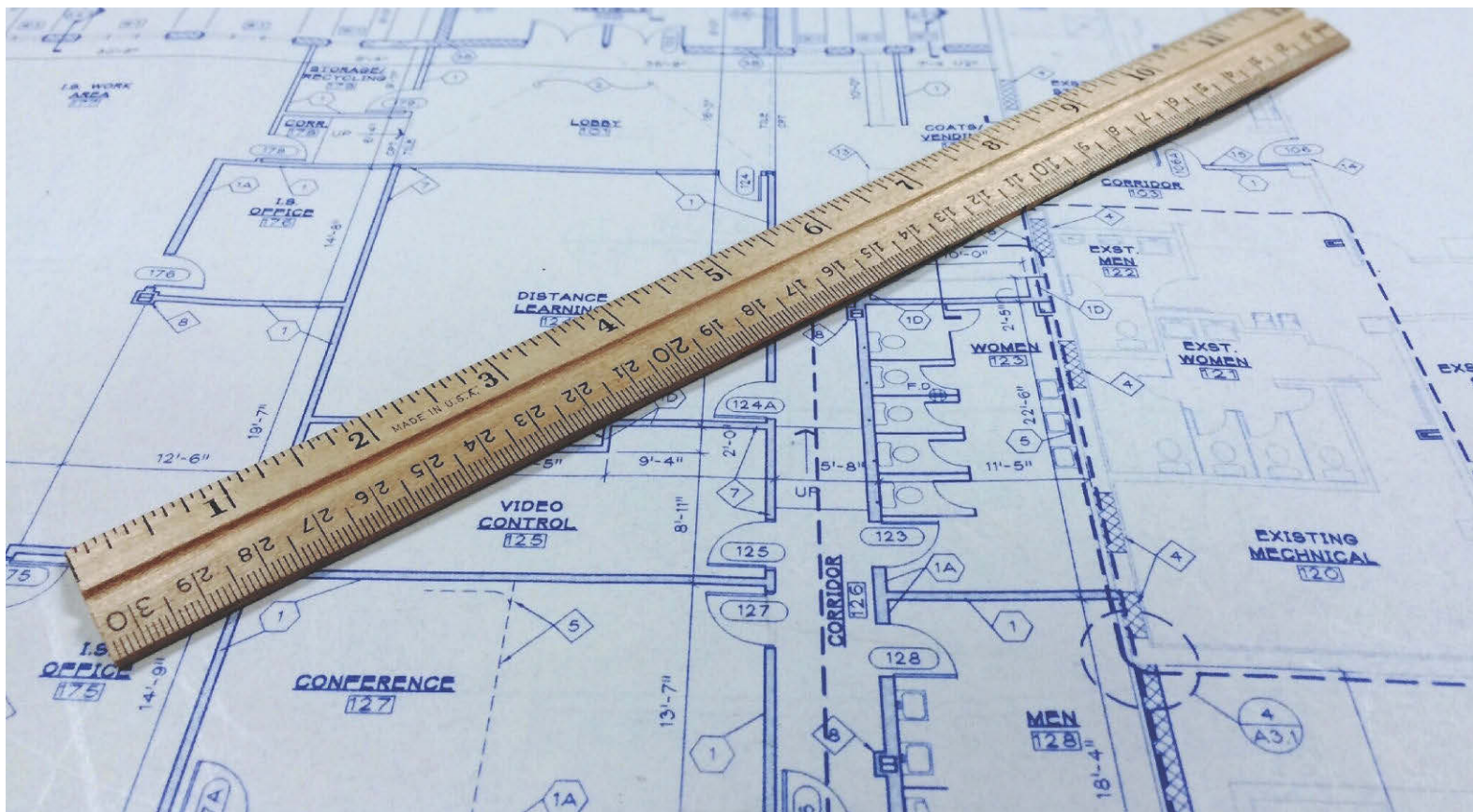
Durch sein jahrelanges Engagement in der Aus- und Weiterbildung kann AVIEA auf ein breitgefächertes Netzwerk, welches Kontakte aus dem Industrie- und Bildungssektor umspannt, zurückgreifen. In enger Zusammenarbeit wurden in der Vergangenheit bereits Veranstaltungen wie der „Open Day– AV MEETS FUTURE EXPERTS“ mit der HAW (Hochschule für Angewandte Wissenschaft) Hamburg ausgerichtet. Die außerordentlich positive Resonanz daraus bestätigt das rege Interesse von beiden Seiten und zukünftig werden noch viele Events dieser Art folgen. Ein Termin steht bereits fest: „AV MEETS FUTURE EXPERTS“ wird im KING, Kultur- und Kongress-Zentrum in Ingelheim am Rhein, am 10. Oktober 2019 stattfinden.

www.av-karriere.de – Das Portal für Berufseinsteiger

Um die Aufklärung über die Branche weiter voranzutreiben wurde nun von AVIEA die Online-Plattform www.av-karriere.de ins Leben gerufen. Die Seite fungiert als Portal für Berufseinsteiger in die AV-Branche für die DACH-Region. Dort gibt es Informationen zu den verschiedenen Berufsbildern und Tätigkeitsfeldern sowie den entsprechenden Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten. Des Weiteren stellen sich dort potenzielle Arbeitgeber vor. Beeindruckend ist hierbei, dass AVIEA bereits in kürzester Zeit über 50 Unternehmen für das Portal gewinnen konnte, die ihre verfügbaren Jobs direkt auf der Seite ausschreiben können.

Interessenten können sich auf der Homepage also einerseits über die Branche und Arbeitgeber informieren und im Anschluss direkt eine Bewerbung über das Portal versenden.

„Die Nachwuchsarbeit liegt uns besonders am Herzen. Mit unserem gut gepflegten Netzwerk und besten Beziehungen zu Vertretern aus Bildung und Wirtschaft war es naheliegend, ein Karriereportal zu schaffen. Die AV-Branche ist so facettenreich und dies wollen wir Berufseinsteigern aufzeigen. Darüber hinaus rundet ein breites Angebot an Fortbildungsmöglichkeiten und Informationsveranstaltungen unser Programm ab“, so Peter Schädel, European Marketing Manager von AVIEA. //



Text: Alexandra Ehrlitzer Fotos: macom, Pixabay [9092]

Der Fachplaner

Alexandra Ehrlitzer von der macom Gruppe erläutert, was einen Fachplaner ausmacht, welche Aufgaben in einem Fachplanungsunternehmen anfallen.

Ein Fachplaner übersetzt die Idee des Kunden in eine technische Planung für den Systemintegrator. In der AV-Fachplanung geht es insbesondere darum, wie mit Audio- und Videotechnik Informationen transportiert werden und kollaboriert wird. Kommunikationsfähigkeit und technisches Fachwissen sind hier gefragt. Um die richtige Technologie zu finden, steht der Planer in regem Austausch mit allen Herstellern und ist immer bestens informiert. Um ein System richtig planen zu können, ist natürlich auch ein Verständnis für den Content gefragt. Der Fachplaner erstellt den Content aber nicht selbst. Um große Projekte abwickeln zu können, muss ein Fachplaner auch Projektmanagement-Fähigkeiten mitbringen. Das Dreieck aus Technik, Budget und Zeit sollte er im Blick haben und natürlich ist die Kenntnis von rechtlichen Rahmenbedingungen nötig. Den Rahmen für die Planung gibt die HOAI mit ihren Leistungsphasen vor. Von der Konzeption bis zur Bauüberwachung sind viele verschiedene Aufgabenbereiche abzuarbeiten, es wird also nie langweilig.

Die macom GmbH ist ein großes Fachplanungs- und Beratungsunternehmen. Wir managen viele große und ausgefallene Projekte. Bei sol-

chen Projekten ist es für Kunden oft schwer, eine klare Idee davon zu bekommen, was sie möchten und benötigen, geschweige denn, wie sich das mit den aktuellen technischen Lösungen umsetzen lässt. Deshalb bieten wir zusätzlich zur reinen Planung auch Beratung und Strategieentwicklung an. Hier wird der Planung beispielsweise ein Business Case vorangestellt. Darin wird festgehalten, welche verschiedenen technologischen Umsetzungsmöglichkeiten es gibt, welche Vor- und Nachteile diese haben und was das kostet. Nur so erhält der Kunde eine Entscheidungsgrundlage. Um die verschiedenen Lösungen nicht nur auf dem Papier zeigen zu können, hat macom ein eigenes LAB, in dem die Kunden in Workshops die technischen Lösungen selbst ausprobieren können.

Aufgabenbereiche in einem Fachplanungsunternehmen

Im klassischen Planungsprozess steht am Anfang die Konzeption. Hier werden Rahmenbedingungen aufgenommen, mit den anderen Gewerken kommuniziert, z.B. Architekten und TGA, sowie erste technische Ideen recherchiert, entwickelt und erprobt. Anschließend kommt die

„Die wichtigsten Eigenschaften eines Planers sind Spaß an Technik, Kommunikationsfreude und Lust auf ständige Veränderung. Denn die Branche ist in Bewegung“

Zur Person: Alexandra Ehrlitzer



Alexandra Ehrlitzer ist studierte Diplom-Ingenieurin (FH) und verantwortlich für das Hochschulmarketing und die Nachwuchsgewinnung der macom Gruppe. Dafür pflegt sie enge Kontakte mit Universitäten und Fachhochschulen im gesamten Bundesgebiet und betreut die Praktikanten, Absolventen und Trainees an allen Standorten der macom Gruppe.

Entwurfsplanung. In die CAD-Pläne der Architekten wird die Verortung der technischen Geräte eingezeichnet, ein Blockschaltbild wird gezeichnet, eine Kabelzugliste erstellt usw. All diese Details werden immer wieder mit den Projektbeteiligten abgestimmt.

Sobald alle Komponenten genau festgelegt und im Plan verortet sind, wird ein Leistungsverzeichnis erstellt und die Systemintegration ausgeschrieben. Unter Umständen hilft der Planer noch bei der Auswahl des passenden Integrators. In der Bauphase wird das Objekt überwacht. Dazu sind regelmäßige Ortstermine nötig. Zum Schluss erfolgt eine Abnahme. In komplexeren Projekten können zu Anfang Kundenworkshops zur Ideenfindung nötig sein. Auch technische Probeaufbauten und sogenannte Shootouts sind hier häufiger nötig, um die richtige technische Lösung für den Kunden zu finden. Dies ist sowieso das Hauptanliegen eines guten Planers: Nicht Technik um der Technik Willen, sondern eine auf den Kunden maßgeschneiderte Lösung, die möglichst genau seine Bedürfnisse erfüllt.

Deshalb wird auch ein Beratungsprozess in der immer komplexer werdenden AV-Welt so wichtig. Hier sind die Aufgaben zum Beispiel fundierte Kenntnis über die Details der einzelnen Technologien und das Leiten von Workshops - unter anderem mit der Design Thinking-Methode - um Kunden bei der Ideenfindung zu unterstützen. Wenn es um Kollaboration und Future Workplace-Technologien geht, sind Kenntnisse in Projektmanagement-Methoden und agilen Arbeitsweisen nötig, da man Abläufe und Prozesse des Kunden verstehen muss, um richtig zu beraten.

Die wichtigsten Eigenschaften eines Planers sind Spaß an Technik, Kommunikationsfreude und Lust auf ständige Veränderung. Denn die Branche ist in Bewegung.

Berufsbilder und Tätigkeitsfelder

Ein klares Berufsbild oder eine Berufsbezeichnung „Fachplaner“ ist mir nicht bekannt. In der Branche arbeiten viele Ingenieure (inzwischen Bachelor und Master of Science und Engineering) verschiedener Fachrichtungen: Nachrichtentechnik, Medientechnik, Elektro- und Informationstechnik, Tontechnik etc. Aber es gibt auch viele andere Wege in die Branche.

Wir betreuen Kunden über den gesamten AV-Lifecycle hinweg, von der strategischen Beratung zu Technologiekonzepten, über die Fachplanung und die Projektumsetzung bis hin zum Betrieb der geplanten medientechnischen Anlagen. Da es nicht für alle diese Bereiche eine passende Ausbildung gibt, bilden wir Berufseinsteiger gezielt weiter und machen sie zu einem „Ingenieur +“, wie wir es nennen. Dafür vermitteln wir zusätzliches Wissen aus den Bereichen Arbeitsprozesse, Consulting, Informatik, Projektmanagement, UX, UI und Usability. Und wer weiß was die Zukunft bringt.

Geschäftspartner

Unsere Geschäftspartner sind Endkunden aus der Industrie und dem öffentlichen Bereich. Dazu gehören DAX-Unternehmen und führende Mittelständler sowie öffentliche Auftraggeber. //



Systemintegration mit dem Credo „Doing Better“. Das gilt für das Team und auch für den Einzelnen.

Dass Amptown System Company seit fast 30 Jahren als Systemhaus für Medientechnik für erstklassige Systemlösungen bekannt ist, verdanken wir in erster Linie den Menschen, die für uns arbeiten. Ihr Einsatz hat unseren guten Ruf begründet und ASC an die Spitze für Systemintegration „Made in Germany“ gebracht. Vom Azubi bis zur Geschäftsführung brennen wir für unsere Kunden und unsere Projekte. Was unser Wir-Gefühl ausmacht, sind unsere Identifikation mit unserem Unternehmen, unser Teamgeist und unsere Leidenschaft für Technik.

ASC bedient die komplette Leistungspalette der Medientechnik: Audio-, Video-, Licht-, Kommunikations-, IT-/Netzwerk- und Steuerungstechnik aus einer Hand. Unsere guten Kontakte und der stetige Austausch bei der Entwicklung innovativer Systeme mit hochkarätigen Technikpartnern führen dazu, dass unsere Systemlösungen State-of-the-Art sind. Wer Mitglied im ASC Team ist, darf sich über ein breites Betätigungsfeld freuen: Unsere Auftraggeber fordern uns an Land und auf See – denn hinter jedem Projekt stehen große Visionen. Wir hören aktiv zu, analysieren, was unsere Kunden bewegt und lassen ihre Ideen technisch sichtbar werden. Wir installieren Lösungen in Theater-, Oper-, Musical- und Schauspielhäusern, auf Yachten und Kreuzfahrtschiffen, privatwirtschaftlichen Unternehmen, Messen, Kongress- und Veranstal-

tungszentren, Kinos, Sendeanstalten, Museen- und Ausstellungsgebäuden, Kirchen, Schulen, Universitäten sowie in Hotel- und Gastronomiebetrieben.

Berufseinsteiger und Professionals

Für solche Projekte sind Flexibilität und Lernbereitschaft gefragt. Flexibilität angesichts der Vielfalt unserer Projekte und der Einsatzorte: Ein Mitarbeiter kann bei uns national und international agieren, daher sind uns Aufgeschlossenheit und Reisebereitschaft wichtig. Aufgrund der zunehmenden Digitalisierung erwarten wir von unseren Kandidaten eine hohe Lernbereitschaft. Wir investieren viel in die Weiterbildung und in den Wissensstand unserer Mitarbeiter. In unserem Headquarter



Zur Person:

Kristina Hof

ASC Human Resources Manager: kaufmännische Ausbildung bei der OTTO Group, Pädagogik-, BWL- und Psychologie-Studium, erfahren in Personalmarketing, Talent Akquise und Personalentwicklung: „Zufriedene Mitarbeiter sind für das Wachstum von ASC entscheidend. Daher bekommen neue Kollegen umfassende Informationen, einen Einarbeitungsplan und einen Mentor an ihre Seite. Unser Unternehmensleitbild enthält Verhaltens- und Umgangsregeln für unsere Zusammenarbeit.“



Zur Person:

Max-Frederick Bruhn

Ehemaliger Azubi und verantwortlicher Koordinator für den Rack-Bau für Kreuzfahrtschiffe in der ASC Werkstatt. „Flexibilität, Eigeninitiative und Lernbereitschaft sollte man als Bewerber schon mitbringen. Dazu Engagement in der Planung und Montage sowie lösungsorientiertes Handeln. Ich wurde von Anfang an immer unterstützt und konnte vom breiten Fachwissen im Team profitieren. Der familiäre Umgang und die große Hilfsbereitschaft haben mir auf Anhieb gefallen. Wir sind hier alle etwas verrückt auf Technik.“

in Hamburg, dem „Tor zur Welt“ und in unseren Niederlassungen in Berlin und Frankfurt (Mörfelden-Walldorf) achten wir auf Diversität und Toleranz in unserem Team. Alle Bewerber erhalten in Interviews die Chance, ein authentisches Bild von sich zu zeichnen. Wir arbeiten nicht mit Fragebögen, sondern suchen ein Gespräch auf Augenhöhe! Wir unterbreiten attraktive Entwicklungs- und Karrieremöglichkeiten. Spannende Projekte und Chancen gibt es bei ASC genug.

Azubis und Studenten

Aktuell bieten wir fünf Ausbildungen an: Elektroniker (m/w/d) für Energie- und Gebäudetechnik für die Werkstätten in Frankfurt und Hamburg, Kauffrau (m/w/d) für Büromanagement, IT-System-Elektroniker (m/w/d) in der Hamburger Verwaltung sowie ein Duales Studium der Medientechnik in Verbindung mit der Hochschule RheinMain bei ASC Frankfurt. Die dualen Studenten arbeiten in ihren Praxisphasen aktiv bei uns mit und können so ihr theoretisches Wissen praktisch umsetzen. Das Studium endet mit dem Bachelor of Engineering. ASC Berlin bietet zudem die Ausbildung zur Fachkraft (m/w/d) für Veranstaltungstechnik an.

Wir stellen uns regelmäßig bei Schulkooperationen vor und bieten Schülerpraktika an. Bewerbungstage für Ausbildungssuchende und Studenten zeigen praxisnah, wie Systemintegration bei uns funktioniert. Studenten der Medien- und Veranstaltungstechnik sind uns als Prakti-

kant oder Werksstudent immer willkommen. Wir begleiten jedes Praktikum und auch ihre Abschlussarbeit individuell und engagiert. Deshalb arbeiten viele unserer ehemaligen Studenten mittlerweile fest bei uns.

Was wir bieten?

Zusätzlich zu abwechslungsreichen Projekten, Know-how und Weiterbildungsmaßnahmen bieten wir moderne, zeitgemäße Arbeitsbedingungen: Flexible Arbeitszeitkonzepte, Work-Life-Balance und Work-Life-Integration gehören zu den festen Säulen für einen attraktiven Arbeitsplatz. Unsere Arbeitskultur aus Kernzeit und Vertrauensarbeitszeit zielt darauf hin, dass die Projekte mit Engagement und Elan durchgeführt werden. Flache Hierarchien, ein offenes Miteinander, Rückzugsorte im Unternehmen, täglich frisches Obst und kostenfreie Getränke, Sommer- und Weihnachtsfeste über drei Standorte hinweg und ein gutes Zusammenspiel zwischen erfahrenen und jungen Mitarbeitern bilden den Wohlfühlfaktor bei ASC und unser „Doing Better“.

Wir freuen uns auf eine aussagekräftige Bewerbung an:

Amptown System Company GmbH

Human Resources

z. Hd. Kristina Hof

Werner-Otto-Straße 26

22179 Hamburg

oder per E-Mail an: jobs@amptown-system.com



Text: Andreas Promny Fotos: Jörg Küster, pixabay [ID 8304]

Der Integrator

Andreas Promny von den AV-Solution Partner stellt das Marktsegment der Systemintegratoren vor

Die audiovisuelle Medientechnik hat sich in den letzten Jahren nicht nur durch die Digitalisierung zu einer modernen technologiegetriebenen Branche entwickelt. Waren es früher Kenntnisse und Erfahrung in der Akustik, Optik und Mechanik, hat in den Jahren zuerst die Elektronik und dann die Informationstechnik Einzug gehalten. Das führte dazu, dass Geräte, Technologien und Anwendungslösungen immer leistungsfähiger und auch komplexer geworden

sind. So sind heute die Anwendung und der Einsatz von Medientechnologien nur noch mit fundiertem Wissen und einer spezialisierten Ausbildung erfolversprechend.

Drei Schwerpunkte kennzeichnen die Berufsbilder der AV-Branche:

- Projektorientierung
- Informationstechnologie
- Kundenorientierung



Anforderungen

Das projektorientierte Arbeiten im Feld der Systemintegration schafft Herausforderung und verlangt Engagement und Leistungsbereitschaft zur Durchführung der Aufgaben. Im Gegenzug garantiert es den Mitarbeitern abwechslungsreiche Tätigkeiten und die Zufriedenheit bei erfolgreichen Projektabschlüssen.

Informationstechnologie in allen Spielarten hat Einzug in die Tätigkeitsfelder der Systemhäuser gehalten und damit das Interesse von Mitarbeitern und Absolventen der IT-Technik für die neu entstehenden Arbeitsbereiche geweckt.

Das Erkennen, dass der Kunde als Nutzer im Mittelpunkt steht und er Unterstützung zur Entscheidung und zum Einsatz der Technologien benötigt, hat zur Intensivierung der Bereiche Beratung, Planung und Schulung geführt. Durch die wachsende Anforderung an Kommunikation und soziale Kompetenz haben sich Tätigkeitsfelder für Dienstleistung und Beratung geöffnet, so dass vermehrt Fachberater, Medienfachplaner, Verkäufer und Trainer benötigt werden.

Aufgabenbereiche

Moderne AV-Systemhäuser haben sich der ganzheitlichen Integration der Medientechnik verschrieben. Sie holen den Kunden bei seinen Anforderungen und Bedürfnissen ab, beraten ihn in Anwendung und Auswahl der besten Technologien, sind Partner bei der Implementation der Technik erstellen der ganzheitlichen Lösung. Die Einweisung, Begleitung und Betreuung nach dem Projektabschluss ist zum wichtigen Erfolgsfaktor geworden und prägt zunehmend den Dienstleistungscharakter der Unternehmen in der Branche. Diese Orientierung wird im Weiteren durch den Bedarf des Kunden nach Serviceunterstützung und Erhalt der Anlagenwerte und Investitionen unterstützt. So sind erfolgreiche AV-Systemhäuser heute Komplett-Dienstleister am Kunden.

Kundenstruktur

Hierbei kommen die Kunden aus allen Bereichen der modernen Leistungsgesellschaft: Beratungsunternehmen, Industrie-Dienstleister, universitäre und schulische Bildungs- und Weiterbildungseinrichtungen, Einrichtungen der öffentlichen Hand und der Verwaltung, Veranstaltungshäuser und Konferenzzentren.

Die Systemhäuser, die sich unter dem Dach der AV-Solution Partner e.V. zusammengeschlossen haben, sind Spezialisten bei der Integration hochwertiger AV-Lösungen. Es sind inhabergeführte Unternehmen mit mehr als zwei Jahrzehnten Branchenerfahrung und einem gewachsenen Stamm an qualifizierten Mitarbeitern. Während in den früheren Jahren das Beschäftigten-Portfolio mangels adäquater Ausbildungsbe-

rufe und Studienmöglichkeiten durch Quereinsteiger aus anderen Berufsfeldern bestand, werden heute zunehmend Absolventen der über 20 AV-orientierten Studiengänge und entsprechenden informationstechnischen Ausbildungswege als Nachwuchs gesucht.

Berufsbilder

So ergibt die Branche und die von ihr zu erfüllenden Aufgaben ein interessantes und spannendes Tätigkeitsfeld für Absolventen und Auszubildende der Informationstechnik, Elektrotechnik mit Schwerpunkt Nachrichtentechnik und Veranstaltungstechnik, aber auch der technischen Akustik und Bildgestaltung. So stellen die nachfolgenden Berufe nur einen Ausschnitt der Tätigkeitsfelder dar:

- IT-Support-Spezialist für digitale Kommunikationsmedien
- Vertriebs-/Projektingenieur
- Programmierer und Systemtechniker
- Elektroniker/in für Informations- und Telekommunikationstechnik
- Medieninformatiker Präsentationstechnik
- Kommunikationselektroniker/in oder Elektrotechniker
- Fachkraft für Veranstaltungstechnik
- IT-System-Elektroniker/IT-Systemkaufmann
- Mediengestalter Bild- und Ton
- Fotomedienfachfrau/-mann
- Servicetechniker/Mechatroniker oder Elektroniker
- Elektroinstallateur/in, Servicetechniker/in Schwachstrom //

Zur Person Andreas Promny



Andreas Promny ist Diplom-Ingenieur und Geschäftsführer des

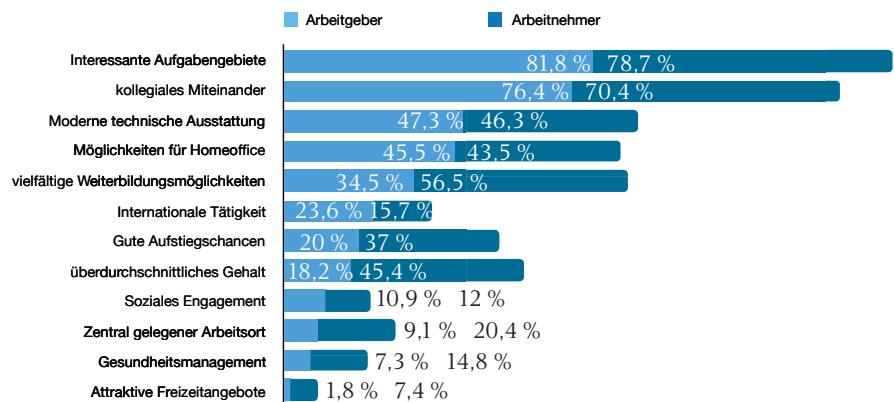
Dipl.-Ing. Andreas Promny

Systemintegrators AK Media. Darüber hinaus sitzt er im Vorstand der AV-Solution Partner. Die AV-Solution Partner ist eine Kooperation unabhängiger AV-Systemhäuser und Systemintegratoren in Deutschland, Österreich und in der Schweiz. Sie bieten in allen Bereichen der professionellen audiovisuellen Medientechnik ganzheitliche Lösungen – von der Beratung, Konzeption und Planung anspruchsvoller Projekte über die Realisierung bis hin zu Service, Wartung und Support.

AV-Branchenumfrage

„In den nächsten 3 Jahren wollen Unternehmen vor allem mehr in neue Mitarbeiter (39,4 %), neue Technologien (27,3 %) sowie Aus- und Weiterbildung (15,2 %) investieren.“

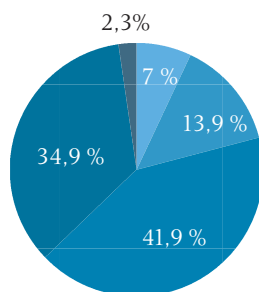
Angebote von Unternehmen als attraktiver Arbeitgeber vs. Wünsche von Mitarbeitern



Für die AV-Branche spielen die folgenden drei Geschäftsrisiken in den nächsten drei Jahren die größte Rolle:

1. Zunehmender Fachkräftemangel
2. Starke Auftrags-/Auslastungsschwankungen
3. Mitarbeiterengpässe / fehlende Mitarbeiterflexibilität

Probleme beim Recruiting

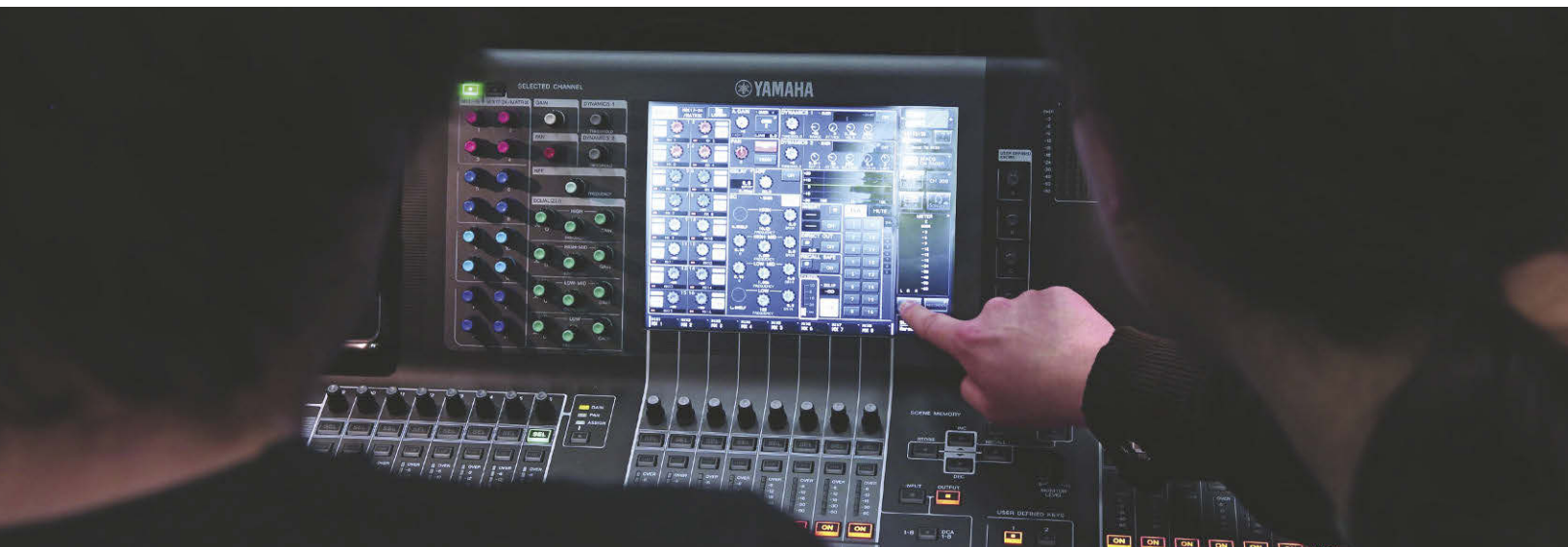


- Keine Schwierigkeiten geeignete Kandidaten zu finden: 7 %
- Bedarf wird gerade so gedeckt: 13,9 %
- Insbesondere gut ausgebildete Fachkräfte sind schwierig zu bekommen: 41,9 %
- Es fällt insgesamt schwer geeignete Kandidaten zu finden: 34,9 %
- Andere: 2,3 %



AV-SOLUTION PARTNER
PROFESSIONALS IN AUDIO AND VIDEO

Mit den AV-Solution Partnern in die Zukunft der AV-Welt



Seit 20 Jahren ein erfolgreicher Verband. Die AV-Solution Partner bieten in allen Bereichen der audiovisuellen Medientechnik maßgeschneiderte, kreative und ganzheitliche Lösungen. Dazu gehören die Konzeption, Planung und Einrichtung moderner AV-Anlagen in Konferenz-, Veranstaltungs- und Schulungsräumen, in Verwaltungsgebäuden, Museen und Ausstellungen, TV- und Rundfunkanstalten sowie im gehobenen Wohnungsbau.

Zum Einsatz kommen hochwertige und zukunftsweisende Technologien internationaler Hersteller: Konferenz- und Präsentationstechnik, Web- und Videokonferenzsysteme, Theater- und Bühnentechnik, Licht- und Beschallungsanlagen, Systeme zur Steuerung der Medien-, Raum- und Gebäudetechnik sowie Lösungen für Digital Signage und Intelligent Home.



Mehr als 2.500 Kunden aus Wirtschaft, Industrie und Handel, öffentlichen Verwaltungen und dem Bildungswesen profitieren von einem gebündelten Know-how, exzellenter Beratung, einem umfangreichen Leistungsspektrum und erstklassigen Support.

Innovative und individuelle Lösungen

- Interaktive und intuitive Medientechnologien
- Unsichtbare Integration in die Raumarchitektur
- Optimale Beschallung und wirkungsvolle Beleuchtung
- Perfekt abgestimmte Raum- und Gebäudetechnik als Gesamtsystem
- AV-Collaboration durch Einbindung mobiler Endgeräte
- Sichere Vernetzung von AV und IT
- Intelligente Mediensteuerung für eine einfache und komfortable Bedienung



Text: Marcel Courth Fotos: Jörg Küster [ID 9096]

Die Betreiber

Wie gliedert sich das Segment der Betreiber im Bereich der AV-Systemintegration auf?

Die Betreiber sind oftmals die „Endkunden“ in der Wirtschaftskette des B2B-Marktes AV-Systemintegration. Den stereotypen Betreiber gibt jedoch es nicht – dieses Marktsegment ist wie auch das der Hersteller äußerst heterogen aufgestellt. Wie der Name schon aussagt, ist der Betreiber derjenige, welcher das installierte AV-System einsetzt – also betreibt. Grob betrachtet kann man sagen, dass es zwei Gruppen gibt, einmal die Betreiber, die ihr System selbst einsetzen und

auch warten und zum Zweiten die Betreiber, die als Dienstleister Systeme bei Kunden einsetzen und ebenfalls warten. Zu ersteren Gruppe zählen Betreiber aus allen Bereichen der modernen Leistungsgesellschaft: Beratungsunternehmen, Industrie-Dienstleister, universitäre und schulische Bildungs- und Weiterbildungseinrichtungen, Einrichtungen der öffentlichen Hand und der Verwaltung, Veranstaltungshäuser, Museen und Konferenzzentren. Manche nutzen die Systeme nur für



„Die Betreiber sind oftmals die „Endkunden“ in der Wirtschaftskette des B2B-Marktes AV-Systemintegration“

eigene Anwendungen, andere wiederum, wie Veranstaltungshäuser und Konferenzzentren betreiben die Anlagen auch für ihre eigenen Kunden, die die Locations anmieten. Die zweite angesprochene Gruppe bilden Dienstleistungsunternehmen, die den Betrieb und die Wartungen für die Kunden übernehmen.

Geschäftsbeziehungen

Betreiber, die das System selbst nutzen, stehen wie bereits angesprochen am Ende der Wirtschaftskette und sind die „Endkunden“ des B2B-Marktes. Die Betreiber schreiben sozusagen das Projekt aus und lassen die Fachplaner dieses projektieren. Die Installation im Haus selbst übernehmen dann die Integratoren. Diverse Integratoren übernehmen hin- und wieder im Rahmen der sogenannten „Managed Services“ auch den Betrieb der Anlage und/oder warten diese. Die Beziehung läuft meist

über langfristige Rahmenverträge. Auch Firmen aus dem Bereich Veranstaltungstechnik sind vor allem in Veranstaltungshäusern mit dieser Aufgabe ausgestattet.

Arbeitssituation

Die Arbeitssituation auf Betreiberseite ist grundsätzlich klassisch geregelt – Techniker kümmern sich um die Anlagen bzw. Systeme. Diese sind vor allem in größeren Unternehmen fest angestellt. Mittlerweile übernehmen vermehrt auch die IT-Abteilungen diese Aufgabe, da die AV-Technik immer mehr IT-basierte Workflows bietet bzw. fordert. Je kleiner die Unternehmen sind, lohnt es sich oftmals nicht eine eigene Abteilung aufzubauen, die die AV-Technik betreibt und wartet. In diesem Fall übernimmt ein „Haustechniker“ diese Aufgaben oder es werden externe Dienstleister als „Facility-Manager“ eingesetzt. //



Weltweiter Erfolg für ein „People Business“

In einer AV-Welt, die durch hohen Wettbewerbsdruck gekennzeichnet ist und wo Innovationen im Handumdrehen stattfinden, können sich erfolgreiche Unternehmen nicht mehr länger auf das Top-Down-Prinzip verlassen. Stattdessen ist es entscheidend eine Umgebung zu schaffen, in der jede Person ein wesentlicher Entwicklungsbestandteil des Unternehmens ist. Diese Philosophie, dass Menschen genauso wichtig sind wie unsere Lösungen und die Projekte, an denen wir für unsere Kunden arbeiten, steht im Mittelpunkt unseres Wachstums, dass bei Exterity seit seiner Gründung vor fast 20 Jahren aktiv gelebt wird.

Wir sind stolz auf unsere anspruchsvollen Projekte, die wir für renommierte Kunden realisieren durften. Wie zum Beispiel die Elbphilharmonie, ein Meisterwerk der Architektur und Akustik kombiniert mit einer interessanten Umsetzung von IP-Video und Digital Signage, oder den Fußballvereinen des TSG Hoffenheim und des SV Sandhausen, die ihren Fans ein immersives Spielerlebnis bieten. Die Projektverantwortlichen vertrauten dabei auf unsere Erfahrung, Marktführerschaft sowie unsere umfangreiche und innovative IP Video- und Digital Signage-Pro-

duktpalette. Aber ohne die Mitwirkung der geeigneten Mitarbeiter, von unserem Verkaufsteam bis hin zu unserer technischen Abteilung, Operations, Support und unserem Netzwerk vertrauenswürdiger Partner, wären diese Erfolge nicht möglich gewesen.

Obwohl wir für unsere modernen und preisgekrönten Technologien renommierter sind, ist Exterity ein "People Business". Der Schlüssel zu unserem Erfolg beruht darauf, das richtige Know-How zu haben. Das bedeutet in Talente zu investieren, die mittlerweile unser über 100 Mitarbeiter starkes Team ausmachen, welches in über 40 Ländern tätig ist und durch enge Zusammenarbeit der Schlüssel für die Bereitstellung unserer technologisch führenden, qualitativ hochwertigen und professionell aufgebauten Produktportfolios als End-to-End-Lösungen sind. Die hohe Mitarbeiterbindung, die Exterity genießt, beginnt mit unserer Philosophie, dass Mitarbeiter ab dem ersten Tag und über ihre Entwicklung hinweg, unterstützt werden. Dazu gehört ein Einarbeitungsprozess, der ein einwöchiges Training in unserem Unternehmenssitz in Schottland beinhaltet, wo Neuanfänger sich mit den verschiedenen As-



Zur Person:

Myriam Calaber

Sales Director Europa bei Exterity

pekten des Unternehmens vertraut machen können. Durch Verkaufsmanagement, technisches Management, sowie Marketing und Projektmanagement werden jedem neuen Mitarbeiter die Grundkenntnisse des gesamten Unternehmens offen dargelegt, damit dieser in der Lage ist den Betrieb unseres, nach ISO 9001 akkreditierten, Unternehmens vollständig zu verstehen.

Unser wettbewerbsfähiges Gehalts- und Leistungspaket wird durch einen familiären Teamgeist bekräftigt. Unser Ethos ermutigt Mitarbeiter sich unmittelbar mit Projekten auseinanderzusetzen und damit Wissensaufbau nicht nur im Klassenraum stattfindet, sondern auch während der Arbeit, wird Seite an Seite mit erfahrenen Kollegen und Partnern Projekten weltweit ein echter Wert beige-steuert wird.

Zu unserem weltweiten Kundenstamm gehören Luxusresorts, Rennstrecken, Stadien, Universitäten, große Banken, Unternehmen sowie Krankenhäuser. Jedes von und mit Exterity angetriebene Projekt eröffnet neue Möglichkeiten in verschiedenen Umgebungen und mit einem Spektrum verschiedenster Partner zu arbeiten. Diese Vorgehensweise bietet die Möglichkeit sich mit Kunden, Anbietern und Technologien zu befassen, die jeder Person dabei helfen die eigenen Fähigkeiten, sowohl auf persönlicher Ebene als auch für den gemeinsamen Unternehmenserfolg, zu entwickeln.

Weil wir international tätig sind, finden sich unsere Teams auf großen Fachmessen, wie z.B. der ISE oder InfoComm, zusammen. Egal, ob in

Amsterdam, Las Vegas, Asien oder dem Nahen Osten, diese Events bieten den Teilnehmern die Chance an Innovationen teilzuhaben und wertvolle Erkenntnisse über die Technologien, die uns voranbringen, zu gewinnen. Außerdem ist es für uns eine ausgezeichnete Gelegenheit sich als Teil der globalen Exterity Familie zu fühlen, in der Zusammenarbeit eine Schlüsselrolle spielt.

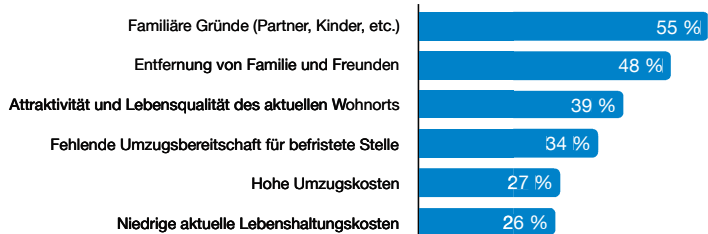
Wir sind stolz darauf, Chancengleichheit bei den Anstellungsbedingungen zu gewährleisten und begrüßen Diversität und Geschlechtergleichstellung. Da wir von der Geschäftsleitung bis hin zum Support-Team mehrere Kulturen repräsentieren und verschiedene Sprachen sprechen, ist es Exteritys Ziel auch in Zukunft exzellenten Kundenservice zu bieten, indem wir unseren Kunden zuhören und fachliches Wissen unserer Mitarbeiter annehmen, um uns voranzubringen.

Der erste Schritt auf dem Weg Teil unseres Teams zu werden, besteht im Besuch unserer Seite mit den aktuellen Stellenangeboten, wo Sie alle Informationen über derzeit verfügbare Jobs finden. Zögern Sie nicht uns zu kontaktieren und denken Sie daran, dass wir nicht nur Interesse an Ihren Qualifikationen haben, sondern auch an Ihrer Person, die Sie sind. Als progressiver und innovativer Pionier in der AV-Branche erkennen wir, dass vielfältige Fähigkeiten uns das größte Potenzial anbieten, um den Ansprüchen unserer Kunden entgegenzukommen. Haben Sie das Zeug dazu?

www.exterity.com

Zahlen zur Jobsuche

Gründe für regionale Einschränkung bei der Jobsuche



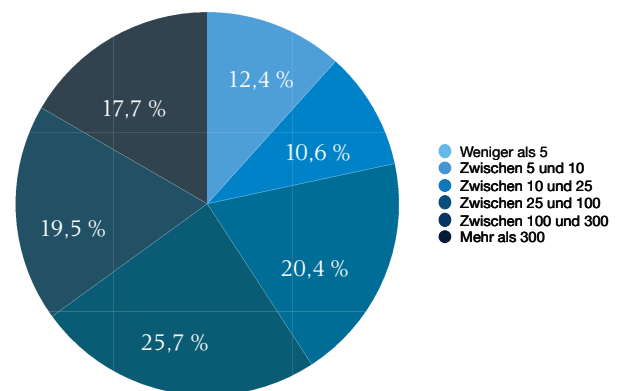
Quelle: Stepstone „Berufseinsteiger im Fokus“

„88 % der AV-Unternehmen bieten flexible Arbeitszeiten an.“

„Vor allem Xing (72,5 %) und LinkedIn (70 %) sowie Facebook (57,5 %) werden fürs Recruiting in Social Media genutzt.“

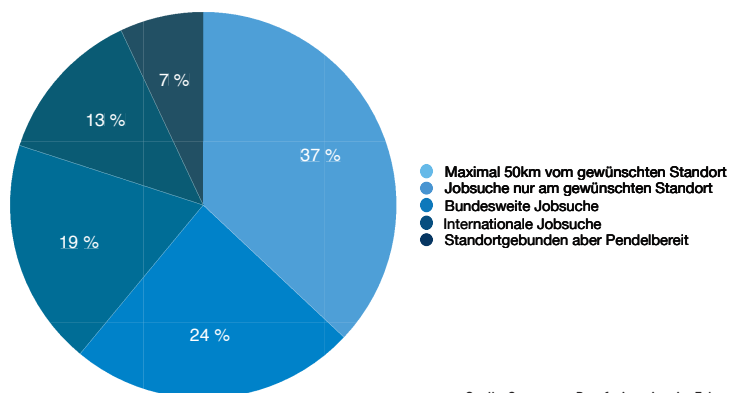
Quelle: AV-Branchenumfrage PROFESSIONAL SYSTEM 2019

Mitarbeiterzahl in der AV-Branche



Quelle: AV-Branchenumfrage PROFESSIONAL SYSTEM 2019

Inwieweit grenzen Studierende ihre Jobsuche ein



Quelle: Stepstone „Berufseinsteiger im Fokus“



Wer ist COMM-TEC?

Die COMM-TEC GmbH zählt zu den größten und renommiertesten Value Add Distributoren für AV / IT Medientechnik in Europa. Wir beliefern ausschließlich Fachhändler und Systemintegratoren mit hochwertigen AV / IT Produkten für den professionellen Einsatz und sind zuverlässiger Partner für Planer und Architekten.

Die COMM-TEC Philosophie „Think Solutions“ ist dabei von zentraler Bedeutung und prägt unser unternehmerisches Handeln: In Lösungen denken, handeln und Lösungen anbieten. Unser Ziel ist es, Kunden nicht nur zufriedenzustellen, sondern zu begeistern!

Wie schaffen wir das?

Mit unendlicher Leidenschaft für innovative Medien- und IT-Technik! Support unserer Kunden ist für uns von großer Bedeutung. Von Projektbeginn bis -ende stehen unsere Mitarbeiter unseren Kunden und Partnern zur Seite.

Was macht COMM-TEC besonders?

Nicht nur die enge Zusammenarbeit zwischen Kunden und Mitarbeitern ist uns wichtig, sondern auch die gegenseitige Unterstützung und offene Kommunikation unserer Mitarbeiter untereinander. Dies ist nur einer von vielen Punkten, der unser gutes Betriebsklima ausmacht.

Der hohen Motivation und Eigeninitiative jedes einzelnen Mitarbeiters verdanken wir unser enormes Wachstum, in allen Bereichen unseres Unternehmens.



Warum sind wir so?

COMM-TEC fördert hohe Eigenverantwortung und lässt Freiräume für eigene Ideen der Mitarbeiter. Durch kurze Entscheidungswege und flache Hierarchien wird dies unterstützt.

Der Mix aus unterschiedlichen Persönlichkeiten, Charakteren, Altersgruppen und Qualifikationen gestaltet unser Umfeld familiär.

Unser umfangreiches Portfolio und die internationalen Geschäftsbeziehungen sorgen für interessante, vielfältige Aufgaben und einen abwechslungsreichen Arbeitsalltag.

Mit unserer gewachsenen Kompetenz und Erfahrung bewähren wir uns seit mehr als 30 Jahren als zukunftsorientierter Arbeitgeber und DER Distributor für AV / IT Medientechnik.

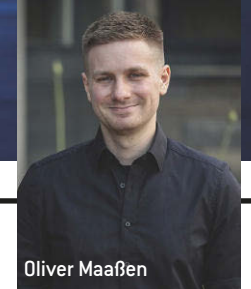




OFFENE WEGE UND VIELE PERSPEKTIVEN BEI DER LANG AG



Benjamin Valbert



Oliver Maaßen

Die LANG AG ist eine der führenden europäischen Firmen für die Vermietung und den Verkauf von visueller Präsentationstechnik und deren Peripherie. Das Unternehmen ist mit dem Dry Hire Business groß geworden und ist in den letzten Jahren stark gewachsen. Es bietet gerade jungen engagierten Persönlichkeiten viele Einsatzgebiete in der AV Branche, die ganz und gar nicht gewöhnlich sind. Die Standorte in Lindlar, Zürich, London und Barcelona verkörpern internationales Flair und ermöglichen eine Vielzahl an spannenden Jobs und Entwicklungsmöglichkeiten. Heute begleite ich das LED Produktmanagement des Lindlarer Großhändlers. Ich möchte herausfinden, wie der Arbeitsalltag für die Produktmanager aussieht und was genau ihre Aufgaben sind.

Am Empfang holt mich Benjamin Valbert ab. Der 29-jährige absolvierte nach seiner Ausbildung zum Elektroniker für Energie- und Gebäudetechnik seinen Techniker und fand 2015 seinen Weg zur LANG AG. Zunächst war er als Service Engineer bei der SOLUTIONS4AV tätig und beschäftigte sich dort zuletzt intensiv mit Research & Development. Im AV Markt tritt die LANG Marke als Hersteller von Sonderlösungen auf. So konnte er dort auch erste Erfahrungen im Produktmanagement sammeln, bevor er im Juni 2018 in das selbige der LED wechselte. In seinen vier LANG-Jahren hat Benjamin sich beruflich ganz schön weiterentwickelt und schon einige Karriereschritte hinter sich. Ich behaupte, das ist in anderen Unternehmen wohl eher selten.



Auf dem Weg in die LED Abteilung treffen wir Oliver Maaßen, der seit Anfang 2016 Teil des LANG Teams ist. Er ist durch sein Medientechnik-

studium an der Hochschule Düsseldorf auf die LANG AG, die Kooperationspartner der Hochschule ist, aufmerksam geworden und schrieb hier seine Bachelorarbeit zum Thema: „High Dynamic Range – Realisierung, messtechnische Untersuchung und Bewertung im Einsatz mit professionellen LED Videomodulen“. Ende 2016 entschied er sich bewusst für die Übernahmemöglichkeit als Product Specialist LED, die ihm das Lindlarer Familienunternehmen bot. Wie ich später erfahre, ist es nicht unüblich, Studenten die Möglichkeit zu bieten, ihre Abschlussarbeiten oder Praxissemester bei der LANG AG zu absolvieren. In vielen Fällen wird ihnen im Anschluss an ihr Studium eine Festanstellung angeboten.



Benjamin und Oliver zeigen mir ihren Arbeitsplatz und erklären mir dabei, wie individuell sich jeder im Unternehmen entfalten kann. Ich stelle fest, dass die beiden – neben vielen anderen Kollegen – Paradebeispiele dafür sind, wie offen die Wege und Perspektiven hier sind. Vor allem Benjamins Laufbahn im Unternehmen bestätigt mir, dass es hier nicht ungewöhnlich ist, neue Herausforderungen anzunehmen und gleichzeitig das Vertrauen zu erhalten, mit ihnen zu wachsen. Nun möchte ich aber erfahren, wie die beiden ihren Arbeitsalltag erleben. „Die Tätigkeit im Produktmanagement der LANG AG ist sehr vielseitig. Kein Tag ist wie der Andere. Wir sind nicht nur Ansprechpartner für unsere Kollegen im Vertrieb, sondern auch für unsere Kunden und die Hersteller. Unser Feedback zu neuen Produktentwicklungen ist gefragt und wird gehört“, erklärt mir Benjamin. Für einen engen Kontakt und Aus-



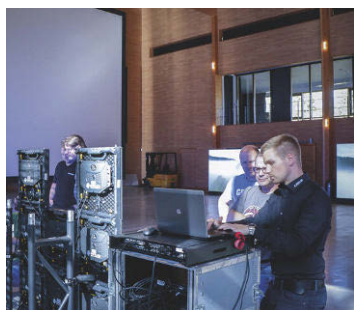
tausch auf Augenhöhe zu und mit den Herstellern ist man sicher viel international unterwegs, denke ich mir. „Klar, gerade durch die vielen Reisen zu den Herstellern – meist nach Fernost – können wir den persönlichen Kontakt und die Partnerschaft stärken und ausbauen“, wirft Oliver ein. „In Asien

schauen wir uns die Entwicklungen und Produktionen der verschiedenen LED Hersteller an. Gleichzeitig sind wir auf der Suche nach neuen Produkten und Technologien. Bei unseren Besuchen können wir bei der Produktentwicklung mitwirken und diese durch unser Feedback beeinflussen. Als Beweis dafür, dass wir während der Produktentwicklungsphase Verbesserungen an einem Produkt haben vornehmen lassen, steht das LANG EDITION Siegel (kurz: LE). Außerdem fliegen wir regelmäßig für Werksabnahmen zu den jeweiligen Herstellern. Bei den FATs (Factory Acceptance Tests) prüfen wir jedes einzelne Gerät, bevor es für den Transport nach Deutschland freigegeben wird.“

Ich merke, es wird nie langweilig, und frage was bei der Arbeit hier in Lindlar entscheidend ist. Dabei erfahre ich, dass eine enge Zusammen-



arbeit mit den Kollegen aus Vermietung und Verkauf wichtig für die beiden ist. Durch sie erhalten die Produktmanager direktes Feedback, die Anforderungen an ein gutes Produkt, aber genauso konstruktive Kritik der Kunden. Als Produktmanager ist es ausgesprochen wichtig immer auf dem neuesten Stand zu sein und zu wissen, wonach der Markt schreit. „Dadurch können wir wiederum unserer Qualitätssicherung Anstöße geben, worauf sie besonders achten müssen und worin wir uns verbessern können“, sagt Benjamin. Auf der anderen Seite ist die enge Zusammenarbeit mit den beiden natürlich auch für den Vertrieb enorm wichtig. In regelmäßigen internen Schulungen und technischen Meetings halten sie die Kollegen auf dem neuesten technologischen Stand. Kundenanfragen können so problemlos beantwortet und dem Kunden

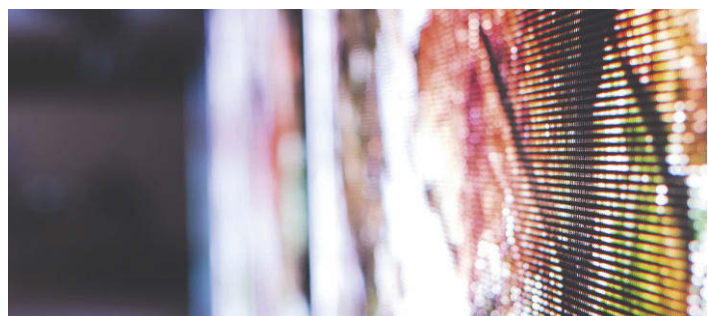


in jeder Situation weitergeholfen werden. „Uns ist besonders wichtig, unserem Kunden jederzeit das Gefühl geben zu können, dass er bei LANG gut aufgehoben ist und er sich kompetent beraten fühlt“, wirft Oliver ein. „Wir arbeiten vor allem auch bei Großprojekten – die wir zusammen mit unserer Vertriebsabteilung Project Busi-

ness umsetzen – interdisziplinär mit den anderen Produktbereichen, wie Projektion, Displays, Image Processing und Medienserver zusammen. Durch die LANG Markte SOLUTIONS4AV können wir zudem stets Sonderlösungen für diese Projekte anbieten. Das ist meiner Meinung nach ein großer Mehrwert für den Kunden, wie für unsere Mitarbeiter.“ Ich merke, wie umfassend die Dienstleistungen der LANG AG sind und frage welche weitere Schnittstelle das Produktmanagement zu anderen Kollegen hat: „Wir sind ständig im Austausch mit unserem Marketing. Gemeinsam erarbeiten wir Konzepte für Produkteinführungen nach den Roadmaps der Hersteller oder für unsere regelmäßig stattfindenden LED Shootouts, bei denen wir gemeinsam mit Kunden darüber entscheiden, in welche neuen Produkte wir investieren wollen“, erklären mir die beiden.

Ganz schön viel Input für mich an einem einzigen Tag. Nachdem Benjamin und Oliver mir den Rest des Firmengeländes gezeigt haben, müssen sie für mich nochmal zusammenfassen, wie solch eine Investition in ein neues LED Produkt genau abläuft. „Als erstes evaluieren wir Pro-

dukte – ganz gleich ob bestehend oder nach unseren Anforderungen modifiziert. Wir schauen uns eben nicht nur das Herstellerdatenblatt an, sondern testen die verschiedenen Produkte aufwendig nach festgelegten Standards in realen Bedingungen und vergleichen dann die Herstellerdaten mit unseren eigenen Ergebnissen“, erklärt Oliver. „Nach einer erfolgreichen Auswahl und den Verhandlungen über unseren zentralen Einkauf, ordern wir das Produkt bei dem entsprechenden Hersteller. So kann unser Vertrieb quasi schon vor der FAT mit seiner Arbeit beginnen und gemeinsam mit dem Marketing das Produkt frühzeitig auf dem Markt ankündigen und bekannt machen“, ergänzt Benjamin. Ein wirklich abwechslungsreicher Job in einem extrem spannenden Technologiebereich, welcher in naher Zukunft viele neue Entwicklungen bereithalten wird. So sind Begriffe wie „Chip on Board“ oder „Micro LED“ Musik in den Ohren der beiden Produktmanager. „Wir sind davon überzeugt, dass LED herkömmliche Displaytechnologien ablösen wird“, bestätigen mir die beiden, bevor sie mich verabschieden und sich wieder in ihre Arbeit stürzen.



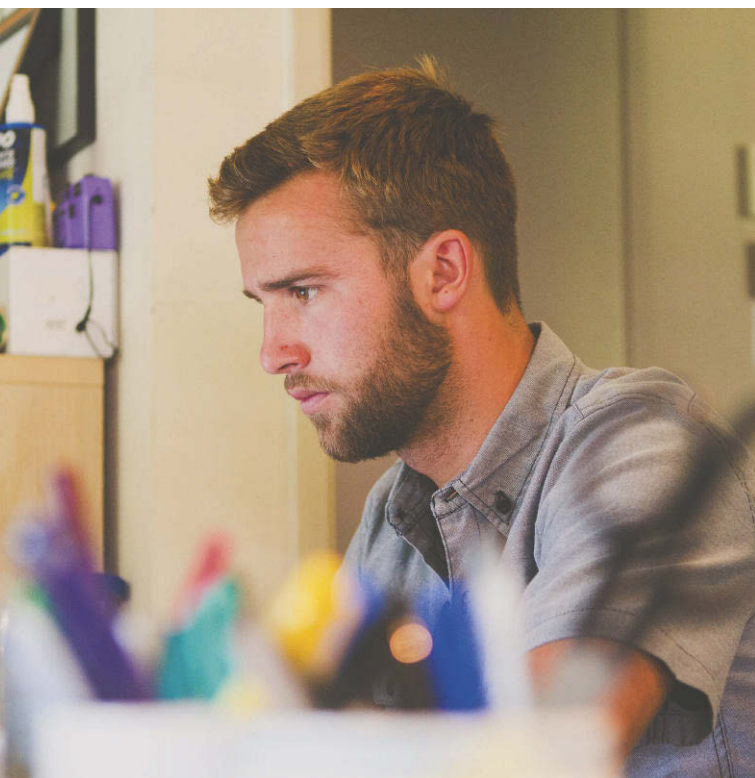
dukte – ganz gleich ob bestehend oder nach unseren Anforderungen modifiziert. Wir schauen uns eben nicht nur das Herstellerdatenblatt an, sondern testen die verschiedenen Produkte aufwendig nach festgelegten Standards in realen Bedingungen und vergleichen dann die Herstellerdaten mit unseren eigenen Ergebnissen“, erklärt Oliver. „Nach einer erfolgreichen Auswahl und den Verhandlungen über unseren zentralen Einkauf, ordern wir das Produkt bei dem entsprechenden Hersteller. So kann unser Vertrieb quasi schon vor der FAT mit seiner Arbeit beginnen und gemeinsam mit dem Marketing das Produkt frühzeitig auf dem Markt ankündigen und bekannt machen“, ergänzt Benjamin. Ein wirklich abwechslungsreicher Job in einem extrem spannenden Technologiebereich, welcher in naher Zukunft viele neue Entwicklungen bereithalten wird. So sind Begriffe wie „Chip on Board“ oder „Micro LED“ Musik in den Ohren der beiden Produktmanager. „Wir sind davon überzeugt, dass LED herkömmliche Displaytechnologien ablösen wird“, bestätigen mir die beiden, bevor sie mich verabschieden und sich wieder in ihre Arbeit stürzen.



Die Berufsbilder – Vielschichtige Möglichkeiten

Die AV-Branche ist ein Wachstumsmarkt und dementsprechend werden gute Mitarbeiter gesucht, die Lust haben etwas bewegen und entwickeln zu wollen!

Ob man studiert oder eine klassische Ausbildung hinter sich gebracht hat, einen Fachbereich abdeckt oder Quereinsteiger ist, die AV-Branche sucht guten Nachwuchs. Nicht, weil die Arbeitsbedingungen und die Aufgaben schlecht oder gar langweilig wären, sondern weil der Markt wächst. Die Branche – die sich AV-Systemintegration nennt – ist im Vergleich zu anderen Märkten noch relativ jung. Mit ca. gerade mal 20 Jahren auf dem Buckel, ist noch viel Potential zur Entwicklung der Branche vorhanden. Ideale Voraussetzungen also für junge engagierte Menschen, die mitgestalten wollen und Möglichkeiten suchen kreativ zu sein. Für viele berufliche Ziele und Wege gibt es passende Berufsbilder. Nicht alle konnten wir vorstellen, aber wir haben für euch die wichtigsten Branchen-affinen Jobs rausgesucht und stellen euch diese auf den folgenden Seiten vor. Dabei bieten sich auch auf Arbeitgeberseite eine Vielzahl an verschiedenen Möglichkeiten. Viele Inhaber-geführte Firmen von klein bis groß oder auch Weltkonzerne tummeln sich auf dem Markt, so dass verschiedenste Karrierewege angeboten werden.



Die Berufsbilder

- **Ingenieure in der Forschung und Entwicklung ...** Wie der Name schon andeutet, arbeiten Entwicklungsingenieure in der Neuentwicklung oder aber sind in der Verbesserung bestehender Systeme und Produkte involviert. Meist arbeiten diese in Teams zusammen mit weiteren Entwicklern, aber auch dem Produktmanagement, dem Marketing und anderen im Prozess involvierten Abteilungen. // **Seite 34**
- **Ingenieure in der Planung ...** Ingenieure in der Planung sind hauptsächlich bei Fachplanern anzufinden und setzen die komplexen und häufig herausragenden Ideen öffentlicher und privater Auftraggeber in realisierbare Projekte um. Oft sind Planungsingenieure auch als Projektmanager tätig und verantworten große Projekte allein oder in Teilen. // **Seite 36**
- **Informationstechniker ...** Im Bereich der AV-Branche sind Informationstechniker häufig in der Entwicklung von Mediensteuerungen zu finden. Die großen Steuerungen von Herstellern wie u.a. AMX oder Crestron arbeiten auf Basis einer Programmiersprache und erfordern hier entsprechende Kenntnisse, um komplexere Steuerungsumgebungen zu realisieren. // **Seite 40**
- **Kaufleute ...** Kaufleute sind im Betriebsablauf von der Angebotserstellung, Bestell- und Auftragsabwicklung bis zur Faktura verantwortlich, die in den meisten Fällen über ein entsprechendes Warenwirtschafts- oder auch ein ERP (Enterprise Resource Planning) – System, also einer Software zur rechtzeitigen und bedarfsgerechten Planung und Steuerung von Ressourcen, wie Kapital, Personal, Betriebsmitteln, Material und Informations- sowie Kommunikationstechnik, abgewickelt wird. // **Seite 44**
- **Techniker ...** Bei Herstellern sind Techniker meist für die Umsetzung der Ideen der Ingenieure zuständig oder kümmern sich im technischen Support um Reparatur und Wartung von Kundengeräten. Darüber hinaus besitzen auch viele Distributoren/Vertriebe einen technischen Support und sind häufig vom Hersteller autorisiert die Wartung und Reparatur der vertriebenen Produkte durchzuführen. Der Techniker ist hier der erste Ansprechpartner für den Kunden und kümmert sich um die Bearbeitung der Anfragen. Aber auch bei technischen Fragen von Fachhandelspartner wird produktspezifisch geholfen und technische Probleme gelöst. // **Seite 48**
- **Sales / Vertrieb ...** Ein Vertriebsmitarbeiter in einem Unternehmen der AV-Branche ist im Innen- oder Außendienst tätig und für die Beratung von Kunden, die Angebotserstellung, die Verhandlungsführung und Verträge mit Kunden und Geschäftspartnern sowie das Controlling bei Herstellern und Distributoren verantwortlich. Der Vertrieb eines Unternehmens ist der Verkauf und damit der Vertriebler der Verkäufer. // **Seite 54**

NIQ gesucht

#nachhaltigerInnovationsQuerdenker

Wir begleiten unsere Kunden als zuverlässiger Full-Service Partner bei der Umsetzung der Digitalen Transformation mit visuellen Medien. Und das nachhaltig und langfristig.

Unser Fokus...

liegt dabei auf ganzheitlichen Digital Signage & Media Lösungen für Retail, Veranstaltungsorte und Unternehmen.

Wir wissen,...

dass unser Erfolg auf der Einsatzbereitschaft und der Motivation jedes einzelnen Mitarbeiters basiert. Dabei möchten wir unseren Kunden in den Mittelpunkt stellen und dabei unsere Mitarbeiter auffordern neue Wege zu denken und Chancen zu erkennen, diese im Team zu besprechen und entsprechend umzusetzen.

Eigenverantwortung und individuelles Wachstum sind für uns wichtige Bausteine unseres Unternehmenserfolgs.

Zu unseren Kunden...

zählen u.a. Shell, FC St. Pauli, Reemtsma, Unilever, Airbus, Axel Springer Verlag, Gruner und Jahr, Spiegel, Mediacom, Lekkerland, Asklepios, UKE Hamburg, Volkswagen und die Elbphilharmonie.

Wir bieten spannende Tätigkeitsfelder in einer modernen Arbeitsumgebung und schätzen die Leistung unserer Mitarbeiter nicht nur mit verschiedensten Benefits.

Lust auf Teamwork, abwechslungsreiche Projekte und neue Konzepte?

**Wir freuen uns über Ihre
Initiativbewerbung!**

Aktuelle Jobangebote unter

perfect-media-solutions.de/jobs



Text: Sven Schuhen Fotos: Pixabay [ID 9082]

Ingenieure in Forschung und Entwicklung

Entwicklungsingenieure kommen überall dort zum Einsatz, wo technisches Know-how auf hohem Niveau erforderlich wird. Dies kann in der Forschung & Entwicklung beim Hersteller als auch vor Ort beim Kunden sein, wo spezielle Anforderungen zu individuellen Lösungen führen. Hier kann der Entwicklungsingenieur sowohl von Herstellerseite entsprechenden Support leisten als auch beim Vertrieb/Distributor oder auch bei Integratoren. Ingenieure in Forschung und Entwicklung gehören zu den Allroundern unter den Ingenieuren.

Ein Entwicklungsingenieur entwickelt neue Produkte oder ist für die Verbesserung bestehender Systeme zuständig. Einige Distributoren oder auch Integratoren haben über die Jahre besondere Kundenwünsche in eigene Produktideen umgesetzt und sind so auch wiederum zum Hersteller ihrer Eigenentwicklungen geworden. Ingenieure können auf Seite des Herstellers auch als Produktmanager eingesetzt werden, die vielleicht selbst nicht an neuen Ideen tüfteln, jedoch die Entwicklung eines einzelnen Produkts oder einer Sparte steuern und entscheiden, wie sich ihr Bereich, für den sie verantwortlich sind, weiterentwickeln soll. Hier fungiert ein Ingenieur im Produktmanagement als Schnittstelle zwischen der Geschäftsführung und den Kunden und sorgt dafür, dass die Bedürfnisse beider Parteien durch die Entwicklungsabteilung umgesetzt werden. Ingenieure in der Forschung und Entwicklung sind sehr häufig unmittelbar auch für den wirtschaftlichen Erfolg ihres Unternehmens

verantwortlich – sie beobachten hierzu technische Trends und vor allem den Wettbewerb. Es werden Prototypen entwickelt oder per Software simuliert und ausgiebig getestet. Im weiteren Verlauf der Produktentwicklung stehen Entwicklungsingenieure in engem Kontakt zur Fertigung, der Montage und dem Produktmanagement. Ein Aufstieg eines Ingenieurs zur Projektleitung oder auch ins Management ist nicht unüblich.

Anforderungen

Entwicklungsingenieure verfügen über ein hervorragendes technisches Verständnis, sind sehr kreativ und besitzen darüber hinaus auch einen Sinn für die Entwicklung von Kosten. Üblicherweise haben Ingenieure in Forschung und Entwicklung ein Studium in den Bereichen Maschinen- und Anlagenbau, Mechatronik oder Elektrotechnik abgeschlossen. Ebenso können aber auch aufgeschlossene



„Ingenieure in der
Forschung und Entwicklung
sind sehr häufig unmittel-
bar auch für den wirtschaft-
lichen Erfolg ihres
Unternehmens verantwort-
lich - sie beobachten hierzu
technische Trends und vor
allem den Wettbewerb“

Absolventen aus den Bereichen Produktionstechnik, Automatisierungstechnik, Physik und vor allem Informatik als Entwicklungsingenieur in der AV-Branche tätig werden.

Für den Erfolg muss ein Ingenieur ein hohes Maß an Eigenverantwortung besitzen und Initiative zeigen sowie Zielorientiert sein. Methodisches Arbeiten und analytisches Denken sind dabei hilfreich. Für die Kommunikation mit anderen Ingenieuren und vor allem technisch nicht so versierten Beteiligten, ist das klare und präzise Formulieren technischer Zusammenhänge in Wort und Schrift von Vorteil – genauso wie das schnelle Erfassen dieser Zusammenhänge. Da oft international gearbeitet wird, sind gute Englischkenntnisse ebenso Voraussetzung, wie die Bereitschaft an dieser Zusammenarbeit mitzuwirken und dafür auch längere Reisen in Kauf zu nehmen. In vielen Fällen arbeiten Ingenieure in Teams zusammen, so dass eine hohe Kommunikationsbereitschaft sehr nützlich ist.

Der Umgang mit aktuellen CAD-Zeichentools sollte ebenso beherrscht werden, wie mit diversen Simulationsprogrammen. Solide Programmierkenntnisse sind für einen Entwicklungsingenieur heutzutage unumgänglich. Je nach Umfeld muss sich auch mit der Beschaffung von benötigten Teilen über Zulieferer und die Verhandlung von Preisen befassen werden. Am Ende ist der Ingenieur für die bestmögliche und ebenso wirtschaftlichste Lösung verantwortlich. //



Durchschnittsgehalt:

50.000 – 70.000 Euro/Jahr brutto

(Quelle: Gehalt.de)

Text: Sven Schuhen Fotos: Pixabay [ID 9086]

Ingenieure in der Planung

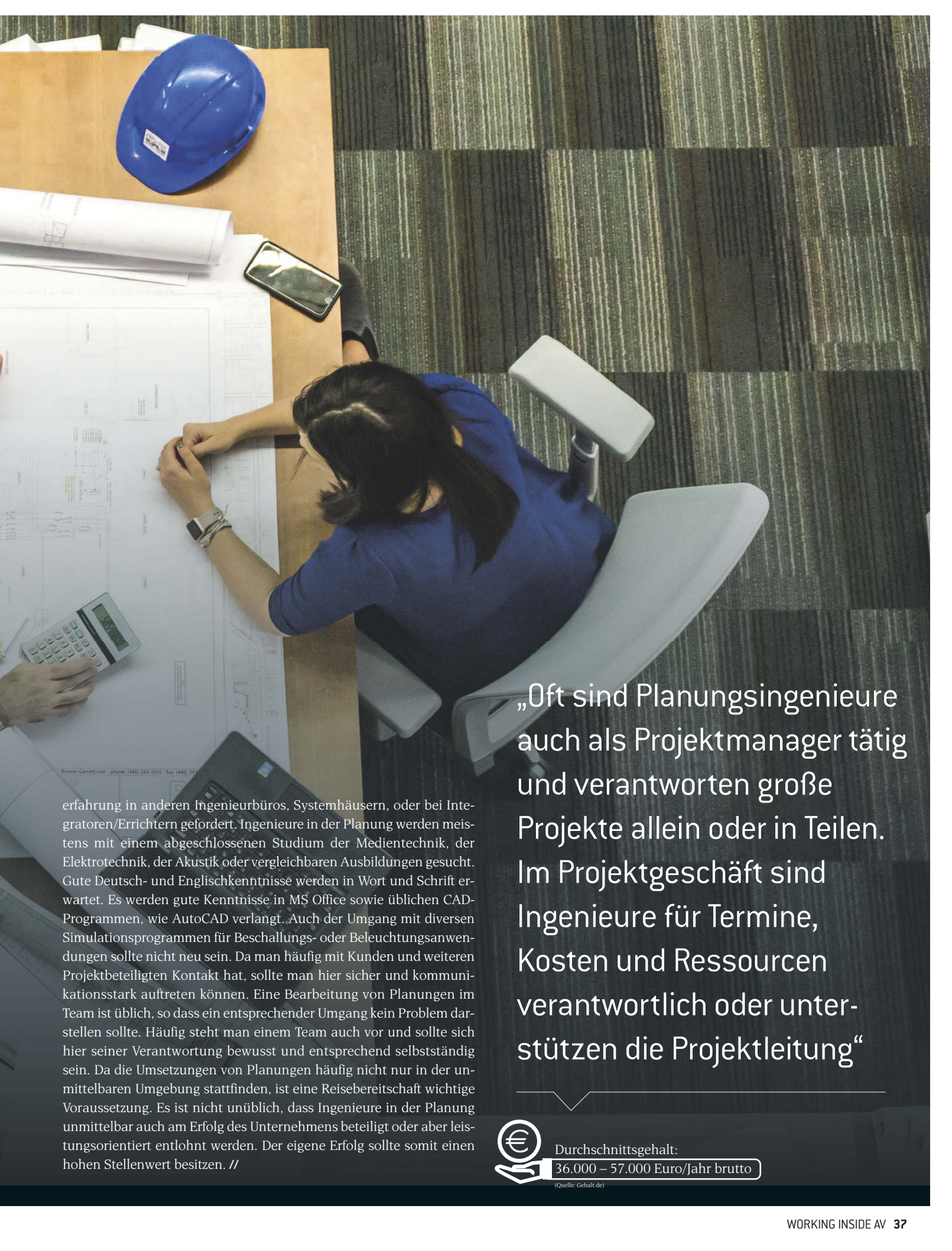
Ingenieure in der Planung sind hauptsächlich bei Fachplanern anzufinden und setzen die komplexen und häufig herausragenden Ideen öffentlicher und privater Auftraggeber in realisierbare Projekte um. Sie konzeptionieren, planen und designen Beschallungsanlagen, Audio- und Videonetzwerke, Mediensteuerungen, Projektionen oder LED-Systeme, Sprachalarmanlagen und Notfallwarnsysteme, Collaboration- und Conferencing-Lösungen sowie interaktive Multimedia-Systeme.

Außerdem begleiten Ingenieure in der Planung auch die Umsetzung der Maßnahmen und überwachen diese fachtechnisch. Neben der Simulation von Planungen mit Software, ist auch das Durchführen und Auswerten von Messungen, Erstellen von Berichten und das Anfertigen von Schemata, Zeichnungen oder Diagrammen Teil der Aufgaben eines Planungsingenieurs. Da häufig mit öffentlichen Auftraggebern gearbeitet wird, ist auch das Erstellen von Ausschreibungen Teil des Jobs. Oft sind Planungsingenieure auch als Projektmanager tätig und verantworten große Projekte allein oder in Teilen. Im Projektgeschäft sind Ingenieure für Termine, Kosten und Ressourcen verantwortlich oder unterstützen die Projektleitung.

Besonders die Einhaltung von Gesetzen, Verordnungen, Normen und Regelwerken während der Planung sind sehr wichtig. Auch das Thema BIM (Building Information Modelling), also die optimierte Planung, Ausführung und Bewirtschaftung von Gebäuden mit Hilfe von Software wird für Ingenieure in der AV-Planung immer wichtiger. Hierbei geht es vor allem um ein Schnittstellenmanagement, bei dem in- und externe Fachplanungen koordiniert und integriert werden.

Anforderungen

Häufig wird bei Ingenieuren in der Planung neben sehr guten Fachkenntnissen auch eine gewisse Kompetenz durch mehrjährige Berufs-



erfahrung in anderen Ingenieurbüros, Systemhäusern, oder bei Integratoren/Errichtern gefordert. Ingenieure in der Planung werden meistens mit einem abgeschlossenen Studium der Medientechnik, der Elektrotechnik, der Akustik oder vergleichbaren Ausbildungen gesucht. Gute Deutsch- und Englischkenntnisse werden in Wort und Schrift erwartet. Es werden gute Kenntnisse in MS Office sowie üblichen CAD-Programmen, wie AutoCAD verlangt. Auch der Umgang mit diversen Simulationsprogrammen für Beschallungs- oder Beleuchtungsanwendungen sollte nicht neu sein. Da man häufig mit Kunden und weiteren Projektbeteiligten Kontakt hat, sollte man hier sicher und kommunikationsstark auftreten können. Eine Bearbeitung von Planungen im Team ist üblich, so dass ein entsprechender Umgang kein Problem darstellen sollte. Häufig steht man einem Team auch vor und sollte sich hier seiner Verantwortung bewusst und entsprechend selbstständig sein. Da die Umsetzungen von Planungen häufig nicht nur in der unmittelbaren Umgebung stattfinden, ist eine Reisebereitschaft wichtige Voraussetzung. Es ist nicht unüblich, dass Ingenieure in der Planung unmittelbar auch am Erfolg des Unternehmens beteiligt oder aber leistungsorientiert entlohnt werden. Der eigene Erfolg sollte somit einen hohen Stellenwert besitzen. //

„Oft sind Planungsingenieure auch als Projektmanager tätig und verantworten große Projekte allein oder in Teilen. Im Projektgeschäft sind Ingenieure für Termine, Kosten und Ressourcen verantwortlich oder unterstützen die Projektleitung“



Durchschnittsgehalt:

36.000 – 57.000 Euro/Jahr brutto

(Quelle: Gehalt.de)



Wer neugierig und offen für Neues ist, ist bei uns an der richtigen Stelle.

PROTONES mit Sitz in Lüneburg ist den Branchenprofis als verbindlicher, verlässlicher und flexibler Partner in den Bereichen Events und Dry Hire sowie Vertrieb professioneller Veranstaltungstechnik und Installation/Integration komplexer medientechnischer Systeme bekannt. Entsprechende Lösungen realisieren wir ganzheitlich und mit sicherem Blick fürs Detail. Dabei garantieren wir einzigartige Erlebnisse, gepaart mit Herz und Authentizität. Kundenorientierung, Qualitätsbewusstsein und Wertschätzung sind u.a. drei der internen Säulen, auf denen die nachhaltige Zufriedenheit unserer PROTONES-Kunden basiert. Das Schulungszentrum „FachWerk“ mit seinem Schulungs- und Weiterbildungsangebot für Mitarbeiter und Branchenteilnehmer rundet unser Portfolio ab. Hier finden Schulungen, Workshops und Demos mit Blick auf Ton-, Licht-, Video- und Systemtechnik statt. Hierüber stellen wir sicher, dass das Know-how rund um innovative Technologien, medientechnische Disziplinen und Vorgehensweisen immer auf dem neuesten Stand ist.

Kundenorientierte Live-Events

Bei unseren maßgeschneiderten Lösungen setzen wir in den Anwendungsbereichen Ton, Licht, Video und Bühne auf modernste Technik. Ob auf Konzerten, Corporate Events oder Open Air-Veranstaltungen – im engagierten Team realisieren wir die Aufgaben mit Know-how, Kreativität und einem sicheren Gespür für Kundenwünsche. Zu unseren Kunden gehören dabei etablierte Konzertveranstalter, renommierte Unternehmen und Event-Dienstleister, die ihr Equipment durch Anmietung bei uns komplettieren.

Installation moderner Systemlösungen

Ergänzend zum Live-Bereich bauen wir unser Standbein in der Installation und Integration medientechnischer Systeme aus den Anwendungsbereichen Ton, Licht und Video kontinuierlich aus. Zu unseren Kunden in der Installation und Integration gehören u.a. Betreiber von Theater-, Musical- und Konzerthäusern, aber auch Reedereien von Kreuzfahrtschiffen. Ihnen sowie den zugehörigen Fachplanern und Architekten stehen wir mit unserer Expertise in Präsentations- und Gebäudetechnik bereits ab der Projektplanung beratend zur Seite. Unsere



Zur Person:

Henning Helmich

Leiter PROTONES LIVE

Ausbildung: Fachkraft für Veranstaltungstechnik, angehender Meister für Veranstaltungstechnik

Tipp für Einsteiger: Richtig bist Du bei uns, wenn Du einzigartige Momente erschaffen möchtest. Mit Teamfähigkeit, technischer Affinität und der Bereitschaft mitanzupacken, wirst Du uns überzeugen.



Zur Person:

Benjamin Schulenkorf

Leiter PROTONES INSTALLATION

Ausbildung: Fachkraft für Energie- und Gebäudetechnik, Lichttechniker

Tipp für Einsteiger: Mit einer Ausbildung zur Fachkraft für Veranstaltungstechnik oder alternativ für Gebäude- und Energietechnik, gekoppelt mit der entsprechenden Praxiserfahrung, sowie Flexibilität und Fingerspitzengefühl, kannst Du bei uns punkten. Damit stehen Dir die Türen bei PROTONES offen.

Erfahrung fußt dabei auch auf Projekten in Sportarenen, Konferenzzentren, Hörsälen, Schulen oder Sakralbauten. Die Umsetzung kundenspezifischer Lösungen erfolgt jeweils in der geforderten Qualität. Dabei sorgen wir durch den Einsatz modernster Messmethoden für optimale Beschallungserlebnisse. Den Abschluss bilden Schulungen im Umgang mit der modernen Technik sowie die Wartung und der Service neuer und vorhandener Systeme.

Begeisterung für Technik und eine abwechslungsreiche Kundenstruktur

Wer die Welt kennenlernen will, kann seine Reiselust mit Wissensdurst verbinden. Leinen los heißt es, wenn wir uns mit Indoor- und Outdoor-technik auf Kreuzfahrtschiffen beschäftigen. Gemeinsam entwickeln unsere Systemplaner und Techniker kundenspezifische Lösungen, die den extremen Belastungen auf hoher See standhalten und auch den hohen Ansprüchen unserer Kunden gerecht werden.

Raus, unter die Leute kommen und die Welt des Entertainments kennenlernen

Was musst Du mitbringen, um ein Teil unseres PROTONES-Teams zu werden? Wir setzen auf persönliche Begeisterung für Technik und systemische Abläufe. Dazu kommen handwerkliches Geschick, eine schnelle Auffassungsgabe, kreatives Denken, gute Kommunikation in

Deutsch und Englisch, ein Führerschein Klasse B, gute Kenntnisse von Office Programmen und ganz wichtig: Flexibilität und Teamfähigkeit. Beginnen kannst Du bei uns als 18jähriger Schulabgänger mit einem Praktikum. Wenn Du dann Feuer gefangen hast, bilden wir Dich als Fachkraft für Veranstaltungstechnik m/w/d aus – Dein Einsatz findet abteilungsübergreifend in den Unternehmensbereichen LIVE und INSTALLATION statt. Auch ohne Praktikum vorab freuen wir uns über Deine Bewerbung.

Für die Installation und Integration medientechnischer Systeme wissen wir gut ausgebildete Monteure und Installateure m/w/d zu schätzen. Solltest Du bereits Erfahrungen als Bauleiter m/w/d bei der Abwicklung medientechnischer Projekte gesammelt haben, bist Du als Projektleiter m/w/d bei uns richtig.

Freelancer in den Bereichen Ton, Licht und Video sowie Monteure und Installateure m/w/d, heißen wir gerne bei PROTONES willkommen.

Wir bieten für diese Positionen unterschiedliche Beschäftigungsmodelle in Größe und Form an. //

Besucht unsere Website und erfährt noch mehr Details über die ausgeschriebenen Stellen und Ausbildungsmöglichkeiten.

Wir freuen uns auf Eure aussagefähigen Bewerbungen.

www.protones.de

Text: Sven Schuhen Fotos: Pixabay [ID 9084]

Informationstechniker

Im Bereich der AV-Branche sind Informationstechniker häufig in der Entwicklung von Mediensteuerungen zu finden. Die großen Steuerungen von Herstellern wie u.a. AMX oder Crestron arbeiten noch auf Basis einer Programmiersprache und erfordern hier entsprechende Kenntnisse, um komplexere Steuerungsumgebungen zu realisieren.

Darüber hinaus müssen auch User-Interfaces auf Bedienelementen wie Touchpanels oder mobile Ansichten in einigen Systemen ebenfalls programmiert werden. Da AV-Systeme mittlerweile immer stärker vernetzt werden, bedarf es teilweise komplexer Netzwerkarchitekturen, um diese einzubinden. Informationstechniker sind hierbei für den Aufbau solcher Netze, der Wartung und auch die Konfigu-

ration dieser sowie der einzelnen Endpunkte wie Audio-, Video- oder auch Steuerungssysteme zuständig. Um andere stets über aktuelle Entwicklungen der Systeme auf dem Laufenden zu halten, sind Änderungen stets in einer Software-Dokumentation festzuhalten. Des Weiteren berät der Informationstechniker bei Planungen, unterstützt das Projektmanagement, spricht mit Kunden und kümmert sich um die Inbe-



„Da AV-Systeme mittlerweile immer stärker vernetzt werden, bedarf es teilweise komplexer Netzwerkarchitekturen, um diese einzubinden. Informationstechniker sind hierbei für den Aufbau solcher Netze, der Wartung und auch die Konfiguration dieser sowie der einzelnen Endpunkte wie Audio-, Video- oder auch Steuerungssysteme zuständig.“

triebnahme und den Service vor Ort. Auch die Einweisung und das Schulen der Nutzer gehört zur Aufgabe.

Informationstechniker mit einem technischen Schwerpunkt haben häufig das Installieren von Anwendungssoftware, die Reparatur, Wartung und Support für die betreuten Anlagen und Systeme zur Aufgabe. Aber auch das Analysieren von Fehlern und das Instandsetzen von Geräten und Systemen kann dazu gehören.

Informationstechniker in der Softwareentwicklung sind in der AV-Branche für viele unterschiedliche Bereiche zuständig. Hier findet man Aufgabenbereiche wie Design und Entwicklung von Simulationssoftware, die Entwicklung von Softwareprodukten als Ergänzung zu bestehenden Hardware-Komponenten oder -Lösungen. Das ausgiebige Testen der entwickelten Softwarelösungen gehört zur Programmierung dazu.

Anforderungen

Eine Ausbildung zum Informatiker, Elektroniker, Systemtechniker oder auch Multimediaelektroniker wird vorausgesetzt, je nach Arbeitsumfeld ist aber auch ein Studium der Elektrotechnik, Nachrichtentechnik, Informatik, Mathematik, Physik oder vergleichbaren nötig. Gerne sehen Unternehmen bereits eine gewisse Erfahrung im Bereich von Medien- oder Industriesteuerungen sowie objektorientierten Programmier-

ungen, entsprechende Zertifikate sind wünschenswert. Von Vorteil sind ebenfalls Erfahrungen mit Netzwerkinfrastrukturen und insbesondere digitalen AV-Netzwerken. Auch der Umgang mit gängigen Serverlösungen sowie mit Linux-Umgebungen sollte einem nicht fremd sein. Ein neugieriges Interesse an neuen Technologien und eine gute Auffassungsgabe ist in der AV-Branche nicht verkehrt. Da Informationstechniker nicht selten auch in Kundenkontakt stehen, ist ein gepflegtes Auftreten und eine gewisse Erfahrung im Umgang mit Kunden vorteilhaft. Gute Deutsch- und Englischkenntnisse in Wort und Schrift werden erwartet, da die Arbeit mit internationalen Unternehmen nicht ungewöhnlich ist.

Im Bereich der Softwareentwicklung werden Kenntnisse im Bereich der Datenübertragung, Vernetzung und Messtechnik gerne gesehen. Erfahrungen mit gängigen Programmiersprachen wie C++ und Java sollten ebenso vorhanden sein, wie ein Interesse für Audio-, Video- oder Steuerungstechnik. //



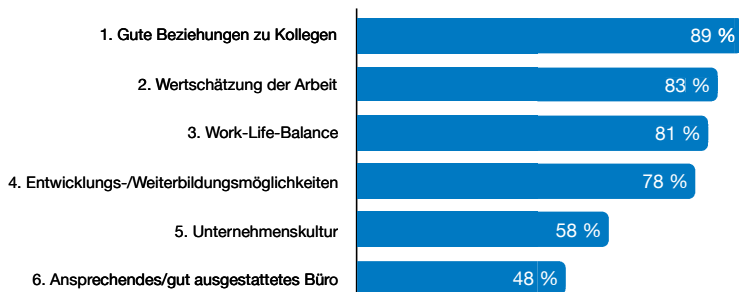
Durchschnittsgehalt:

41.000 – 48.000 Euro/Jahr brutto*

(Quelle: karista.de)

Studenten und Berufseinstieg

Top-Faktoren, die Berufseinsteigern beim Arbeitgeber wichtig sind



Quelle: StepStone 2017 [statista]

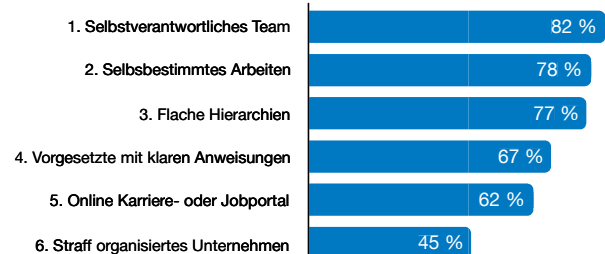
„17,2% deutscher Studierender planen Berufseinstieg im Ausland“

Quelle: Fachkraft 2030 [2019]

„Knapp 30% aller Studierenden in Deutschland befinden sich im Fachbereich Ingenieurwissenschaften und Informatik“

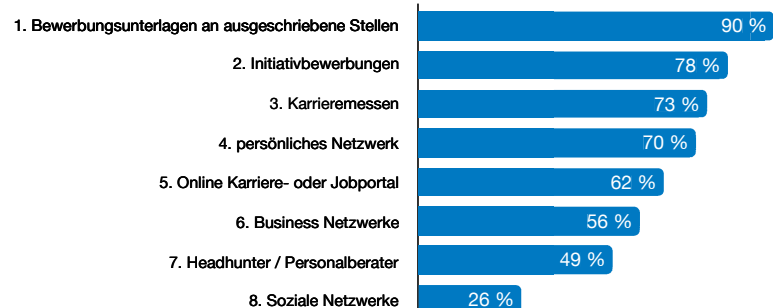
Quelle: Fachkraft 2030 [2019]

Wünsche junger Fachkräfte an Organisation und Führungsstil



Quelle: StepStone Berufseinsteiger im Fokus 2019

Maßnahmen Studierender zur Jobsuche



Quelle: StepStone Berufseinsteiger im Fokus 2019

Der große Sommer-A/V-Baukasten

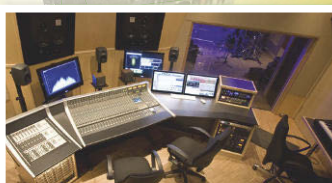
... macht maßgeschneiderte Medientechnik möglich
 ... für Ihre gewünschte Anwendungs- und Raumgestaltung
 ... mit aktuellen Technologie- und Übertragungsstandards
 ... in modernem, ansprechendem Design
 ... alles aus einer Hand



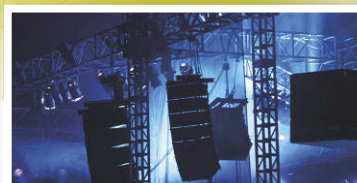
Installation & Conference



Broadcast Solutions



Professional Studio



Event Technology

SOMMER CABLE mit Sitz in Straubenhardt (Deutschland) wurde 1999 gegründet und gehört heute zu den führenden Anbietern professioneller, qualitativ hochwertiger Kabel- und Anschluss technik mit Fokus auf die Bereiche Audio, Video, Broadcast, Studio- und Medientechnik. Das Angebot inklusive der Hausmarken HICON, CARDINAL DVM und SYSBOXX umfasst Kabel-Meterware, Steckverbinder, Anschlusskabel, individuell anpassbare Verteilsysteme sowie Elektronikkomponenten.

Rund um die Uhr steht ein B2B-Shop mit über 25.000 Produkten zur Verfügung.

GRATIS KATALOG anfordern !



SOMMER CABLE
 AUDIO ■ VIDEO ■ BROADCAST ■ MULTIMEDIA ■ HIFI



www.sommercable.com ■ info@sommercable.com





Text: Sven Schuhen Fotos: Pixabay [ID 9085]

Kaufleute

Kaufleute sind im Betriebsablauf von der Angebotserstellung, Bestell- und Auftragsabwicklung bis zur Faktura verantwortlich, die in den meisten Fällen über ein entsprechendes Warenwirtschafts- oder auch ein ERP (Enterprise Ressource Planning) – System, also einer Software zur rechtzeitigen und bedarfsgerechten Planung und Steuerung von Ressourcen, wie Kapital, Personal, Betriebsmitteln, Material und Informations- sowie Kommunikationstechnik, abgewickelt wird.

Bei den Kaufleuten laufen in vielen Fällen alle Fäden des Unternehmens zusammen, sie müssen mit allen Abteilungen im eigenen Betrieb kommunizieren und je nach Marktsegment sind sie auch in Projekte vor Ort integriert oder verhandeln mit Geschäftspartnern, wie Kunden und Lieferanten und arbeiten mit dem Außendienst Hand in Hand. Darüber hinaus unterstützen sie das Produktmanagement sowie den Vertrieb und falls vorhanden auch Consultants. In einigen Fällen sind Kaufläute auch im technischen Kundendienst tätig und kümmern sich um Ersatzteillieferungen, kaufmännische Reparaturabwicklung und sind für die Reklamationsbearbeitung zuständig. Engagierte Kaufleute mit entsprechender Berufserfahrung sind üblicherweise auch im Produktmanagement anzutreffen. Hierbei stehen

dann der Aufbau, die Betreuung und die Weiterentwicklung von Produktbereichen im Vordergrund. Eigenverantwortlich muss hier mit Lieferanten kommuniziert und verhandelt werden. Eine ständige Analyse des Marktes und des Wettbewerbs ist ebenso erforderlich, wie die Überwachung der Geschäftszahlen des eigenen Produktbereichs. Produktmanager sind verantwortlich für Produktunterlagen und die Planung von Marketingaktivitäten. Innerhalb des verantworteten Produktbereichs wird der Vertrieb bei technischen Fragen und bei der Erstellung von Angeboten unterstützt. Weitere Mitarbeiter und Kunden werden im Umgang mit den Produkten beraten und geschult. Auch bei Messen und Promotionsveranstaltungen ist der Produktmanager mit dabei, um seine Produkte vorzustellen.



„Bei den Kaufleuten laufen in vielen Fällen alle Fäden des Unternehmens zusammen, sie müssen mit allen Abteilungen im eigenen Betrieb kommunizieren und je nach Marktsegment sind sie auch in Projekte vor Ort integriert oder verhandeln mit Geschäftspartnern wie Kunden und Lieferanten und arbeiten mit dem Außendienst Hand in Hand“

Anforderungen

Neben einer kaufmännischen Ausbildung wird vor allem der sichere Umgang mit Computern, die Beherrschung gängiger Office-Software und der Umgang mit ERP-Systemen vorausgesetzt. Kaufleute in der AV-Branche müssen ein solides Verständnis über und ein großes Interesse für die technischen Produkte und Lösungen besitzen, für die sie zuständig sind, um präzise und gut ausgearbeitete Angebote erstellen zu können. Vielen Unternehmen ist selbstständiges Arbeiten und vor allem Teamfähigkeit sehr wichtig. Eine gewisse Belastbarkeit wäre von Vorteil, da es zu Spitzenzeiten schon mal sehr turbulent zugehen kann. Im Reparatur- und Ersatzteilmanagement sollten Kaufleute mit CRM-Systemen (Customer-Relationship-Management) vertraut sein. Viele Unternehmen wünschen sich bereits etwas Berufserfahrung. Ein sicherer Auftritt in deutscher und englischer Sprache in Wort und Schrift, als auch rhetorisches Geschick für Verhandlungen und Kommunikation sind für Kaufleute stark von Vorteil. Ein gewisser Sinn für den eigenen Erfolg sollte vorhanden sein, da eine erfolgsorientierte Bezahlung oder entsprechende Boni nicht unüblich sind.

Als Produktmanager sollten die technischen Kenntnisse in den Bereichen des Produktes noch fundierter und bestenfalls schon Erfahrungen im Produktmanagement gesammelt worden sein. Im Produktmanagement wird den Kaufleuten eine noch höhere Kreativität im Umgang mit Menschen sowie Eigeninitiative zugeschrieben. //



Durchschnittsgehalt:

25.000 – 40.000 Euro/Jahr brutto

(Quelle: Gehalt.de)



KLINGT GUT: KARRIEREPERSPEKTIVEN MIT SOFT(WARE)-SKILLS BEI SENNHEISER

Sennheiser ist seit Jahrzehnten für Premiumprodukte im Audiobereich bekannt, welche die Wünsche musikbegeisterter Privatkunden ebenso erfüllen wie die Ansprüche versierter Tonprofis. Kundenfokus, Spitzenqualität, Fortschritt und Leidenschaft für Audio zeichnen die Arbeit bei Sennheiser aus. Kopfhörer, Mikrofone, Lautsprecher und wegweisende Drahtlostechnik: Erstklassiger Klang wird bei Sennheiser gelebt und geliebt, und weltweit sorgen Produkte des Unternehmens Tag für Tag in ganz unterschiedlichen Zusammenhängen für zufriedene Kunden.

Die Entwicklung leistungsstarker Software spielt beim Familienunternehmen Sennheiser eine zunehmend wichtigere Rolle, denn kaum noch ein technisches Produkt kommt heute ohne komfortable Bedienungsmöglichkeiten per App oder Browser auf den Markt – manche Herausforderungen lassen sich sogar ausschließlich unter Einsatz parametrisierter Software-Lösungen meistern.

Die Sennheiser Control Cockpit Software – alle Mikrofonsysteme auf einen Blick

Paradebeispiel ist die Sennheiser Control Cockpit Software, welche neben den Drahtlos-Mikrofonserien evolution wireless 300 G3 und G4 sowie der innovativen SpeechLine Digital Wireless-Reihe auch bahnbrechende Konzepte



Die Sennheiser Control Cockpit Software – alle Mikrofonsysteme auf einen Blick

wie das neue Deckenmikrofon TeamConnect Ceiling 2 unterstützt. Weitere Sennheiser Produkte sollen in naher Zukunft integriert werden, sodass Anwender stets auf eine ihnen bekannte Bedienoberfläche zugreifen können und

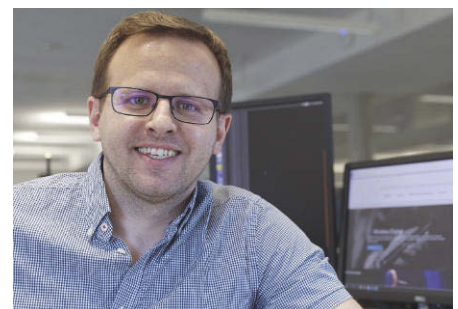
ein nahtloser Workflow sichergestellt ist. Die übersichtliche Handhabung per Dashboard erschließt sich dabei auch Personen, die nicht über einen medientechnisch geprägten Background verfügen: Eine bemerkenswerte Benutzerfreundlichkeit ist das zentrale Merkmal der Sennheiser Control Cockpit Software – umfassende Funktionalität muss nicht zwangsläufig mit einer komplizierten Bedienung einhergehen.

Ein konstruktives Miteinander in internationalen und interdisziplinären Teams bildet die Grundlage für das Sennheiser-Leistungsportfolio. Mitarbeiter unterschiedlichster Bereiche stehen in engem Austausch miteinander – Entwicklung, Produktion, Marketing, Vertrieb – alle sind vernetzt und verfolgen das gleiche Ziel. Und weil eine starke Marke nur mit starken Menschen dahinter funktioniert, bietet Sennheiser seinen Mitarbeitern ein umfangreiches Angebot an Qualifizierungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten.

Viktor Richert: Software-Entwicklungsingenieur für Embedded-Systeme

Viktor Richert ist Software-Entwicklungsingenieur und arbeitet bei Sennheiser in der Abteilung „Embedded Platforms and Networks“, wo er sich Programmierungsaufgaben rund um Professional Audio Produkte widmet. Richert hat eine Ausbildung als Kommunikationselektroniker absolviert und anschließend Informatik studiert.

Ein Fachgebiet von Viktor Richert sind Simulationsprogramme, welche im Rahmen der Software-Entwicklung eingesetzt werden, um physisch (noch) nicht vorhandene Geräte und



Viktor Richert, Software-Entwicklungsingenieur für Embedded-Systeme

deren Funktionen zu emulieren – vereinfacht darf man sich die Simulation als eine Art künstliche Hardware auf einem PC vorstellen. Damit ist es möglich, bereits vorab große Teile der Domain Logic des Systems auf einem PC zu entwickeln, bevor die Zielhardware verfügbar ist.

Seinen Arbeitgeber charakterisiert Viktor Richert mit den Attributen „bodenständig“ und „innovativ“. Zu seinen Lieblingsprojekten befragt, spricht Viktor Richert über die Entwicklung von Embedded-Software für die Monitorlautsprecher. „Da ich mich bereits lange privat aus Interesse mit dem Bau von Lautsprechern befasse, hat mir die Arbeit an diesen Produkten besonders viel Freude bereitet“, erklärt Richert.

Dr. René Heimbuch: Systemtestingenieur mit wissenschaftlichem Background

Dr. René Heimbuch ist promovierter Physiker und hat sich im Rahmen seines Studiums auf Nanotechnologie spezialisiert. Bei Sennheiser ist er als Systemtestingenieur in der Abteilung für Projektunterstützung



Dr. René Heimbuch, Systemtestingenieur

tätig. Einen besonderen Erfahrungshintergrund im Bereich Audiotechnik besitzt der Physiker nicht: „Dass ich persönlich nicht über einen musikalischen Background verfüge, ist für meine Arbeit kein Nachteil“, erklärt Heimbuch. „Sennheiser ist als Techno-

logieunternehmen derart breit aufgestellt, dass man seinen Weg durchaus auch dann finden kann, wenn man nicht weiß, wie ein D-Dur-Akkord auf der Gitarre angeschlagen wird ...“

An Sennheiser als Arbeitgeber schätzt René Heimbuch nicht zuletzt die besondere familiäre Atmosphäre: „Die Gesamtheit der Mitarbeiter versteht sich als große Gemeinschaft, welche daran arbeitet, tolle Produkte für die Kunden auf den Markt zu bringen. Das ist jetzt nicht nur eine Worthülse, sondern der familiäre Zusammenhalt wird hier wirklich gelebt – alle ziehen am gleichen Strang!“

Als eines seiner Lieblingsprojekte nennt René Heimbuch die Entwicklung der produktübergreifend einsetzbaren Steuer-Software Control Cockpit: „Historisch betrachtet liegen die Wurzeln von Sennheiser in der Entwicklung von Hardware, und es ist schön zu sehen, dass auch reine Software-Projekte richtig gut aufgesetzt werden“, kommentiert Heimbuch. „Das Control Cockpit ist als Leuchtturmprojekt wegweisend für viele weitere Software-Vorhaben, die in Zukunft ganz sicher noch folgen werden!“

Jerome Soika: Entwickler für Application-Software

Jerome Soika hat Medieninformatik studiert und freut sich als Entwickler für Application-Software in der Sennheiser Professional Systems Division darüber, dass seine Arbeit zu „anfassbaren“ Produkten beiträgt:

„Wenn man sieht, wie ein bei uns konzipiertes und gefertigtes Produkt bei renommierten Veranstaltungen wie dem Eurovision Song Contest zum Einsatz kommt und dort zu einem hervorragenden

Klang beiträgt, ist das natürlich schon toll!“, merkt Soika zufrieden an.



Jerome Soika, Entwickler für Application-Software

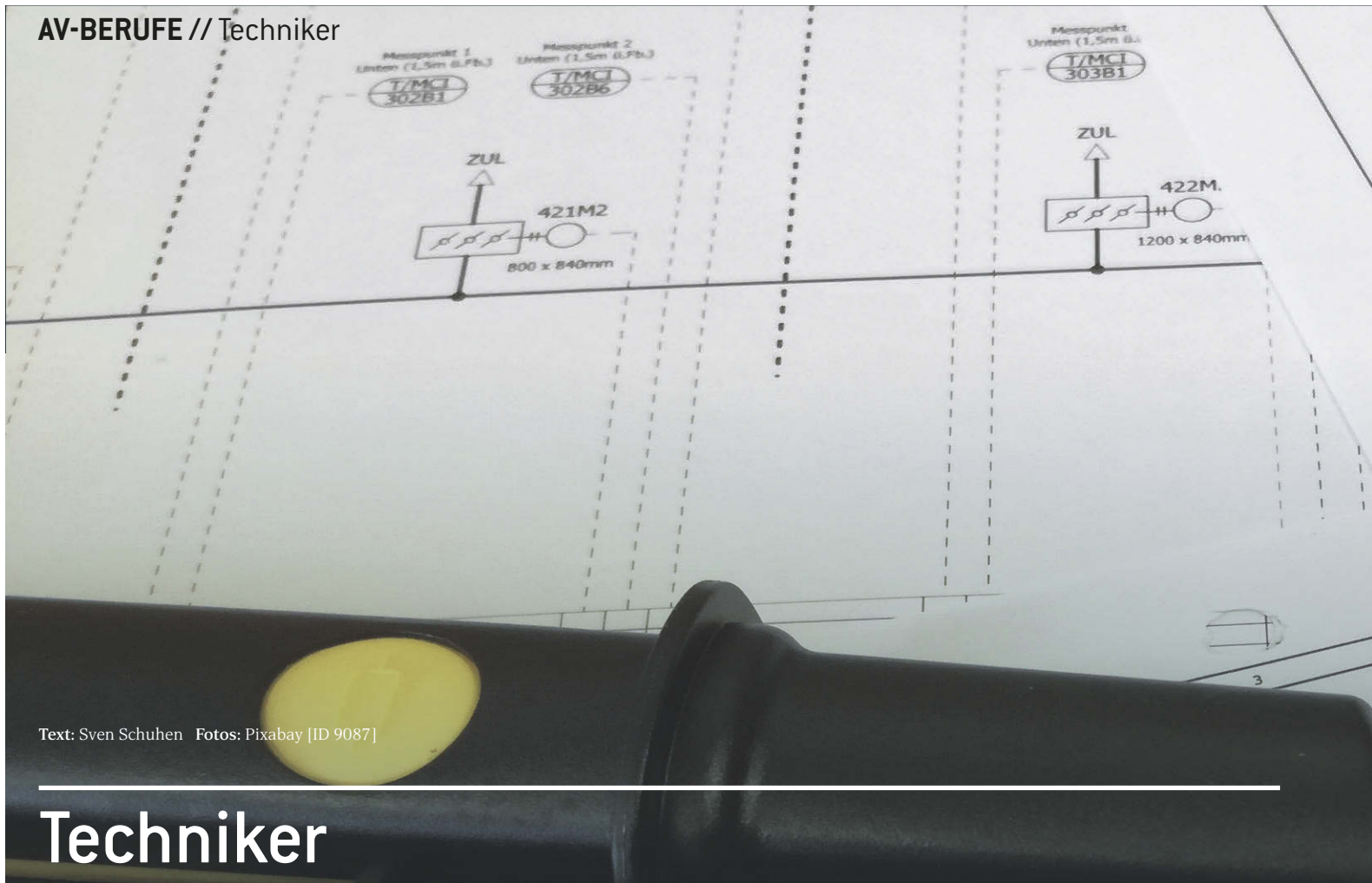
Zu Jerome Soikas ersten bei Sennheiser erfolgreich umgesetzten Projekten gehörte die Entwicklung einer App für die kabellosen LSP 500 PRO-Lautsprechersysteme. Soika berichtet über einen regen Austausch mit den Sennheiser Firmware-Entwicklern, in welchem sich die Bits-and-Bytes-Spezialisten aus unterschiedlichen Abteilungen gegenseitig mit einem fast schon sportlich zu nennenden Ehrgeiz anspornen.

Jenseits eines für ihn erfreulich kurzen Weges zur Arbeitsstätte schätzt Jerome Soika am Familienunternehmen Sennheiser zahlreiche arbeitnehmerfreundliche Angebote wie beispielsweise die betriebseigene Krippe. „Darüber hinaus sind attraktive Arbeitsbedingungen wie eine 35-Stunden-Woche und 30 Tage Urlaub super!“, sagt Soika. „Die Zusammenarbeit mit den internationalen Kollegen ist spannend und macht einfach viel Spaß! Ich fühle mich im Sennheiser Team sehr wohl und arbeite gerne hier.“

Weiterführende Informationen zu den erstklassigen Karriereperspektiven bei Sennheiser finden Sie unter Jobs & Karriere auf sennheiser.com.

Über Sennheiser

Die Zukunft der Audio-Welt zu gestalten und für Kunden einzigartige Sound-Erlebnisse zu schaffen – dieser Anspruch eint Sennheiser Mitarbeiter und Partner weltweit. Das 1945 gegründete Familienunternehmen ist einer der führenden Hersteller von Kopfhörern, Mikrofonen und drahtloser Übertragungstechnik. Sennheiser ist mit 21 Vertriebstochtergesellschaften und langjährigen Handelspartnern in über 50 Ländern aktiv und besitzt eigene Produktionsstandorte in Deutschland, Irland, Rumänien und den USA. Seit 2013 leiten Daniel Sennheiser und Dr. Andreas Sennheiser das Unternehmen in der dritten Generation. Der Umsatz der Sennheiser-Gruppe lag 2017 bei 667,7 Millionen Euro.



Text: Sven Schuhen Fotos: Pixabay [ID 9087]

Techniker

Techniker sind in vielen Bereichen der AV-Branche zu finden. Bei Herstellern sind Techniker meist für die Umsetzung der Ideen der Ingenieure zuständig oder kümmern sich im technischen Support um Reparatur und Wartung von Kundengeräten. Darüber hinaus besitzen auch viele Distributoren/Vertriebe einen technischen Support und sind häufig vom Hersteller autorisiert die Wartung und Reparatur der vertriebenen Produkte durchzuführen. Der Techniker ist hier der erste Ansprechpartner für den Kunden und kümmert sich um die Bearbeitung der Anfragen. Aber auch bei technischen Fragen von Fachhandelspartner wird produktspezifisch geholfen und technische Probleme gelöst.

Bei Integratoren/Errichtern sind Techniker meist für die Umsetzung der Planung vor Ort zuständig und übernehmen oder überwachen die Installation, nehmen die Produkte oder Lösungen in Betrieb und weisen den Kunden bzw. die Anwender im Umgang ein. Häufig werden komplexe Systeme vorab in einem Testaufbau einem Probebetrieb unterzogen und Einheiten vormontiert. Nicht unüblich sind auch Konzeption und Integration von Sprachalarmanlagen und elektroakustischen Notfallwarnsystemen.

Bei Betreibern sind Techniker für die Bedienung von Audio-, Licht und Medientechnik-Systemen zuständig. Sie betreuen Veranstaltungen verschiedenster Art und bauen Technik je nach Situation auf- und ab oder erweitern den Bestand. Setzen die Kundenwünsche mit der im Haus verfügbaren oder gemieteten Technik um, warten und reparieren diese. Als Techniker beim Betreiber ist auch die Berücksichtigung der entsprechenden Gesetze und Verordnungen essenziell.

Motivierte und erfahrene Techniker haben schnell die Möglichkeit auch als technische Projektleiter eingesetzt zu werden und somit mehr Verantwortung zu erhalten und an Planungen maßgeblich beteiligt zu sein. Neben der Konzepterstellung und der Steuerung von Projekten gehört

hierzu auch die Beratung von Kunden, verantwortliche Durchführung von Installationen und Inbetriebnahmen, die Identifizierung und Aufbereitung von Optimierungspotenzialen und die abteilungsübergreifende Zusammenarbeit. Nicht zuletzt liegt auch die Kosten- und Terminkontrolle eines Projekts in der Verantwortung der Projektleitung.

Anforderungen

Von Technikern erwarten die Arbeitgeber eine abgeschlossene technische Ausbildung als Elektromonteur, Elektroinstallateur, Elektrotechniker, Fachinformatiker, IT-Techniker, Multimediaelektroniker, Veranstaltungstechniker, Audio- oder Videoelektriker oder aber ein abgeschlossenes Studium mit technischem Schwerpunkt. Meist werden mehrjährige Berufserfahrung im Aufgabenbereich vorausgesetzt und besonders erwünscht sind Erfahrungen in Ton- und Videotechnik. Ein technisches Verständnis sowie großes Interesse und Begeisterung für die Produkte der Branche werden von einem Techniker erwartet. In vielen Fällen müssen Techniker selbstständig in ihrem Aufgabenbereich arbeiten und somit ist ein schnelles Auffassungsvermögen und Entscheidungsfreudigkeit ebenso von Vorteil, wie ein sicheres Auftreten

Außengerät

und Erfahrung im Umgang mit Kunden und Projektbeteiligten. Häufig sind Techniker im Team mit einem Projekt befasst und daher wird Teamgeist vorausgesetzt. Eine gewisse Belastbarkeit und Flexibilität ist für einen Techniker von Vorteil, da meist enge Deadlines bestehen oder hohe Auftragslagen ein hohes Engagement fordern. Da sich die Projekte meist nicht in unmittelbare Nähe befinden, wird Reisebereitschaft erwartet. Mitunter sind Projekte im Ausland nicht unüblich, so dass mindestens gute Englischkenntnisse von Vorteil sind. Weitere Sprachen werden gerne gesehen. Auch das Interesse, sich ständig über technische Neuerungen weiterzubilden, sollte vorhanden sein. Gerade IT-Themen und vor allem Netzwerkinfrastrukturen werden in der AV-Branche immer wichtiger, so dass hier gute Kenntnisse vorteilhaft sind. Bei Integratoren/Errichtern sind außerdem Kenntnisse in den Bereichen Gebäudeautomation und Gebäudeleittechnik sowie ein handwerkliches Geschick sehr gerne gesehen. Viele Unternehmen wünschen sich ein Dienstleistungsverständnis von ihren Technikern.

Für die Eignung als Projektleitung werden eine Meisters Ausbildung, tiefergehende Erfahrungen als Techniker oder ein Studium der Medien- oder Elektrotechnik sowie ein hohes Engagement und gewissenhaftes Arbeiten vorausgesetzt. Darüber hinaus ist ein sprach- und redigewandter Umgang mit Kunden wichtig. Um Planungen vorbereiten zu können, sind Kenntnisse gängiger Office-Anwendungen sowie Zeichenprogramme notwendig. Hierfür sollte eine Projektleitung auch ein ausgeprägtes Planungs- und Organisationsgeschick besitzen. Da man häufig unterschiedliche Beteiligte in ein Projekt integrieren muss, sind Teamfähigkeit und selbstständiges Arbeiten unabdingbar. Da man als Projektleitung viel Kontakt zu Kunden und Beteiligten hat, ist ein sicheres, freundliches und gepflegtes Auftreten sowie eine hohe Kommunikationsbereitschaft von Vorteil. //

„Motivierte und erfahrene Techniker haben schnell die Möglichkeit auch als technische Projektleiter eingesetzt zu werden und somit mehr Verantwortung zu erhalten und an Planungen maßgeblich beteiligt zu sein“



Durchschnittsgehalt:

24.500 – 35.500 Euro/Jahr brutto

(Quelle: Gehalt.de)



Wir fördern Karrieren in der Medientechnik

Bereits seit mehr als 40 Jahren ist die SIGMA System Audio-Visuell GmbH einer der leistungsfähigsten Anbieter von Medientechnik in Deutschland. Mit den Standbeinen Handel, Integration von Medien-

systemen, Vermietung von Veranstaltungstechnik für Events, Konferenzen, Messen und Ausstellungen sowie Service ist das Düsseldorfer Unternehmen im Markt erfolgreich unterwegs – schließlich gibt es mit

diesem umfangreichen Leistungsangebot nur wenige Wettbewerber. Zusätzlich bietet SIGMA seit der Eröffnung von zwei Servicebüros in Berlin und München auch noch die räumliche Nähe zu vielen Kunden. Zu den bekanntesten Referenzprojekten von SIGMA zählt das Fußballmuseum des DFB in Dortmund, in dem Sportgeschichte lebendig wird und große Ereignisse wie das „Sommermärchen“ 2006 oder der WM-Titelgewinn 2014 in Brasilien mit Bild und Ton präsentiert werden. Die passende Technik für den emotionsgeladenen Rundgang der Besucher hat SIGMA im Auftrag der Stiftung Deutsches Fußballmuseum installiert. „Auch für uns ist das ein Highlight, das zudem zeigt, welche Möglichkeiten moderne Präsentationstechnik bietet“, meint dazu Volker Schräger-Enkirch, der SIGMA seit 1985 verbunden ist und 2014 zum alleinigen Inhaber wurde. Mit seinem Portfolio bedient das Unternehmen ein umfangreiches Kundenspektrum. Dazu zählen viele Aussteller der Messe Düsseldorf, aber auch große Unternehmen wie IBM, Panasonic und Vodafone Deutschland, für die SIGMA zum Beispiel die technische Ausstattung von Präsentationsräumen oder Messeständen übernimmt. Aktuell realisiert der Medienprofi bundesweit die technische Ausrüstung vieler Fitnessstudios. Wichtig für SIGMA sind außerdem Eventlocations und Kulturbetriebe. Darüber hinaus engagiert sich das Unternehmen im Kunst- und Kulturbereich und unterstützt immer wieder Künstler bei ihren Ausstellungsprojekten.

„Der Schlüssel zum Erfolg unseres Unternehmens sind die hochqualifizierten, motivierten Mitarbeiter“, weiß Geschäftsführer Schräger-Enkirch. „Equipment kann man heute überall kaufen. Wissen und Know-how muss dagegen erarbeitet werden. Gute Mitarbeiter sind für unsere weitere Entwicklung unverzichtbar. Die Aus- und Fortbildung der Kollegen liegt uns daher sehr am Herzen. Wir bieten ihnen die Teilnahme an Seminaren und Workshops ebenso an wie den Besuch einer Meisterschule – inklusive Finanzierung.“

Das wissen die Mitarbeiter zu schätzen. Stephan Verfürth, Bereichsleiter After Sales, Service und Wartung, hat 2001 seine Ausbildung zum Veranstaltungstechniker gemacht und anschließend den Diplom-Studiengang Medientechnik absolviert. Nachdem er einige Jahre praktische Erfahrung gesammelt hat, kehrte er gern zu SIGMA zurück. „Weiterbildung wird bei uns stark gefördert, dafür gibt es immer ein offenes Ohr bei der Geschäftsführung“, meint er dazu. „Fast ebenso wichtig ist aber die anschließende Wertschätzung im Unternehmen und die vielen Möglichkeiten, die sich durch die Qualifizierung ergeben.“

Auch Gökhan Tokgün, Meister für Veranstaltungstechnik und Leiter Qualitätssicherung & Service bei SIGMA, bewertet die Möglichkeiten zur weiteren beruflichen Entwicklung im Unternehmen sehr positiv. „Das ist es natürlich nicht allein. Wir haben eine gute Stimmung im Team und pflegen untereinander ein fast freundschaftliches Verhältnis. Das führt auch dazu, dass bei uns die Fluktuation sehr gering ist.“

So ist Stephan Didelot, ebenfalls Meister für Veranstaltungstechnik und Senior Projektleiter im Geschäftsbereich Miete, bereits seit 19 Jahren im Unternehmen tätig. „Und es wird nicht langweilig. Ständig ergeben sich neue Herausforderungen und Aufgaben.“ Besonders gut gefallen ihm Flexibilität und Eigenverantwortung, mit der er die täglichen Aufgaben bewältigen kann.

Die Stärken von SIGMA System Audio-Visuell liegen vor allem auch in der Beratung sowie dem gesamten Servicepaket rund um den Mietesatz oder die Integration der Technik. Hier punktet das Unternehmen



Zur Person:

Volker Schräger-Enkirch

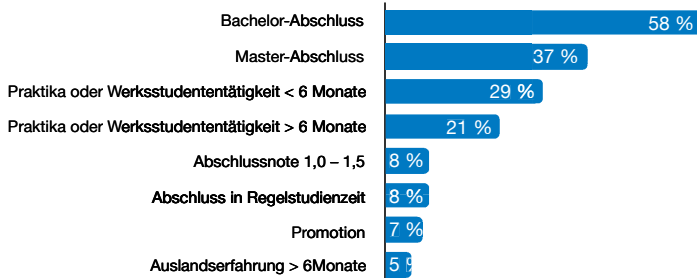
**Gesellschafter Geschäftsführer
SIGMA System Audio-Visuell**

mit seiner über 40-jährigen Erfahrung am Markt und bedient Global Player ebenso wie den Mittelstand. SIGMA wird den Herausforderungen mit einem 80-köpfigen Team gerecht, bestehend aus Beratern, Planern, Projektleitern, Veranstaltungstechnikern und Ingenieuren für Medientechnik. „Die Anforderungen sind natürlich hoch bei uns“, meint Marco Vorderstemann, Fachkraft für Veranstaltungstechnik. „Viele Aufgaben sind nur mit Spezialwissen zu lösen. Da bei SIGMA Know-how aber nicht eingekauft, sondern durch Schulungen und Zertifizierungen an die Mitarbeiter vermittelt wird, fühlt man sich dabei gut aufgehoben – insbesondere in Verbindung mit unserem guten Betriebsklima, das Möglichkeiten für freies und eigenverantwortliches Arbeiten sowie ein vertrauensvolles Verhältnis untereinander fördert.“

Für die anstehenden Aufgaben und die künftigen Ziele sucht man bei SIGMA weiter nach qualifizierten Bewerbern und nutzt dafür alle Möglichkeiten des Recruitings, bildet selbst aus und pflegt eine enge Zusammenarbeit mit der Hochschule Düsseldorf. Schräger-Enkirch: „Grundsätzlich stoßen wir auf großes Interesse mit unserem Portfolio an Leistungen. Aber wir brauchen noch weitere Verstärkung.“

Berufswelt 2019

Wichtigsten formalen Anforderungen von Unternehmen für Bewerber



Quelle: Stepstone – Berufseinsteiger im Fokus 2019

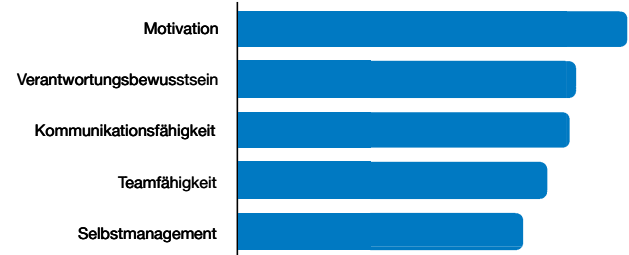
„4/5 aller Arbeitnehmer hätten gerne die Möglichkeit ein- bis zweimal pro Woche im Homeoffice arbeiten zu können.“

Quelle: Fachkraft 2030 (2019)

„Bruttodurchschnittsgehalt von Fach- und Führungskräften in Deutschland: 70.754 €“

Quelle: Xing Gehaltstudie 2019

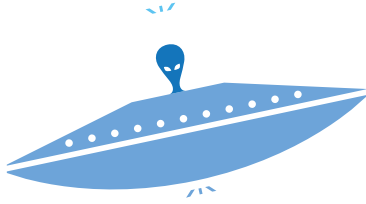
Wünsche junger Fachkräfte an Organisation und Führungsstil



Quelle: Kompetenzanforderungen an BerufseinsteigerInnen (Hochschule der Medien)

„87% der Mitarbeiter nutzen die Möglichkeiten für Homeoffice“

Quelle: Xing Gehaltstudie 2019



WIREWORX

DIE AUDIOVISIONÄRE

Wie kommt man beim Thema „audiovisuelle Kommunikation in Räumen und Gebäuden“ auf neue, visionäre Lösungen? Indem wir Know-how mit den Möglichkeiten des Marktes verbinden. Wir bei Wireworx bringen viel Erfahrung aus allen Bereichen der AV-Medientechnik mit und sind stets „am Limit des Neuen“. Unternehmergeführt bieten wir State-of-the-art-Ingenieurleistungen für ganzheitliche Lösungen – und bringen unsere Kunden auf neue, erfolgversprechende Ideen.

Ein Bild ohne Ton ist nur der halbe Spaß. Deshalb: Kontaktieren Sie uns, lernen Sie uns kennen, lassen Sie uns gemeinsam neue Ideen entwickeln und Projekte effizient und optimal realisieren.

0711 505 367 0 | info@wireworx.de | www.wireworx.de

UNIVERSITÄT HOHENHEIM, STUTTGART
Neubau Otto Rettenmaier Audimax

Text: Sven Schuhen Fotos: Pixabay [ID 9088]

Sales / Vertrieb

Ein Vertriebsmitarbeiter in einem Unternehmen der AV-Branche ist im Innen- oder Außendienst tätig und für die Beratung von Kunden, die Angebotserstellung, die Verhandlungsführung und Verträge mit Kunden und Geschäftspartnern sowie das Controlling bei Herstellern und Distributoren verantwortlich. Der Vertrieb eines Unternehmens ist der Verkauf und damit der Vertriebler der Verkäufer.

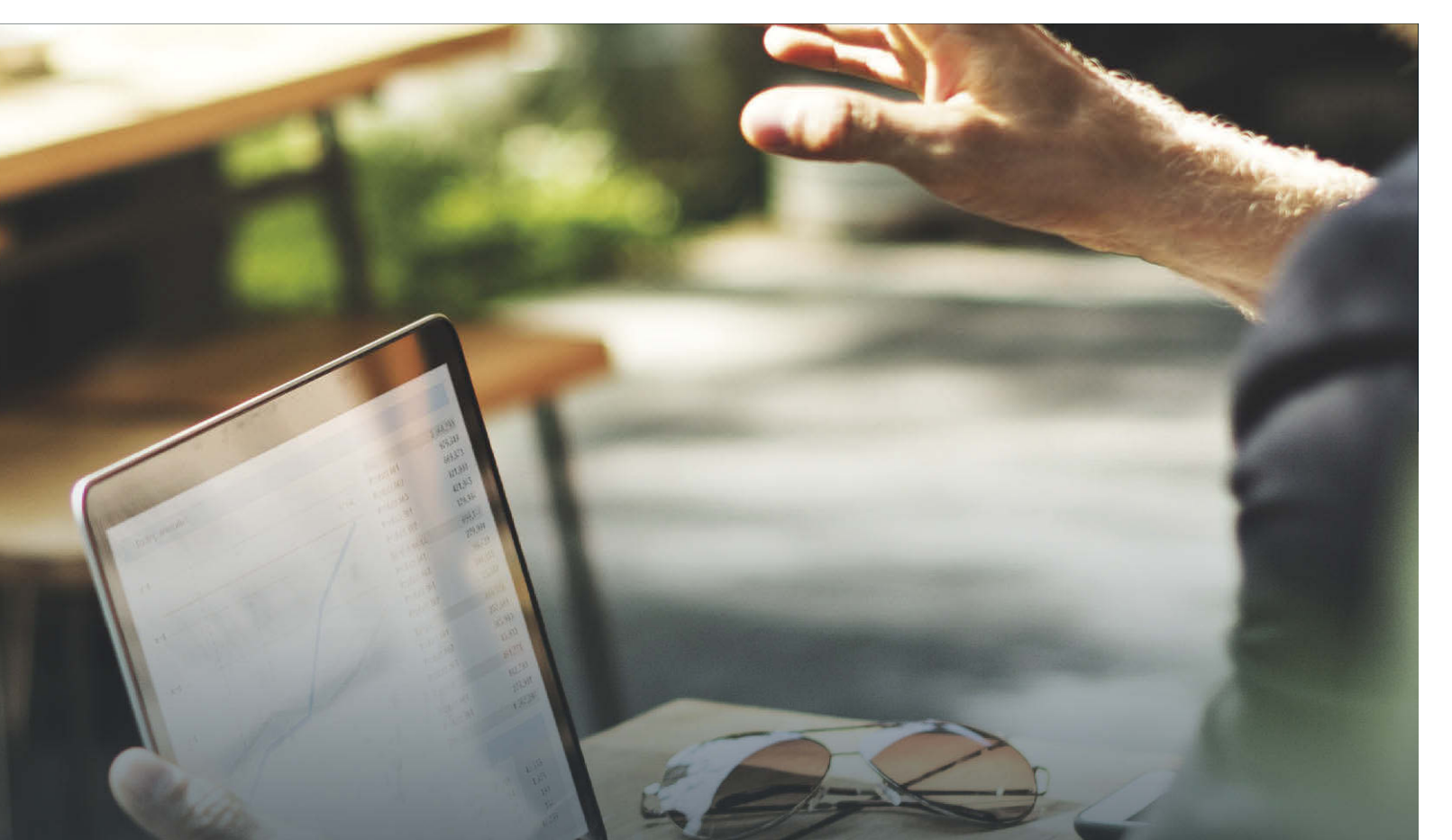
Vertriebsmitarbeiter im Innendienst der AV-Branche sind sehr häufig hoch qualifizierte und fachkundige Spezialisten. Über Telefon oder E-Mail werden regelmäßig sehr persönliche Ansprachen abgewickelt. Sie halten häufig Präsentationen im eigenen Haus, demonstrieren neue Produkte und beraten über gesamte Lösungen. Meist sind Vertriebler im Innendienst für bestimmte Produkte, Produktgruppen oder Sparten zuständig und haben sich auf diese spezialisiert. Daher sind sie innerhalb ihres Verantwortungsbereichs meist nicht regional gebunden. Bei größeren Unternehmen gibt es jedoch häufig Niederlassungen in den jeweiligen Ländern, falls nicht, können auch mehrere Vertriebler die gleichen Bereiche jedoch für unterschiedliche Länder betreuen und sich gegebenenfalls gegenseitig unterstützen. Häufig unterstützen Vertriebler im Innendienst ihre Kollegen im Außendienst, z.B. bei der Erstellung von Angeboten nach Vorgabe des Außendienstlers, wenn dieser unterwegs nur wenig Möglichkeiten dazu hat. Auch die Terminkoordination des Außendienstes kann zur Aufgabe des Innendienstes gehören.

Im Außendienst sind Vertriebsmitarbeiter meist für eine bestimmte Region zuständig. In vielen Fällen haben sie ein vom Hauptsitz unabhängiges Büro im Vertriebsgebiet oder arbeiten vom Home-Office aus. Die überwiegende Zeit sind Außendienstler jedoch unterwegs bei Kunden und Geschäftspartnern. Je nach Unternehmen haben Sie Muster oder Demo-Geräte ihrer Produkte dabei und können diese vor Ort vorführen. Darüber hinaus werden häufig vor Ort Präsentationen gehalten

oder auch Schulungen zu den Produkten des Unternehmens gehalten. Ein Vertriebler im Außendienst ist oft weniger Produkt-spezialisiert als ein Vertriebler im Innendienst, da er vor Ort ein solides Wissen über das gesamte Portfolio aufweisen muss. Für Details vermittelt er zwischen den Kunden und den fachkundigeren Innendienstmitarbeitern oder auch den Produktmanagern bzw. Ingenieuren sowie Technikern. Wie auch die Entwicklungsingenieure beobachten Vertriebler ständig den Markt und den Wettbewerb. Aber auch die Bedürfnisse und Anforderungen der Kunden sollten fortlaufend analysiert und entsprechend zur Produktentwicklung genutzt werden. Sowohl im Innen- als auch im Außendienst sind häufig persönliche Kontakte ein entscheidendes Vertrauens- und damit Kaufkriterium. Vertriebsmitarbeiter kümmern sich um den Aufbau und die Pflege eines Kundenstammes sowie der Beziehungen zu diesen. Mitunter führen Vertriebler über Jahre gute Beziehungen zu ihren Kunden und bedeuten den Unterschied zum Wettbewerb. Die Betreuung eines Kunden endet nicht mit dem Verkauf. Aber auch die Akquise ist im Vertrieb sehr wichtig.

Anforderungen

In vielen Fällen sind Vertriebler in der AV-Branche entweder schon vorher im Vertrieb einer anderen Branche tätig gewesen oder waren innerhalb der Branche bereits bei einem Dienstleister oder technischem Unternehmen beschäftigt. Entsprechende Vorkenntnisse über die AV-Branche sind in jedem Fall Voraussetzung. Von Vertriebsmitarbeitern



wird ein starkes Interesse für Technik, aber auch Marketing und neue Themen vorausgesetzt. Strategisches Denken und Handeln sind von Vorteil. Aus eigener Begeisterung für die vertriebenen Produkte und Lösungen lassen sich häufig auch andere anstecken. In vielen Fällen werden Vertriebler leistungsabhängig vergütet und daher ein hohes Engagement erwartet. In den meisten Fällen haben Vertriebsmitarbeiter ein betriebswirtschaftliches oder wirtschaftswissenschaftliches Studium absolviert und bringen eine hohe Kommunikationsbereitschaft, Verhandlungsgeschick und rhetorische Raffinesse mit. Natürlich kann auch eine kaufmännische Ausbildung ausreichen. Oft sind gute Vertriebler aber auch Quereinsteiger, die ihr Talent und die Freude am Verkauf auf andere Arten entdeckt haben und bereits ein gutes Know-how ihrer Produkte besitzen. Gute Vertriebsmitarbeiter besitzen ein Gespür für Kunden, Produkte und die Marktsituation. Ein hohes Serviceverständnis den Kunden gegenüber sollte, wie auch die Bereitschaft stets als Problemlöser zu fungieren, vorhanden sein. Eine langfristige, kompetente, verlässliche Zusammenarbeit ist meist wichtiger als ein kurzfristiger Verkauf.

Vertriebsmitarbeiter im Innendienst sollten mit ERP- und Warenwirtschaftsprogrammen vertraut sein, gute Kenntnisse in Office-Anwendungen haben und eine gute Ausdrucksweise in Wort und Schrift besitzen. Sowohl im schriftlichen als auch im telefonischen Kontakt ist ein freundliches und kommunikationsfreudiges Auftreten zielführend. Menschen per Mail oder Telefon zu begeistern ist mitunter schwieriger und erfordert eine besondere Motivation.

Im Außendienst sollten Vertriebsmitarbeiter vor allem flexibel sein und eine große Reisebereitschaft besitzen, da man üblicherweise viel unterwegs ist. Ein gewisses Organisationstalent sollte vorhanden sein, da es nicht immer leicht ist, die vielen Termine zu koordinieren. Noch mehr als der Innendienstler muss der Vertriebler im Außendienst ein seriöses und sicheres Auftreten besitzen und Menschen von neuen Produkten begeistern können. Eine eigene Begeisterung für die vertriebenen Produkte ist dabei vorteilhaft. //

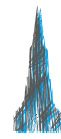
„Vertriebsmitarbeiter kümmern sich um den Aufbau und die Pflege eines Kundenstammes sowie der -beziehungen. Mitunter führen Vertriebler über Jahre gute Beziehungen zu ihren Kunden und bedeuten den Unterschied zum Wettbewerb“



Durchschnittsgehalt:

29.000 – 70.000 Euro/Jahr brutto*

*die Gehälter im Vertrieb variieren sehr stark - durch erfolgsabhängige Boni können Jahresgehälter deutlich ansteigen. (Quelle: Gehalt.de)



Wer sich an alte Verlagsstrukturen klammert, verliert schnell den Anschluss

Die Ebner Media Group umfasst 18 Standorte, publiziert 86 Zeitschriften, veröffentlicht online auf 44 Portalen, versendet im Tagesrhythmus 48 Newsletter und begegnet den Zielgruppen auf 158 Social Media Accounts. Beeindruckende Zahlen für einen Fach- und Special-Interest-Verlag.

In welchen Bereichen kann man sich bei Ebner ausbilden lassen und in die Berufswelt starten?

Für Schulabgänger mit Hochschulreife bieten wir duale Studienplätze in Kooperation mit der Dualen Hochschule Baden-Württemberg an. Die Studenten erwerben im wechselnden Rhythmus Theoriewissen an der Hochschule und Praxiserfahrung bei uns im Unternehmen. Mit Bestehen der Prüfungen führt das duale Studium nach drei Jahren zum international anerkannten Bachelor-Abschluss. Mindestens einen dualen Studienplatz pro Jahr vergeben wir in der Studienrichtung BWL – Medien- und Kommunikationswirtschaft. Außerdem bieten wir auch für Young Professionals einen Einstieg in die Medien- und Verlagsbranche über unsere Trainee- und Volontariats-Stellen. Das klassische Volontariat wird im redaktionellen Bereich einer Medienmarke absolviert, während die Trainee-Stelle vorwiegend im kaufmännischen Bereich angesiedelt ist (z.B. Trainee für Event-Management, Media Sales).

Welche Charakter- und Kerneigenschaften sollte man als Bewerber mitbringen, um bei der Ebner Media Group zu überzeugen und sich erfolgreich behaupten zu können?

Flexibilität und Offenheit für Neues sind für mich die zwei Hauptkriterien. In Zeiten der Digitalisierung verändert sich die Arbeitswelt rasant. Wir entwickeln uns ständig weiter, die Mitarbeiter müssen sich in neue Tools einarbeiten und immer wieder neue Kanäle bespielen. Wer sich an alte Verlagsstrukturen klammert, verliert hier schnell den Anschluss. Zudem sind Querdenker jederzeit willkommen, die Sachverhalte kritisch hinterfragen, neue Zusammenhänge und Symbiosen bilden.

Die Vermittlung und das Teilen von Know-how sowie Information zählen in vielen Unternehmen als Achillesferse. Gleichzeitig werden fehlende Information und Weiterbildungsmöglichkeiten immer als Gründe für Frustration und innere Kündigungen angegeben. Die

Ebner Media Group hat eine interne Academy gegründet und betreibt einen Blog - was hat es damit auf sich?

Genau, wir bieten eine sogenannte „Ebner Academy“ an, sie ist für alle Mitarbeiter (m/w/d) unabhängig von Funktion oder Abteilung geeignet. Die Weiterbildungsinhalte werden entweder in Form von Präsenzveranstaltungen oder über Webinare vermittelt. Immer mittwochs finden unsere Webinare statt, in denen Mitarbeiter als Referenten fungieren und das Ebner-spezifische Know-how an ihre Kollegen übermitteln. Beispielsweise erklärt der Head of Content Engineering, wie SEO-optimierte Themenseiten gebaut werden müssen. Jeder Mitarbeiter kann sich zu der Schulung online einloggen und auch Fragen stellen. Durch die Webinar-Lösung können wir alle Mitarbeiter an unseren sieben bundesweiten Standorten live schulen. Und wer nicht dabei sein kann, schaut sich im Nachgang die Videoaufzeichnung an. Mit jeder Webinar-Teilnahme bekommen die Mitarbeiter außerdem fünf Credits auf ihr Benutzerkonto gutgeschrieben. Diese verschaffen wiederum Zugang zu ganz individuellen Weiterbildungsmaßnahmen je nach Bedarf. Bei Präsenzveranstaltungen bedienen wir uns auch an externen Referenten, beispielsweise bekommen alle Volontäre die Möglichkeit am vierwöchigen Volontärskurs an der Akademie für Publizistik in Hamburg teilzunehmen. Der New Ebner Blog ist eine weitere Austauschplattform für alle Mitarbeiter zu sämtlichen New Ebner Themen. In täglichen Posts berichten wir über strategische Entwicklungen, neue Tools und geben How-To-Anleitungen an die Hand.

Die Medienlandschaft entwickelt sich stetig weiter und die Anforderungen an einen Journalisten bzw. Redakteur sind ganz andere als noch vor 20 Jahren. Die Ebner Media Group wurde 2018 als Innovator des Jahres im Bereich Internet, Medien und Kommunikation von Brand Eins und Statista ausgezeichnet. Wie spiegelt sich das in der Unternehmenskultur wieder und speziell auch in den Arbeitsstrukturen?

Ein prägendes Beispiel für Innovation in unserer Arbeitsstruktur ist unser eigens entwickeltes Tool namens „Content Planner“. Unser Geschäftsführer Gerrit Klein hat dieses Tool speziell für unsere Anforderungen entwickelt. Der Content Planner vereint die Content Erstellung wie auch die Content Distribution und erleichtert damit den Arbeitsalltag unserer Redakteure.

Im Content Planner sind alle Ebner Konzepte zur erfolgreichen Content-Erstellung hinterlegt, sodass die Redakteure folgende 5 Fragen beantworten und mit dem Content Planner umsetzen können:

1. **Für wen genau erschaffe ich eigentlich den Content? (Personas)**
2. **Was ist das Ziel dieses Contents, was will ich damit erreichen? (Content Goals; Reach, Conversion, Visibility)**
3. **Auf welche Zielgruppenbedürfnisse konzentriert sich dieser Content? (Keywords)**
4. **Welchen Content habe ich überhaupt? (Minimum Information Units)**
5. **Wo und wann will ich diesen Content distribuieren? (Multi-Channel-Distribution)**

Damit wird der Prozess der Content-Erstellung in redaktionelle Leitplanken gegossen, wodurch unsere Redakteure „Intelligent Con-

Zur Person:

Juliana Luib



Position:

Human Resources
Management

Ausbildung: Bachelor of Arts,
Studiengang BWL-Medien und
Kommunikation

Persönlicher Tipp für Einsteiger:

Bleiben Sie authentisch, bleiben Sie
Sie selbst! Nur so können Sie die
HRler überzeugen.

tent“ generieren. Warum Intelligent? Der Content wird auf analytischer Grundlage erstellt, er wird passgenau für Personas, also für unsere Zielgruppen und deren Subsegmente erstellt, immer mit einem klaren Ziel. Der Content wird nicht als Ganzes, sondern als Summe von Elementen konzipiert und er wird dadurch von Anfang an auf die Distributionskanäle ausgerichtet.

In der Generation Y und Z spielt die Work-Life-Balance eine entscheidende Rolle bei der Wahl des Arbeitgebers. Sicherlich auch ein aktuelles Thema bei der Ebner Media Group?

Ja, wir versuchen natürlich diese Generation mit unseren Arbeitsbedingungen abzuholen. Wir haben beispielsweise die Vertrauensarbeitszeit eingeführt, bei der der Mitarbeiter das Recht hat, seine Arbeitszeit selbst zu bestimmen. Vertrauensarbeitszeit bedeutet, dass die Erledigung vereinbarter Aufgaben im Vordergrund steht, nicht die zeitliche Präsenz des Mitarbeiters. Es ist ein Modell der Arbeitsorganisation, nicht der Arbeitszeit. Der Mitarbeiter ist selbst für die Gestaltung der Arbeitszeit verantwortlich. Die Geschäftsführung vertraut dabei auf das Verantwortungsbewusstsein jedes einzelnen Mitarbeiters. Dennoch muss man sich an gewisse Kernarbeitszeiten halten, um einen reibungslosen Arbeitsablauf zu gewährleisten. Mit diesem flexiblen Arbeitsmodell bieten wir dem Mitarbeiter die Möglichkeit, seine Arbeitszeit und Freizeit nach seinen persönlichen Bedürfnissen einzuteilen. Zudem bieten wir unseren Mitarbeitern bei Bedarf auch Homeoffice-Arbeitsplätze an, sodass das Privat- und Arbeitsleben gut vereinbar wird. Gerade auch Mütter nehmen eine Homeoffice-Lösung gerne an, um den Einstieg ins Berufsleben nach der Elternzeit zu erleichtern. Auch denken wir an die Gesundheit und das Wohlbefinden unserer Mitarbeiter, beispielsweise gibt es wöchentlich frische Obstkörbe an unseren Standorten. //

IMPRESSUM //



IMPRESSUM //

VERLAG

Musik-Media-Verlag,
eine Zweigniederlassung der Ebner Media Group GmbH & Co. KG
Sitz der Gesellschaft: Ulm, Karlstr. 3, 89073 Ulm,
AG Ulm, HRA 1900, USt-IdNr. DE 147 041 097
Persönlich haftende Gesellschafterin: Ebner Ulm MGv GmbH,
Karlstraße 3, 89073 Ulm, Sitz und Registergericht: Ulm, HRB 576

GESCHÄFTSFÜHRUNG Dr. Günter Götz, Gerrit Klein, Martin Metzger,
Marco Parrillo

BANKVERBINDUNG Volksbank Ulm-Biberach eG,
IBAN: DE24 6309 0100 0003 6260 08, BIC: ULMVDE66

REDAKTION

Musik-Media-Verlag, Emil-Hoffmann-Str. 13, 50996 Köln
Tel.: (02236) 96217-0, Fax: (02236) 96217-5
redaktion@professional-system.de
www.professional-system.de
Newsportal: www.promedianews.de

PUBLISHER

Kim Robertz

CHEFREDAKTION

Marcel Courth, Helga Rouyer-Lüdecke (Stellv.)
(verantwortlich für den redaktionellen Teil)

REDAKTION

Detlef Hoepfner (Senior Content Editor Audio), Sven Schuhen,
Rosa Haroon, Dieter Stork (Fotos)

CHEF VOM DIENST

Thomas Adam

STÄNDIGE REDAKTIONELLE MITARBEITER

Dipl.-Ing. Christiane Bangert, Herbert Bernstädt, Dr. Anselm Goertz,
Achim Hannemann, Jörg Küster, Richard Meusers, Dr. Swen Müller,
Dominik Roenecke, Alexander Schwarz, Markus Tischner

GRAFISCHE GESTALTUNG

Marc Honeck

LAYOUTSATZ

Frank Loevenich, Denise Steitz

DRUCK

F&W Mediocenter (auch Anschrift für Beilagen und Beihefter)
Holzhauser Feld 2, D-83361 Kienberg, www.fw-medien.de

COPYRIGHT

Copyright und Copyrightnachweis für alle Beiträge bei Musik-Media-Verlag. Nachdruck, auch auszugsweise, sowie Vervielfältigungen jeder Art, nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlags. Für unverlangte Einsendungen keine Gewähr. Namentlich gekennzeichnete Beiträge unserer Mitarbeiter stellen nicht unbedingt die Meinung der Redaktion oder des Verlags dar.

HERSTELLUNG/LOGISTIK/KUNDENSERVICE Thomas Heydn,
Fon/Fax: +49 [0]89.74117.205/101

VERTRIEBSMARKETING Sema Torun (Leitung), Tina Backhaus
(Objektmanager), Fon: +49 [0]731. 1520.186 bzw. 164

MEDIABERATUNG //

ANZEIGENLEITUNG

Angelika Müller, Tel.: (02236) 96217-71, Fax: (-88),
a.mueller@musikmedia.de

ANZEIGENVERKAUF

Heike Pietsch, Tel.: (02236) 96217-72, Fax: (-88),
h.pietsch@professional-system.de

Zurzeit ist Anzeigenpreisliste Nr. 21 vom 1.1.2019 gültig.

ANZEIGENDISPOSITION

Marion Bondar, Tel.: (02236) 96217-48, Fax: (-88),
m.bondar@musikmedia.de

SONDERDRUCKE sonderdruck@professional-system.de

ABOSERVICE //

BEZUGSMÖGLICHKEITEN

Im Direktbezug als Abonnement oder Einzelheft zu bestellen unter:
www.professional-system.de/shop/abos/

BEZUGSPREISE

Das Einzelheft kostet im Inland 6,65 €. Der Abonnementspreis für AboPlus (8 Ausgaben Print + digital) beträgt im Inland 42,65 € (Print 33,70 € + Digital 8,95 €) pro Jahr inkl. Porto. Ausland 52,40 € (Print 43,40 € + Digital 9,00 €) pro Jahr (Land-/Seeweg). Mehrkosten für Luftpostzustellung auf Anfrage. Für Studenten und Auszubildende beträgt der Preis (gegen Nachweis) (8 Ausgaben Print) im Inland 25,20 €, Ausland 32,65 €.

Die Abonnement-Bestellung kann innerhalb von 14 Tagen ohne Angabe von Gründen beim Kundenservice Ebner Media Group schriftlich widerrufen werden. Das Abonnement verlängert sich automatisch um ein weiteres Jahr (8 Ausgaben), wenn es nicht spätestens 6 Wochen vor Ablauf des Bezugsjahres schriftlich gekündigt wird.

WIDERRUFSRECHT

Sie haben das Recht, binnen vierzehn Tagen ohne Angabe von Gründen diesen Vertrag zu widerrufen. Die Widerrufsfrist beträgt vierzehn Tage ab dem Tag an dem Sie oder ein von Ihnen benannter Dritter, der nicht der Beförderer ist, die erste Ware in Besitz genommen haben bzw. hat. Um Ihr Widerrufsrecht auszuüben, müssen Sie uns an Kundenservice EBNER MEDIA GROUP, Bayerstraße 16a, 80335 München, kundenservice@ebnermedia.de, Fon/Fax: +49 [0]89.74117.205/101 mittels einer eindeutigen Erklärung (z. B. ein mit der Post versandter Brief, Telefax oder E-Mail) über Ihren Entschluss, diesen Vertrag zu widerrufen, informieren. Sie können dafür das Muster-Widerrufsformular verwenden, das jedoch nicht vorgeschrieben ist: www.ebnermedia.de/mmv/shop-agb/

Zur Wahrung der Widerrufsfrist reicht es aus, dass Sie die Mitteilung über die Ausübung des Widerrufsrechts vor Ablauf der Widerrufsfrist absenden.

ABO- UND LESERSERVICE

Kundenservice Ebner Media Group
Bayerstraße 16a
80335 München,
Fon/Fax: +49 [0]89.74117.205/101,
E-Mail: kundenservice@ebnermedia.de

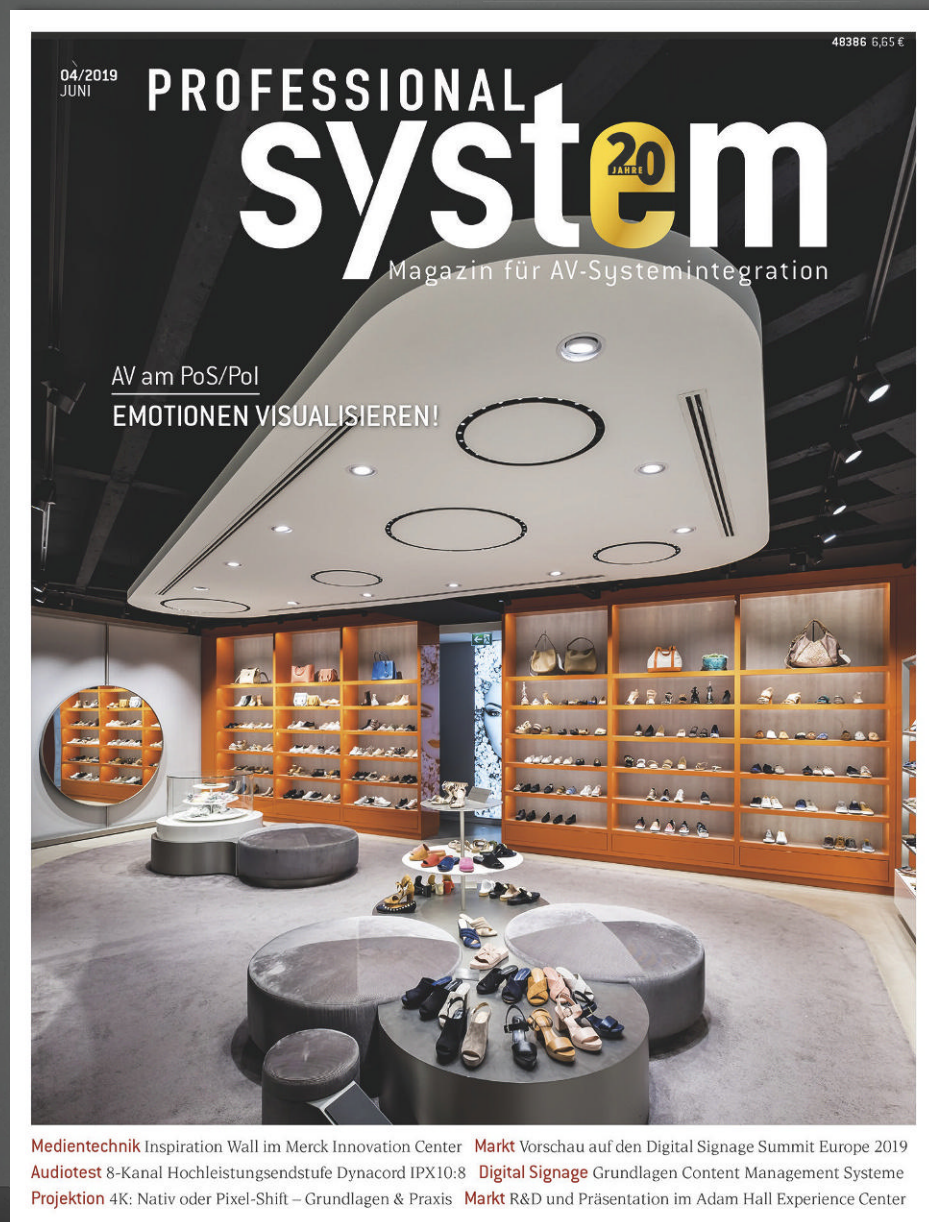
Sie wollen Ihre Lieferadresse aktualisieren oder das Branchen-Magazin in Zukunft nicht mehr erhalten, dann melden Sie sich hier:
kundenservice@ebnermedia.de

Im Musik-Media-Verlag erscheinen außerdem die Magazine
Production Partner, Event Partner, Sound & Recording, Gitarre & Bass,
Keyboards und Sticks.

ISSN 1437-2592

Meine Pflichtlektüre

Schüler- und Studentenabo ab nur 25,20 Euro / Jahr



CASE STUDIES

TESTBERICHTE

GRUNDLAGEN

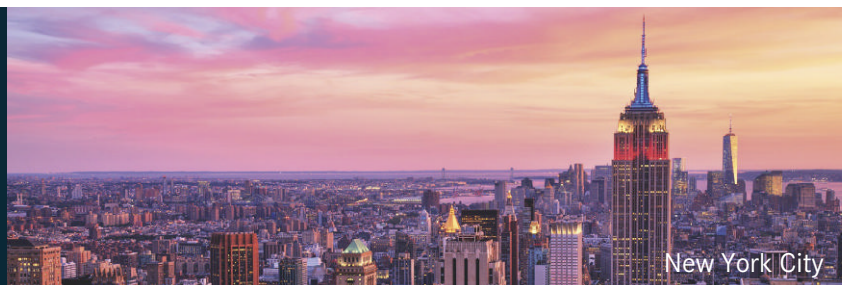


... die will ich haben.

Jetzt bestellen unter www.professional-system.de/shop/abos/



158
Social Accounts



New York City

18
Standorte



Hamburg

4.722
Shop-Produkte



Bremen

3.013
Digitale Produkte

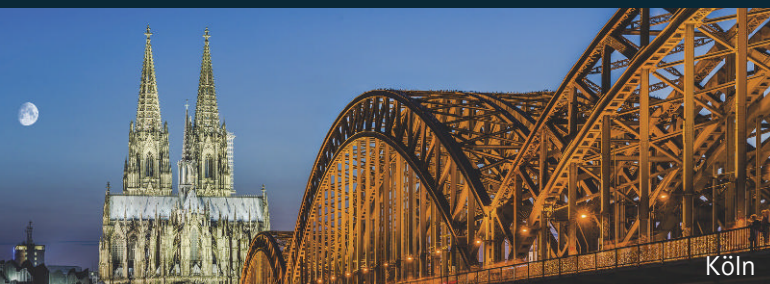


Shanghai



Stuttgart

86
Zeitschriften



Köln

48
Newsletter



Budapest

19
Onlineshops



Ulm

44
Online-Portale

EBNER MEDIA GROUP

Wir unterstützen mit unseren maßgeschneiderten Inhalten und interaktiven Plattformen Professionals bei ihrer täglichen Arbeit und Enthusiasten bei der Verfolgung ihrer Leidenschaften. Mit unserem Know-how und unserer Passion für Themen und Details sind wir unverzichtbar für unsere Kunden. Unser Wissensvorsprung schafft Mehrwerte - ob in Print, Digital oder durch Face-to-Face-Kommunikation. Niemand kennt, erreicht und begeistert die Menschen in unseren Zielgruppen so wie wir. Begeistern Sie auch uns und bewerben Sie sich auf unsere offenen Stellen.