

Medienarchitekt – ein logisches Aufbaustudium

Multimedialer Mix braucht eine neue Qualität von Experten

WEITERBILDUNG

Als die Zeiten noch einfach waren, hieß die Lösung, wenn man Werbung machen wollte, »das lassen wir drucken«. Und man ging zur Druckerei. Heute, erst recht im symbolischen »morgen«, wird keine Entscheidung mehr getroffen nach der Art, »machen wir dies in jenem oder dem anderen Medium?«. Die Aufgabe ist und wird sein: Wir machen Werbung, wir vertreiben Informationen, wir bleiben mit Märkten in Kontakt »auf allen Kanälen«, auf allen Plattformen. XMedia, Crossmedia, Multimedia, medienunabhängiges Publizieren – wie immer man es nennen will, es ist stets das gleiche Muster: alles wird zu einem vernetzten Ganzen zusammengefasst. Ein Ganzes, das sich wiederum aus vielen Modulen zusammensetzt.

Klingt kompliziert – und ist es auch, wenn man das Metier nicht beherrscht. Und genau das ist die Chance für eine ganz neue Art des Berufes, der Dienstleistungen, der fachlichen Qualifizierung. Wir haben die Planer und Produktions-Controller des Multimedienmixes (freilich vorerst noch mit Betonung auf Print) »Medienarchitekt/in« genannt. Und wollen mit diesem Begriff exakt an die Funktionen der Bauarchitekten anknüpfen.

Medienprojekte planen

Sie sind Planer, nicht selten eine Art Generalunternehmer oder Projektverantwortlicher, Berater und »Anwalt« der Bauherren, überwachen, coachen und managen Bauvorhaben. Ersetzt man nun »Bau« und »Bauen« durch Medien und Medienproduktion, ist die Aufgabe exakt beschrieben. Eine Aufgabe, die in Druckereien und Verlagen, in Werbeagenturen und Organisationen, überall dort, wo es um Information, Kommunikation, Marketing, Werbung und dergleichen geht, von schnell zunehmender und zentraler Bedeutung ist.

Mit dem ersten Tastenanschlag oder Mausclick in einer Datenbank oder Textverarbeitung, mit dem Druck auf den Auslöser einer Kamera, mit einem digitalen Federstrich in einem Zeichenprogramm, mit dem Festlegen von Auflösungen und Speicherformaten, von Element-Dimensionen und Farbprofilen nimmt man



entscheidenden Einfluss auf die produktionstechnischen Parametern eines Medienprojektes.

Egal, ob es auf Bildschirmen präsentiert oder Papier gedruckt werden soll. Fakt ist auch, dass solche Teile heute völlig unabhängig voneinander an verschiedenen Stellen entstehen und irgendwie zusammenkommen oder zusammengebracht werden müssen. Um sie dann richtig

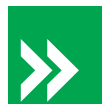
vor- und aufzubereiten und für die Produktion zu sortieren, zu kanalisieren, zu programmieren. Und erst recht die Organisation von Informations- oder Werbekampagnen, wo verschiedene Distributionsplattformen mit unterschiedlichen Medienausprägungen zusammenkommen. Da gibt es viel zu koordinieren.



■ **Mensch**
Kommunikation
Beratung
Personal
Führung



■ **Markt**
Projekt
Prozess
Vernetzung
Kosten
Marketing



■ **Medien**
Crossmedia
Datenhandling
Printmedien
Logistik
Nachhaltigkeit

Nur kein Halbwissen!

Nichts für Leute mit Halbwissen. Sie wären hoffnungslos überfordert. Aber auch die klassische segmentierte Ausbildung – hier der Schwerpunkt Werbung, dort der Fokus auf die Informatik, da der Schwerpunkt Druck – oder die bisher getrennten Funktions- und Arbeitsbereiche – der Verkauf als Vermittler, die internen Abteilungen wie Kalkulation, AV, Dispo, Produktionsausführung – oder gar das Zusammenspiel von Lieferanten und Produzenten erfordert heute und künftig, dass die historisch gewachsenen Schranken und Grenzen, Branchen und Zuständigkeiten abrupt und massiv überwunden werden.

Und so lautet das Motto des modularen Aufbaustudiums Medienarchitekt pragmatisch-programmatisch: in die Breite, in die Tiefe.

In die Breite, in die Tiefe

In die Breite des real existierenden Workflows, der Kreativ- und IT-Abteilungen ebenso umfasst wie alles, was mit Internet, Präsentationsprogrammen, Print und Printlogistik zu tun hat – von der nach wie vor wichtigen Massenaufgabe bis zum 1:1-Digitaldruck.

Und in die Tiefe meint, dass es eben nicht nur die technischen oder funktionellen Details sind, die jemand kennen muss, sondern auch die

Modulkasten	
Medienarchitekt	472 h
Modulsätze	
100 Mensch	120 h
200 Markt	184 h
300 Medien	168 h
Module	
110 Kommunikation	24 h
120 Beratung	24 h
130 Personal	40 h
140 Führung	32 h
210 Projekt	32 h
220 Prozess	40 h
230 Vernetzung	32 h
240 Kosten	40 h
250 Marketing	40 h
310 Crossmedia	40 h
320 Datenhandling	24 h
330 Printmedien	72 h
340 Logistik/Nachhaltigkeit	32 h

medienarchitekt



rechtlichen, die betriebswirtschaftlichen, die mit Materialkunde zusammenhängenden Aspekte. Und Verkaufsstrategien, Teamführung und -motivation, Selbstmanagement und dergleichen sowieso.

Viel Stoff also, der in Modulsätze und die Modulsätze ihrerseits in verschiedene Module unterteilt sind. Diese haben, je nach Stofffülle und Bedeutung mehr oder weniger Unterrichts-, Seminar-, Übungs- und Lerncharakter.

Ein jedes Modul ist separat belegbar, das Gesamtstudium setzt sich so aus Bausteinen zusammen. Wer einen kompletten Modulsatz absolviert hat, kann eine Prüfung ablegen, bei Bestehen ist man zertifiziert. Ein Dokument nach außen, dass man sich aktiv qualifiziert hat. Die zurzeit bestehenden drei Modulsätze zusammen ergeben nach den entsprechenden drei Teilprüfungen den Titel des Medienarchitekten – bislang einmalig und insofern Pionier einer kommenden Entwicklung. Wer die Nase vorn haben will, was sich beruflich in jedem Falle positiv auswirkt, ist gut beraten, mit einer Entscheidung für das berufsbegleitende Studium nicht zu warten.

Die Unterrichtsangebote nehmen auf die Belange von Berufstätigen Rücksicht. Sie liegen am Tagesrand oder am Wochenende; einige wenige zusammenhängende Wochentage pro Jahr können im Rahmen von Urlaub oder betrieblicher Weiterbildungsförderung kompensiert werden. Die für das Studium zu entrichtenden Gebühren können pro Modul bezahlt werden. Der Unterricht findet verkehrstechnisch optimal in unmittelbarer Nähe des Züricher Hauptbahnhofs in modernen Räumen statt.

Das Studium startet 2007, eine persönliche Beratung ist jederzeit möglich; allgemeine Informationen sind als PDF-Download im Internet verfügbar.

➔ www.gib.ch

WICHTIGE TERMINE

Nächste Lehrgänge

Druckauffrau/-mann mit eidg. Fachausweis

Lehrgang DK74; Beginn: Herbst 2007

Informationsabende

Mittwoch, 1. November 2006,
19.00 Uhr, Basel

Montag, 4. Dezember 2006,
19.00 Uhr, Bern

Montag, 8. Januar 2007,
19.00 Uhr, Luzern

Donnerstag, 1. Februar 2007,
19.00 Uhr, St. Gallen

Medienarchitekt

Module

110 Kommunikation

Samstag, 13. Januar 2007

210 Projektmanagement

Samstag, 20. Januar 2007

120 Beratung

Samstag, 10. März 2007

220 Prozessorganisation

Samstag, 17. März 2007

Informationsabende

Montag, 6. November 2006,
19.00 Uhr Zürich

Dienstag, 28. November 2006,
19.00 Uhr Zürich

Donnerstag, 27. Dezember 2006,
19.00 Uhr Zürich

College-Seminare

Carta, Vino und Cucina:

Die dritte Dimension des Druckens

Freitag, 27. Oktober 2006,
17.30 Uhr

gib-Apple-Aktion

bis 4. November 2006

Details, Anmeldung

+41 44 380 53 00

➔ www.gib.ch