

24 moderne Berufe, die wir der Digitalisierung verdanken – Kennst du sie schon?

**Wir starten mit drei ziemlich neuen Berufen, die mit dem neuen
Selbstverständnis von Arbeit (und Lernen) zu tun haben:**

Feel Good Manager

Unsere Arbeitswelt entwickelt sich weiter. Digitalisierung, Vernetzung, Wissenstransfer, motivierte Mitarbeiter. Der Feel Good Manager schafft hierfür die Rahmenbedingungen. Da es eine sehr neue Jobbezeichnung ist, wird der Inhalt in den wenigen Unternehmen, die diese Position bereits besetzen, auch unterschiedlich gelebt.

Zum Teil liegt der Fokus wirklich auf dem Wohlbefinden der Mitarbeiter. Dann geht es um die Organisation von Sportangeboten, gesundem, kostenlosem Mittagessen und Events mit den Kollegen. Er ist außerdem der Firmen-Seelsorger.

Der andere Teil ist der „strategische Ansatz, Arbeit 4.0 in Unternehmen zu implementieren und eine menschenzentrierte Arbeits- und Unternehmenskultur in Firmen zu schaffen.“
Schau gern mal auf Goodplace vorbei. Die Seite hat sich genau diesem zukunftsfähigen Berufsbild verschrieben.

Profil:

Studium der Psychologie, Wirtschaftspsychologie, Personalmanagement, BWL oder vergleichbare Ausbildung.

Weiterbildungen im (systemischen) Coachingbereich sind auch sehr hilfreich.

Je nach Auslegung sind Erfahrungen im Personalmanagement oder in der Personalentwicklung sinnvoll.

Was deine Persönlichkeit betrifft solltest du sehr aufgeschlossen, kontaktfreudig, kommunikativ, einfühlsam und organisiert sein. Diesen Job hat man nicht, man lebt ihn 😊

Konzepter Digitales Lernen / Instructional Designer / E-Learning Konzepter

Online-Unis schießen aus dem Boden, Lernen per App erfreut sich wachsender Beliebtheit und Unternehmen möchten ihre Mitarbeiter nicht aus den Unweiten der Welt einfliegen lassen, um für ihre Weiterbildung sorgen zu können. Da braucht es eine Menge kreativer, didaktischer, begeisternder Menschen, die diese Anforderungen umsetzen können.

Der E-Learning Konzepter entwickelt Lern- und Schulungslösungen, die online durchgeführt werden: von der mitreißenden Angebotsidee über kreative, wirksame Umsetzungskonzepte bis hin zum ausformulierten Drehbuch. Dazu gehören die mediendidaktische Aufbereitung von Inhalten für webbasierte Trainings, Game Based Learning, Mobile Learning und E-Books, und die stilsichere Formulierung webgerechter, zielgruppenspezifischer Texte. Zum Teil führt er auch selbst Schulungen durch.

Profil:

Studium im Bereich Medieninformatik, Mediendidaktik, Mediengestaltung, technische Redaktion, Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftspädagogik oder vergleichbare Qualifikation.

Je nach Level bietet sich Erfahrung im Bereich eLearning an oder aus dem Bereich New Media Agency/Marketing. Auch Pädagogen mit kreativem Händchen und Hang zur Onlinewelt sind gefragt.

Übrigens eine wunderbare Weiterbildungsoption für Lehramtsreferendare, die keine Planstelle bekommen haben oder den täglichen Unterricht doch nicht so spannend finden.

Der Lernerfolg steht im Vordergrund, also solltest du Texte didaktisch formulieren können und eine Passion für digitales Lernen und begeisternde Inhalte haben. Einfach ein kreativer Kopf mit vielen Ideen sein!

Da auch die grafische und gestalterische Umsetzung der Inhalte wesentlich zum Lernerfolg beiträgt, sind Erfahrungen in der Nutzung von Foto- und Video-Equipment sowie von Adobe Captiva, Photoshop, Camtasia oder ähnlichen digitalen Bearbeitungswerkzeugen sinnvoll.

VA – Virtueller Assistent

Die Arbeitswelt ändert sich und verabschiedet sich von klassischen Bürostrukturen. Was früher die Sekretärin oder der Teamassistent waren, ist heute der Virtuelle Assistent. Ausgerüstet mit einem Laptop, einigen Online-Tools und einer Internetverbindung, unterstützen die VAs bei allen Aufgaben, die rund um das Büro oder Projekt anfallen.

Die steigende Zahl von ortsunabhängig arbeitenden Unternehmen oder Einzelpersonen, sorgt für einen größer werdenden Markt für die virtuellen Assistenten. Wer selbständig und ohne Büro arbeitet braucht jemanden, der ihm verwaltungstechnische Aufgaben abnimmt, Rechnungen sortiert und mit dem Steuerberater in Verbindung steht, sich um auflaufende Mails kümmert, Recherche betreibt etc. Das macht der virtuelle Assistent mit seiner freiberuflichen Tätigkeit. Angefangen bei einfachen Sekretariatsaufgaben über umfassende

Projektorganisation bis hin zur Entwicklung und Umsetzung von Marketingstrategien, ist das Aufgabenfeld sehr breit gefächert und liegt im Ermessen des VA, was er anbieten will und kann.

Der Unterschied zu den klassischen Assistenten liegt in der digitalen Abwicklung. Alles läuft über Online-Tools, eine persönliche Anwesenheit ist nicht notwendig.

Profil:

Ausbildung oder Studium im kaufmännischen Bereich, Handel, BWL, Marketing.

Hervorragender Umgang und Kenntnisse mit Online-Tools.

Vor allem zählt hier Erfahrung und Expertise. Kannst du diese auch ohne Ausbildung nachweisen und hast gute Referenzen, steht dir nichts im Weg. Gerade Menschen, die selbst in den modernen Berufen unterwegs sind, für die man Quereinsteiger- oder autodidaktische Fähigkeiten benötigt, vertrauen mehr auf Referenzen oder Arbeitsproben als auf Zeugnisnoten und Schulabschlüsse.

Da es mittlerweile viele VAs gibt ist eine Spezialisierung auf eine Nische sinnvoll. Themen, die immer benötigt werden sind zum Beispiel: SEO, Design, WordPress, internationale Steuern, Content Management, Content-Erstellung, Community-Management.

Persönliche Skills, die du unbedingt brauchst, sind ein starkes (Selbst-)Organisationstalent, Disziplin, sehr strukturiertes arbeiten, schnelle Auffassungsgabe und Kundenorientierung.

Tipp:

Aller Anfang ist schwer und viele VAs starten über Plattformen wie upwork und Co. Dort herrscht allerdings oft Lohndumping. Eine Alternative ist <https://fernarbeit.net/> oder die DNX-Jobbörse: <http://www.dnxjobs.de/>

Zum Start ins VA-Business habe ich sehr Gutes über das "Digital Nomad Kit" gehört. Schau es dir unbedingt mal an!

Da sich die Informationsbeschaffung und der Konsum mit zunehmender Digitalisierung stark verändert, sind folgende Berufe besonders gefragt:

(Content &) Social Media Redakteur / Social Media Strategist / Social Media Manager

Ein Unternehmen, welcher Größe auch immer, muss sich zeigen, in direktem Kontakt mit seinen Kunden stehen und ihnen einen Mehrwert über die eigentlichen Produkte hinaus anbieten.

Was eignet sich dafür besser als Social Media Kanäle wie Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, Youtube, Blogs, Tumblr, Pinterest, Xing, LinkedIn, Flickr, Last.fm, Foursquare, Vine, Vimeo, WhatsApp, um nur ein paar der bekanntesten aufzuzählen.

Diese ganzen Plattformen mit sinnvollen Inhalten, Texten, Videos, Tutorials etc. zu füllen ist die Aufgabe des Social Media Managers. Dafür entwickelt er verschiedene Strategien, erstellt Redaktionspläne und schreibt zum Teil selbst.

Er analysiert die laufenden Maßnahmen und leitet Optimierungsmaßnahmen ab. Er startet Kooperationen mit anderen Firmen oder Bloggern, um noch mehr Menschen zu erreichen. Und natürlich pflegt er den Kontakt mit den Nutzern dieser Plattformen. Webseiten-Analyse und Suchmaschinenoptimierung übernimmt er ebenfalls.

Profil:

Noch vor dem Studium steht bei den meisten Stellenangeboten in diesem Bereich die Erfahrung.

Also wenn du in deinem WoW-Forum einen Thread moderiert hast, den Schmink-Tutorial-Youtube-Kanal deiner kleinen Schwester erfolgreich gemacht hast oder seit zwei Jahren über die Rezepte und Ernährungsweisen des Wakindiga-Stamms bloggst, läuft das unter Erfahrung.

Ansonsten wird ein Studium in den Bereichen (Online-)Journalismus, Kommunikations-, oder Medienwissenschaften, Marketing, Medieninformatik oder eine vergleichbare Ausbildung gesucht.

Naheliegend sind eine hohe Web-Affinität, Begeisterung für Online-Kommunikation, Interesse an E-Commerce und dem Thema des Unternehmens.

Kenntnisse in Bildbearbeitung und Erfahrung mit den gängigen Social Media-Tools (z.B. Power Editor, Business Manager, E-some, social.com, etc.) sowie SEO-Kenntnisse sind ebenso sinnvoll.

Da auch wertvoller Content erstellt werden muss, sollten dir kreative Texte sowohl auf Deutsch als auch auf Englisch, von werblich bis redaktionell, leicht von der Hand fließen.

SEO-Manager / Account Manager Linkbuilding / Online Marketing Manager SEO

Was wären wir ohne Google.

Die Suchmaschine Google ist (unter anderem) so erfolgreich, weil sie mit einem hochintelligenten Algorithmus das Netz so durchsucht, dass du das bestmögliche Ergebnis für deine Suche angezeigt bekommst. Meist unter den ersten ein bis vier Plätzen. Hast du schon mal auf Seite zwei, drei oder vier weitergeklickt? Wohl eher selten.

Wer als Unternehmen erfolgreich sein will, muss in den Google-Ergebnissen folglich auf den ersten Plätzen landen.

Also muss es jemanden geben, der diesen hochintelligenten Algorithmus so gut durchschaut, dass er ihm mit der Webseite das bestmögliche Futter vorsetzt, um auf Seite eins ganz oben zu erscheinen. Der SEO-Manager.

Er analysiert Webseiten auf ihre Suchmaschinenfreundlichkeit mit Hilfe von Web-Analyse-Tools, analysiert und bewertet Keywords und optimiert die Texte und Webseitentitel und -beschreibungen. Er plant die komplette Strategie die dahinter steht und sorgt für einen guten Linkaufbau. Da Google seinen hochintelligenten Algorithmus ständig überarbeitet, muss der SEO-Manager auch diese Trends, sowie die Markt- und Wettbewerbssituation im Blick behalten

Profil:

Studium im Bereich Marketing, Medieninformatik, BWL, Wirtschaftsinformatik oder vergleichbare Ausbildung.

An erster Stelle steht ein ausgeprägtes Verständnis der Mechanismen, Einflussfaktoren und Wirkungsweisen im E-Commerce und Online-Marketing sowie von Web-Technologien. Entsprechend solltest du mit den gängigen SEO- und Webanalyse-Tools, sowie Google- oder Adobe Analytics hervorragend umgehen können. Grundlegende Kenntnisse in HTML sind auch gern gesehen.

Im Bereich Soft Skills ist ein strukturierter Umgang mit Zahlen und Freude an analytischen Zusammenhängen wichtig.

SEA Manager

Was wären wir ohne Google. Und ohne die netten Werbeanzeigen, die wissen, was wir brauchen und uns auf entsprechende Angebote aufmerksam machen.

SEA steht für Suchmaschinenwerbung. Der SEA-Manager erstellt und optimiert Werbeanzeigen für Google, die von möglichst vielen Menschen gesehen und angeklickt werden.

Suchmaschinenwerbung ist eine Welt für sich. Deswegen folgen in der Beschreibung jetzt ganz viele Wörter, die du wahrscheinlich noch nie gehört hast. Es sei denn, du kennst dich mit diesem Gebiet aus, dann kennst du aber auch den Beruf bereits 😊

Zu den Aufgaben des SEA-Managers gehören also Konzeption, Aufbau, Steuerung und Optimierung von Suchmaschinenmarketing-Kampagnen (Text Ads, Mobile Ads, Google Display Network, Google Remarketing, Dynamic Search Ads, Google AdWords, Bing Ads, ...)

Er entwickelt Listen mit Keywords, die besonders häufig gesucht werden, aber dennoch ein gutes Preis-Leistungsverhältnis bieten. Für diese erstellt er Anzeigentexte und Landing Pages.

Einen großen Part nimmt auch die Erstellung von Statistiken, Analysen, KPI Reportings und Wettbewerbsanalysen ein, sowie das Budget-Controlling.

Profil:

Auch hier steht die Erfahrung im SEA-Bereich oder SEA/PPC Marketing noch vor dem Studium oder der Ausbildung. Auch wenn du nie zur Schule gegangen bist aber erfolgreich Google-Werbung gesteuert hast und das nachweisen kannst, hast du hier Chancen.

Ansonsten wäre ein Studium im Bereich Wirtschaft, Marketing, Medien, Medieninformatik oder Wirtschaftsinformatik interessant oder eine vergleichbare Ausbildung.

Besonders wichtig sind hier eine Leidenschaft für statistisches Vorgehen, sowie sehr gute konzeptionelle und analytische Fähigkeiten und Erfahrung mit Google AdWords/Bing Ads /Facebook Ads/Google Analytics/Adobe Media Optimizer, etc.

Ein Plus ist hier definitiv die bestandene Google AdWords™-Zertifizierungsprüfung.

(Online) Marketing Manager (allgemein)

Die Konkurrenz ist groß, der Kunde anspruchsvoll und wählerisch. Da braucht es also jemanden, der dem Kunden klar macht, dass er bei der richtigen Marke das richtige Produkt kauft. Somit hat jeder Reißnagel die Reise durch eine Marketingabteilung hinter sich.

Der Marketing Manager klärt, welches Produkt er welcher Zielgruppe zu welchem Preis in welcher Qualität über welchen Kanal in welcher Menge zu welcher Zeit mit welchem Image verkauft.

Ganz einfach 😊

Der Marketing Manager ist für die konzeptionelle und grafische Umsetzung von Werbemaßnahmen verantwortlich. On- und offline. Er entwirft Strategien zur Weiterentwicklung der Marke und zum Produktmarketing, konzipiert Direktmarketing-Kampagnen, Neukundenwerbung, Unternehmenskooperationen und übersetzt Kundenwünsche in Kurationsbriefings.

Oft gehört auch die Planung und Durchführung von Events zu seiner Arbeit. Weiterhin führt er Marktanalysen, Markttrends und Wettbewerbssituationen durch und misst die Erfolge seiner Aktivitäten.

Profil:

Studium BWL, Marketing, Wirtschaftswissenschaften oder eine Ausbildung als Kaufmann für Marketingkommunikation oder vergleichbare Qualifikation.

Erfahrung und Kenntnisse im Bereich Marketing, Branding, PR, Online- und Offline-Marketinginstrumente zum Markenaufbau. Diese Erfahrung kann man gut „nebenher“ erwerben, entweder über Projekte im aktuellen Job oder über nebenberufliche Tätigkeiten im Umfeld Online-Business.

Weiterhin sind Kreativität, Gefühl für Gestaltung, Crossmedia-Denken und strukturiertes Arbeiten sehr nützlich.

Affiliate Marketing Manager

Bei der Unmenge von Angeboten für Produkte im Internet ist es schwer, Kunden für das eigene zu gewinnen. Deswegen nutzen viele Unternehmen die Möglichkeit des Affiliate-Marketings. Sie stellen Werbemittel zur Verfügung, die von anderen (im besten Fall großen) Webseiten, auf deren Seite eingebunden werden. Klickt der Kunde darauf und kauft das Produkt, bekommt der Webseitenbetreiber eine Provision. Klassisches Beispiel sind Amazon-Verlinkungen, die du sicher schon häufig gesehen hast.

Der Affiliate Marketing Manager muss entsprechende On- und Offline-Kooperationen initiieren und umsetzen. Dafür recherchiert er neue Kooperationspartner und entwickelt Konditions- und Vertriebsbetreuungsmodelle.

Ganz wichtig ist auch das Thema Networking. Hier baut er enge Kontakte zu den Top-Publishern aus und nimmt an Branchenevents teil.

Konkurrenz- und Trendanalysen sowie die Entwicklung von innovativen Konzepten zur Vermarktung der Produkte über Publisher gehört ebenso zu seiner Arbeit.

Weiterhin ist er für die Planung, Budgetierung, Durchführung und Kontrolle von Affiliate-Marketingmaßnahmen und -kampagnen zuständig und arbeitet mit den Kollegen aus SEA und SEO zusammen.

Profil:

Studium im Bereich Wirtschaft, Marketing, Kommunikation, Medien oder eine vergleichbare Ausbildung

Auch hier hat der Quereinsteiger mit Erfahrung im Affiliate Marketing gute Chancen. Technisches Grundverständnis von Web-Technologien sowie eine hohe Online-Affinität werden auch vorausgesetzt. Die Begriffe Cookies, Cookie-Weichen, Customer Journey, Postview, Retargeting, Adserver-Technologien und Audience Management-Systeme sollten keine Fremdwörter sein.

Du solltest eine kontaktfreudige Person mit starker Vertriebsorientierung sein und gleichzeitig analytische und konzeptionelle Fähigkeiten besitzen.

Customer-Experience-Manager

Der Kunde ist König, jaja. Bei der Unzahl von Konkurrenzprodukten und -dienstleistungen müssen sich Unternehmen heute richtig was einfallen lassen, damit der Kunde sich wirklich als König fühlt. Die, die es verstanden haben, machens dann auch richtig und stellen den Kunden in den Mittelpunkt.

Der Customer-Experience-Manager sorgt dafür, dass die Bedürfnisse der Kunden bei der Produktentwicklung, dem Kauf und Konsum eines Produktes oberste Priorität haben, um sie zu langfristig begeisterten Kunden zu machen. Es geht nicht nur um Marketing-BlaBla sondern um die tatsächliche Schaffung dieser Begeisterung.

Der CEM entwickelt Strategien, wie der Kunde in den Entwicklungsprozess sinnvoll mit einbezogen werden kann. Er führt Kundenzufriedenheitsbefragungen durch, misst die Qualität der durchgeführten Beratungen und identifiziert Schwachstellen. Es folgt die Auswertung und Analyse der Befragungsergebnisse (Trends, Hintergründe, Schwerpunkte etc.), inklusive der Ableitung von Aktionen und Projekten zur Steigerung der Kundenzufriedenheit hin zu höchster Loyalität.

Gibt es auch im Eventbereich um außergewöhnliche Erlebnisse für den Kunden zu schaffen.

Profil:

Studium im Bereich Betriebswirtschaft, (Wirtschafts-) Informatik, Marketing, Psychologie, Sozialwissenschaften, Marktforschung, Produktmanagement oder vergleichbare Ausbildung.

Es sind Erfahrung im Vertrieb und/oder der Kundenberatung, in der Durchführung von Befragungen und in der Datenanalyse sowie statistische Kenntnisse gefragt.

Hohe Kunden- und Lösungsorientierung mit gleichzeitig analytischem Verständnis solltest du hier wirklich mitbringen.

Das ganze muss natürlich auch grafisch umgesetzt werden. Hier kommen folgende Berufe ins Spiel:

Customer-Experience-Designer

Was der Customer-Experience-Manager herausfindet und als Lösung vorschlägt muss ja auch irgendjemand umsetzen. Da kommt der Customer-Experience-Designer ins Spiel. Er verwirklicht die Ergebnisse aus Kundenzufriedenheitsbefragungen und Website-Usability-Analysen mit visuell-optimierten Darstellungen von Webseiten oder Online-Shops.

Die Kundenansprache transformiert er in ein integriertes, digitales Kundenportal, indem er Mock-ups und Wireframes zur Darstellung des perfekten Kundenerlebnisses mit Verschmelzung des Online-Shops, Mobile Applikationen, Call-Center und In-Store Apps erstellt.

Profil:

Studium in den Bereichen Interaction Design, Mediendesign, Grafik- oder Kommunikationsdesign, Medieninformatik oder eine vergleichbare Ausbildung.

Da du Erfahrung in der visuellen Erstellung von Customer Journeys, Kundenführungsprozessen und digitalen Touch-Points sowie deren Optimierung, ausgerichtet an den Anforderungen der Kunden, besonders im Bereich E-Commerce, mitbringen solltest, ist dieser Job auch wieder für Quereinsteiger und Selbstlerner geeignet.

Auch wichtig ist ein betriebswirtschaftliches Verständnis und ein gutes Gespür für Trends.

Nicht nur kreativ, innovativ und technisch versiert solltest du sein, sondern auch Abstraktionsfähigkeit und analytisches Denkvermögen haben.

Art Director Digital und Print

Der Werbemarkt boomt. Schon immer. Auch wenn man meinen möchte, dass alle Unternehmen bereits einen Internetauftritt haben, gibt es hier gewaltigen Ausbau- und Verbesserungsbedarf. Der Umstieg in die mobile Smartphonewelt ist ein großer Aspekt dabei. Online-Shops müssen gestaltet werden, Newsletterlisten ausgebaut werden, extra Seiten für wechselnde spezielle Produkte erstellt und bestehende Seiten den Trends und Kundenbedürfnissen angepasst werden. Da es die Offlinewelt tatsächlich weiterhin geben wird, müssen die Konzepte auch an diese angepasst werden.

Mit Hilfe eines Teams aus Mediengestaltern und Grafikdesigner konzipiert und setzt der Art Director Digital und Print diese Anforderungen um. Sie erstellen Webdesigns für E-Commerce-Projekte, Online-Marketing-Aktionen und Newsletter, Mobile und responsive Werbemittel z. B. von Magazinen, Beilagen, Anzeigen, Mailings, Teasern, Newslettern,

Landingpages und Markenshops, außerdem Corporate Designs, Multimedia-Anwendungen und interaktive Produkt- und Unternehmensdarstellungen.

Profil:

Studium im Bereich Grafik- oder Kommunikationsdesign, Mediendesign oder gleichwertige Ausbildung.

Eine typische Position, in die du dich hocharbeiten kannst, auch ohne Studium. Stell neben deinen kreativen Fähigkeiten auch das konzeptionelle Denken unter Beweis und du bist auf dem besten Weg. Oder mach eine Weiterbildung im Bereich Marketing.

Meistens werden folgende Anforderungen gestellt: Kenntnisse in der Adobe Creative Suite, InDesign, etc., routinierter Umgang in der medienneutralen Gestaltung sowie mit Redaktions- und Brand-Management-Systemen, solide Digitalkompetenz.

Und wenn wir schon die ganze Zeit von Digitalisierung und modernster Technik sprechen, brauchen wir natürlich die Spezialisten in der IT:

Software Engineer Mobile / Mobile Developer

Der Trend geht zur verstärkten Nutzung von mobilen Geräten, um Inhalte aus dem Internet zu nutzen. Weg von Laptops und PCs. Dafür braucht es Entwickler und Programmierer, die sich genau darauf spezialisiert haben.

Der Software Engineer Mobile entwickelt, programmiert und pflegt webbasierte Apps und gestaltet die kundenfreundliche Benutzeroberfläche. Dabei ist es wichtig, dass sowohl der technische Hintergrund richtig programmiert ist, als auch der Kunde intuitiv mit der App umgehen kann.

Oft steht auch die Beratung von Kunden, für die Apps programmiert werden, in der Stellenbeschreibung. Die Weiterentwicklung moderner Technologien und Vorgehensweisen sind auch gern gesehen.

Profil:

Studium der Informatik, Wirtschaftsinformatik, Medieninformatik oder eine vergleichbare Ausbildung.

Oft zählt auch hier die Erfahrung und das Vorweisen bisheriger Projekte mehr als der Abschluss.

Selbstlerner aufgepasst! 😊

Entsprechend sind folgende technische Kenntnisse gewünscht: Webtechnologien (HTML5, CSS3 und JavaScript), iOS-SDK und deren Entwicklungstools (Xcode/AppCode), Android, Xamarin, Relationale Datenbanken, Objektorientierung, REST, JSON, XML und SOAP,

Programmiersprachen Java, Objective-C und Swift, hohe UX- und Designaffinität, um Anforderungen und Wireframes kritisch validieren zu können.

Innovatives und lösungsorientiertes Denken sind neben analytischem Vorgehen sehr sinnvoll.

Allen technikbegeisterten unter euch empfehle ich auch folgende Begriffe näher zu recherchieren. Mein Fachwissen stößt hier leider an seine Grenzen, wenn ich versuchen möchte, die Unterschiede herauszuarbeiten 😊

Information Architect, Native Developer, Account Director Mobile, Website Konzepter, UX Designer, Principal Consultant Digital mit Schwerpunkt Data & Performance

IT-Security Manager

Alles und wirklich alles läuft heutzutage über IT-Systeme. Jedes Unternehmen hängt mit all seinem Wissen, seinen Daten, seinen Geheimnissen in der IT. Genau wie Fort Knox seine Sicherheitskräfte hat, brauchen auch Unternehmen diese.

IT-Security Manager planen und konzipieren die IT-Sicherheitsarchitektur und IT-Sicherheitsinfrastruktur. Sie erstellen Richtlinien und Vorgaben für die Sicherheit von IT-Lösungen und IT-Netzen, bewerten mögliche Risiken und entwickeln IT-Sicherheitstests und -kontrollen.

Als „legale Hacker“ versuchen sie, sämtliche Sicherheitsmaßnahmen von außen zu durchbrechen um aufzuzeigen, wo ein echter Hacker seine Möglichkeit gefunden hätte.

Profil:

Studium der Informationssicherheit, IT-Sicherheit, Cybersecurity bzw. der Wirtschafts-/ Informatik oder Berufserfahrung im Umfeld der Informations- und IT-Sicherheit.

Wer diese Erfahrung hat, bringt selbstverständlich auch das geforderte technische Wissen im Bereich Infrastruktur, Applikationen und Schnittstellen mit.

Gerne gesehen sind Zertifizierungen wie ISO 27001 Lead Auditor, CISA, CISM oder CISSP.

Neben dem analytischen, technischen Verständnis solltest du auch kommunikativ sein und die Zusammenarbeit im Team mögen.

(Big) Data Scientist

Es werden Daten gesammelt ohne Ende. Wirklich ohne Ende. Nicht nur von der NSA und Google. Jedes noch so kleine Unternehmen sammelt sie. Die großen noch mehr. Es muss also jemanden geben, der sie strukturiert, aufbereitet, sichert, Infos rauszieht und sinnvoll weiterverwendet.

Der Data Scientist entwickelt und etabliert Verfahren für die Verarbeitung großer Datenmengen, um wichtige Entscheidungen durch Daten zu unterstützen. Er wendet moderne Techniken wie Data Mining, Machine Learning oder Statistical Modelling an, um in komplexen Daten Zusammenhänge, Muster und Cluster zu erkennen. Je nach Aufgabengebiet entwickelt er aus den gewonnenen Informationen auch selbst Ideen für neue Geschäftsmodelle und Ansätze zur Lösung spannender Geschäftsfragen.

Profil:

Studium im Bereich Mathematik/Statistik, Informatik oder einer themenverwandten Fachrichtung oder Ausbildung.

Von Vorteil sind Kenntnisse im Umgang mit Data Management (Plattformen), Datenhaltungsmethoden und Datenbankmanagementsysteme wie Oracle, Hadoop, NoSQL sowie ein gutes Verständnis von Messdatenverarbeitung, Mustererkennung und Prognostik.

Außerdem sind Fertigkeiten in der Anwendung multivariater Analyseverfahren und im Data Mining (inkl. Analyse-Software wie z.B. SPSS, SAS etc.) sinnvoll und SQL- sowie Programmierkenntnisse in R oder vergleichbaren Statistik- und Informationstechnologieprogrammen.

Über das stark analytische, mathematisch-statistische Denken hinaus solltest du auch überzeugungs- und kommunikationsstark sein, da sowohl das „Eintreiben“ der Daten als auch das Durchsetzen neuer Ideen aufgrund der Auswertungen dies erfordert.

Und die rein technischen Berufe dürfen an dieser Stelle natürlich auch nicht fehlen:

Robotik-Ingenieur

Im Zuge der fortgeschrittenen Digitalisierung boomt der Markt der Robotik. Industrieprozesse werden zunehmend von Robotern übernommen und selbstfahrende Autos sind der große Trend der Zukunft und nichts anderes als ein Roboter auf vier Rädern. Nachdem die technologische Singularität (also die ins unendlich gehende Leistungsfähigkeit von Maschinen) erst für 2045 vorhergesagt wird, bleibt die Aufgabe der Entwicklung, Programmierung und Wartung der Maschinen und Roboter bis dahin dem Menschen überlassen.

Profil:

Ein Job der höchstens für Quereinsteiger aus Ingenieursstudiengängen, insbesondere der Elektrotechnik, geeignet ist. Ansonsten ganz direkt Robotik studieren.

Interdisziplinäres Denken, prozessorientiertes Denken und Kreativität sind über die technischen Kenntnisse hinaus hier am meisten gefragt.

Building Information Modeling (BIM) Manager

Auch im Baugewerbe hat die Digitalisierung Einzug gehalten. Mit der richtigen Software können verschiedene Phasen der Planung und Bewirtschaftung von allen möglichen Bauwerken digital modelliert und gesteuert werden. Was in der Software „gebaut“ wurde, wird allen am Bau Beteiligten zur Verfügung gestellt und somit werden Kosten- und Koordinationsprozesse immens vereinfacht. Besonders Entwicklungen auf dem Markt der Smart Homes sorgen hier für eine andauernd steigende Nachfrage.

Profil:

Studium der Architektur, Hoch- und Tiefbau, Geotechnik, Konstruktion oder weitere Ingenieursstudiengänge, Ausbildung als technischer Zeichner oder Fachplaner.

Eine Weiterbildung im Bereich BIM, oft in Kombination mit CAD, ist meistens Voraussetzung.

Gut ist, dass das noch ein relativer neuer Bereich ist und das theoretische Wissen oft schon für eine mögliche Anstellung reicht. Du musst also nicht unbedingt langjährige Erfahrung mitbringen.

Oft sind Programmiererfahrung sowie Datenbankkenntnisse von Vorteil.

Technisches Verständnis und denken in Modellen ist bei der Berufswahl hoffentlich eh gegeben.

Mit den neuen Anforderungen aus Marketing und technologischem Fortschritt muss sich auch jemand in der Praxis auskennen:

Category Manager / Online-Shop-Manager / E-Commerce-Manager

Einkaufsmanager gibt es schon ewig. Wenn man sich in diesem Bereich auf die Besonderheiten des E-Commerce, also Online-Shops, spezialisiert, nennt sich das Category Manager. Er optimiert das Sortiment indem er Markt- und Konkurrenzanalysen fährt, Trends im Auge behält, Verkaufszahlen beobachtet. Entsprechend nimmt er neue Produkte auf oder schmeißt andere raus.

Weiterhin plant er Aktionen für bestimmte Zielgruppen, beauftragt Marktforschungsstudien und führt Verhandlungen mit Lieferanten. In kleineren Shops ist er auch für den Online-Auftritt des Shops (mit)verantwortlich.

Profil:

Studium im Bereich BWL oder kaufmännische Ausbildung.

In diesem Job geht es viel um Statistiken und Auswertungen. Freude am Jonglieren mit (betriebswirtschaftlichen) Zahlen solltest du also haben.

Ebenso ein analytisches und strategisches Denken. Da bei jeder Entscheidung viele Faktoren einfließen werden, solltest du vernetzt denken.

Wer einkauft, muss verhandeln können. Entsprechend selbstsicher und kommunikationsstark solltest du sein.

Je nach Größe des Unternehmens und Verantwortungsbereichs kann man auch mit grundlegenden Erfahrungen aus dem Handel einsteigen. Wer eine Ausbildung zum Einzelhandelskaufmann beim Obsthändler um die Ecke gemacht hat und online-affin ist, hat durchaus Chancen. Auch Weiterbildungen sind möglich.

Operations Manager / Supply Chain Manager

Wo früher der Logistikangestellte Paletten rumgeschoben hat, ist heutzutage der Operations Manager dafür zuständig, ein Lager mit seiner Vernetzung mit Online-Shops, Fulfillmentangeboten und Prozessautomatisierungen zu strukturieren und zu leiten.

Das Ziel seiner Arbeit ist, stets einen reibungslosen Ablauf für ein- und ausgehende Waren zu gewährleisten, sowie die Kostensenkung und Produktivitätssteigerung im Blick zu behalten. Dafür analysiert er logistische Kennzahlen, Audits und Kundenfeedbacks.

Er nutzt neue technologische Errungenschaften, die viele Abläufe automatisch vorstatten gehen lassen, verwaltet Transportdienstleister und sichert die Lieferqualität.

Profil:

Studium Maschinenbau, Logistik-/Lieferkettenmanagement, Wirtschaftsingenieurwesen oder Wirtschaftswissenschaften mit Schwerpunkt Supply Chain Management oder vergleichbare Ausbildung, zum Beispiel Logistikmeister.

Erfahrungen im logistischen Bereich oder in Branchen wie der Verpackung sind meist gesucht. Das muss nicht auf Manager-Ebene sein!

Neben strukturiertem Arbeiten und Denken in Prozessen brauchst du auf jeden Fall die Fähigkeit Menschen anzuleiten.

Ob Digitalisierung, IT-Dienstleistungen oder moderne Technik, irgendjemand muss das auch erklären und verkaufen. Damit kommen wir zu den beratenden Berufen:

Consultant Digital Transformation / Chief Digital Officer

Heutzutage kann nahezu jeder Prozess und organisatorischer Ablauf in Unternehmen digitalisiert und automatisiert werden. Hat zwar noch kaum jemand mitbekommen, ist aber so.

Da es sich anscheinend allmählich doch rumspricht, braucht es jemanden, der herausfindet, welche Prozesse das genau sind und wie sie digitalisiert werden können. Berater im Bereich digitaler Transformation unterstützen Unternehmen dabei, digitale Lösungen so im Unternehmen einzuführen, dass sie auch von den Mitarbeitern akzeptiert und genutzt werden. Prinzipiell ist nämlich erstmal alles schlecht und böse, das neu ist und Veränderungen mit sich bringt.

Zunächst analysiert der Berater kundenspezifische Herausforderungen der Digitalisierung des Geschäfts und entwickelt ein vernetztes Lösungsmodell aus Business- und Technologieperspektive.

Der oft schwierigste Punkt folgt nun mit der Einbeziehung der Mitarbeiter. Hierfür wird er Coachings und Workshops durchführen.

Je nach Unternehmen liegt der Fokus mehr auf Technik/IT, Beratung oder Strategie. Der CDO geht dieser Tätigkeit im eigenen Unternehmen nach.

Profil:

Studium der Wirtschaftswissenschaften, (Wirtschafts-) Informatik oder des Wirtschaftsingenieurwesens, zum Teil Wirtschaftspsychologie wenn es hauptsächlich um die Akzeptanz bei den Mitarbeitern geht.

Ganzheitliches Verständnis für die Prozesse und Herausforderungen von Unternehmen im digitalen Wandel sind genauso wichtig wie sehr gute Konfliktfähigkeit, Kommunikationsfreude, Empathie sowie analytische und konzeptionelle Fähigkeiten.

Erst danach kommt Erfahrung in den Bereichen eCommerce, Digital Customer Experience bzw. Digitale Strategie und Kenntnisse im IT-Management.

Technical Consultant / Technischer Projektleiter

Software, Onlinetools, (Web-)Apps werden immer umfangreicher und bieten allerhand Möglichkeiten sie für das eigene Unternehmen zu nutzen.

Da sitzt nun der kleine (oder große) Unternehmer und möchte ein Problem lösen, egal ob eines seiner Mitarbeiter oder seiner Kunden. Schnell ist klar, dass er einen externen Spezialisten beauftragen möchte. Aber diese Programmierer schmeißen ihm nur rätselhafte Wörter aus der Technikwelt an den Kopf und verstehen gar nicht, was er eigentlich will.

An dieser Stelle kommt der Technical Consultant ins Spiel. Er erarbeitet mit unserem Unternehmer ganz detailliert, was dieser eigentlich haben möchte und formuliert anschließend klare, technische Prozesse, die er an seine Programmierer/Software Engineers weitergibt. Anschließend präsentiert er verständlich das neue (komplexe?) Programm.

Weiterhin verfolgt er die aktuellsten Technologietrends und führt Schulungen beim Kunden durch.

Profil:

Studium der Wirtschaftsinformatik, Ingenieurswesen oder BWL mit IT-Ausrichtung oder vergleichbare Qualifikation.

Besonders wichtig ist hier die Mischung aus einerseits technischem Know-How und andererseits der Fähigkeit, sich in Menschen hineinzusetzen, komplizierte Sachverhalte einfach zu erklären und um die Ecke denken zu können.

Was das Technische angeht, sind vor allem Kenntnisse in folgenden Bereichen wichtig: Web-Applikationen, User Experience, Requirements Engineering, Spezifikation von Softwareprodukten, Enterprise Content Management Systemen, Digital Marketing Systemen, wie z.B. Analytics, und Erfahrung in der Entwicklung von Digitalstrategien, der Ableitung von Online KPIs oder der Ausarbeitung von Performance Dashboards.

Engagement Manager / Outsourcing Manager / Contract Manager

Die meisten Unternehmen arbeiten wirtschaftlich, wenn sie sich auf ihr Kerngeschäft konzentrieren. Auf das, worin sie sich auskennen. Wenn sie für jeden Pipifax, wie Rechnungen erstellen, Kundenbefragungen, Logistik, rechtliche Fragen, etc. eine Abteilung gründen und/oder Mitarbeiter einstellen würden, wäre das viel zu teuer. (Gilt natürlich nicht für die großen Konzerne.) Also kaufen sie diese Dienstleistungen ein.

Der Engagement Manager verkauft (IT)-Outsourcing-Dienstleistungen und kümmert sich nach dem Verkauf um die Kundebeziehung und die vertragsgerechte Umsetzung.

Beim Kunden vor Ort findet er heraus, was dieser ganz genau benötigt, erstellt ein auf den Kunden zugeschnittenes und verständliches Servicepaket und kalkuliert ein ganzheitliches Angebot. Er ist die Schnittstelle zwischen Kundenanforderungen und gelieferter Dienstleistung.

Besonders wichtig in seinem Job ist ein langfristiger Auf- sowie Ausbau stabiler Kundenbeziehungen mit Entscheidungsträgern.

Profil:

Studium im Bereich Betriebswirtschaft, (Wirtschafts-) Informatik, (Wirtschafts-)Recht oder vergleichbare Ausbildung (hängt stark vom Level der zu verkaufenden Dienstleistung ab).

Kontakte knüpfen und einen Draht zu Entscheidern aufbauen ist der Kern des Jobs, deswegen solltest du eine stark ausgebildete Vertriebsorientierung und Kommunikationsfreude haben. (Beim Contract-Manager ist der Fokus übrigens vertragslastiger und juristischer, weniger vertrieblich.)

Erfahrung im Vertrieb von Projekten und Services, bevorzugt im digitalen Umfeld, Kenntnisse in Service-Prozessen, idealerweise mit einer ITIL-/ Projektmanagementzertifizierung und technisches Grundverständnis aktueller Webtechnologien und Erfahrung mit Content-Management-Systemen oder Digital-Marketing-Systemen, sind hier zumeist auch gefragt.

Auch die juristische Seite darf hier nicht vergessen werden:

Jurist/ Legal Counsel IT-Recht

Welche Kundendaten darf man speichern? Auswerten? Weitergeben? Wen muss man vorher um Erlaubnis fragen? Reicht eine passive Einwilligung oder muss sie aktiv sein? Darf das Foto der Katze der Tochter der Kollegin auf Facebook gepostet werden? Wer muss das erlaubt haben? Schriftlich oder mündlich? Und die 54seitige Lizenz- und Nutzungsrechtsvereinbarung muss auch noch formuliert werden, kann man ja nicht einfach von Apple übernehmen.

Der digitale Wandel kommt mit vielen juristischen Grauzonen daher, die bewertet werden müssen. Der Legal Counsel sorgt dafür, dass bei allen Online-Auftritten und Kundenkontakten eines Unternehmens die Themen Datenschutz und Urheberrecht korrekt behandelt werden und berät die Unternehmensbereiche z.B. über Arbeitsrecht, Softwareverträge, Intellectual Property, eCommerce,...

Weiterhin entwirft, etabliert und optimiert er Prozesse im Bereich Datenschutz und IT-Beschaffung.

Profil:

Studium der Rechtswissenschaften oder Wirtschaftsrecht und mindestens erfolgreiches erstes juristisches Staatsexamen oder ein vergleichbarer Abschluss.

Natürlich sind spezifische und sehr gute Kenntnisse im IT- und Datenschutzrecht sowie Erfahrung im IT-Sektor, IT-Dienstleistungsbereich, E-Commerce, etc. unerlässlich.

Darüber hinaus solltest du für diesen Job über einen sehr ideenreichen und lösungsorientierten Arbeitsstil sowie hohe Serviceorientierung verfügen.

In so einigen Bereichen der digitalen Welt gibt es keine konkreten Gesetze, du musst also juristische Lösungen finden, die so weit wie möglich mit bisher bestehenden Gesetzen in Einklang zu bringen sind. Und das Ganze den moralisch-flexiblen Kollegen verklickern können.

Und dann haben wir noch ein paar Berufe, die besonders Spaß erscheinen:

Drohnen-Pilot

Bitte nicht lachen. Auch wenn dieser Beruf im ersten Moment wie Modelleisenbahnführer klingt, der die Herzen aller Fünfjährigen höher schlagen lässt, ist es ein ernstzunehmender Beruf mit extremem Zukunftspotential. Amazon ist gerade dabei seine Lieferungen auf Drohnen umzustellen; ein Hochzeitsfotograf, der etwas auf sich hält, hat eine Drohne am Start; von einem guten Imagevideo erwartet man mittlerweile schon Luftaufnahmen; und vom Einsatz in Kriegsgebieten kennen wir sämtliche Horrorstories.

Profil:

Hängt stark vom Einsatzbereich ab und ist als zusätzliche Qualifikation zu folgenden Studiengängen/Ausbildungen zu sehen. Auch Quereinsteiger haben hier wieder gute Chancen, da es noch keinen „festen“ Qualifikationsgang gibt.

(Werbe-)Fotografie und Videografie: Interaction Design, Mediendesign, Grafik- oder Kommunikationsdesign, Medieninformatik, Fotografie oder eine vergleichbare Ausbildung.

Wetter und Geologie: Studium in den Bereichen Geotechnik, Geoinformatik, Meteorologie.

Maschinenbauingenieure haben generell sehr gute Voraussetzungen für diesen Job.

E-Sports-Manager

Noch so ein Modelleisenbahnführer-Beruf mit Zukunftspotential. Unter E-Sport fallen Computerspiele, die im Wettkampfmodus online gegen andere Spieler gespielt werden. Klingt nach rumdandeln vor dem Rechner, ist aber mittlerweile zu einem Millionenbusiness angewachsen, in dem auch die Preisgelder in die Millionenbeträge reichen. Da die Spieler oft noch sehr jung (und minderjährig) sind, brauchen sie Beistand von jemandem, der in Business-Angelegenheiten Erfahrung hat und sie hinsichtlich Verträgen, Kooperationen und Karrieremöglichkeiten berät und bei Verhandlungen unterstützt.

Profil:

Sämtliche BWL und Managementstudiengänge und Berufe sowie juristische Berufe. Aber vor allem solide Erfahrung im Business-Umfeld. E-Sports-Erfahrung im spielerischen Sinn aber auch Kenntnisse der Branchegegebenheiten und Begeisterung für den E-Sport sind hier wohl am wichtigsten.

Diesen Artikel und viele weitere spannende Infos zur Zukunft der Arbeit und Persönlichkeitsentwicklung findest du hier:

www.weltderschancen.de/digitale-berufe