LEONARDO DA VINCI PROGRAMME

Second phase: 2000-2006

"CompTrain"
Reference material

Agreement number: 2005-2003/001-001 LE2-51 OREF Project number: AT/05/C/F/RF-82101		Contracting period: Oct.05 to March 07	
Year: 2005	Country: AT	Project duration: 18 (months)	
Title: CompTrain – Competence Needs for Formation and Training in Multimedia Jobs			
Contractor: milestone GmbH			
Deliverable: **R4.1 Training module recommendations – final** Deutsche Version			
Deliverable author: François Adoue, AME			
Version: final			
Scheduled date of delivery	M18	Actual date of delivery	M18

Competence Needs for Formation & Training in Multimedia Jobs CompTrain

R 4.1 Trainingsmodulempfehlungen für Aus- und Weiterbildende Institutionen

Inhaltsverzeichnis

LEONARDO DA VINCI PROGRAMME **1**
EINLEITUNG: **3**
ÜBERBLICK **4**
TRAININGS-MODUL EMPFEHLUNGEN: **6**
EMPFEHLUNG 1 6
EMPFEHLUNG 2 7
EMPFEHLUNG 3 7
EMPFEHLUNG 4 7
EMPFEHLUNG 5 8
EMPFAHLUNG 6 8

Einleitung:

CompTrain – Notwendige Kompetenzen für Training und Weiterbildung in Multimedia/IKT Berufen ist ein Leonardo-da-Vinci Project, ko-finanziert von der Europäischen Gemeinschaft.

Comptrain wurde von Berufs- und Industrieverbänden sowie berufsbildende Trainings-Institutionen initiiert. Erstere sind zu einem Grossteil in EMMAC - European Multimedia Associations Convention zusammengeschlossen.

Unternehmen, Training-Institutionen und junge Ausgebildete in Multimedia- und IKT-Berufen wurden mittels Fragebögen, Workshops und On-line Tools interviewed und befragt, welche Kompetenzen für das jeweilige Berufsbild am wichtigsten seien.

Unternehmenszielgruppe waren KMUs (Kleine und mittlere Unternehmen), nicht nur im Multimedia/IKT Sektor, sondern auch KMUs, die Internet und Multimedia für ihre allgemeine Geschäftsgebahrung verwenden.

Diese KMUs haben meist weniger als 20 Angestellte. Arbeitsmarktstudien zeigten, dass 80% aller Arbeitgeber ausserhalb des öffentlichen Bereiches dieser Gruppe angehören.

Referenzmechanismen und Berufsprofile, wie man sie aus früher durchgeführten Studien kennt, beziehen sich durchwegs auf Grossunternehmen. Das resultiert in einem grossen Unterschied, soweit es die Berufsanforderungen betrifft. Die Resultate von CompTrain beziehen sich gezielt auf den direkten Multimedia Arbeitsmarkt: Und der besteht hauptsächlich aus kleineren Unternehmen.

Überblick

KMUs mit weniger als 20 Angestellten haben einen anderen Zugang zur Arbeitsteilung und interner Organisation. Es gibt keine grossen Abteilungen oder Arbeitsgruppen mit aufgeteilter Verantwrotung und Aktivitätsportfolio, wie z.B. Projekt-Management, Entwickler, Graphiker,PR etc. Nevertheless, all jobs are found in those SMEs but profiles are less specialised than in big companies. Nichtsdestotrotz müssen KMUs alle diese Bereiche abdecken. Dazu benötigen sie Jobprofile, die weniger spezialisiert sind als in Grossunternehmen. Kompetenzvielfalt ("multi-tasking") ist die Regel. Das bedeute, dass z.B. Personal, das für technische Aufgaben angestellt wurde, gleichzeitig weiterreichende Kompetenzen haben muss, um in einem KMU zu reüssieren, wie z.B. Marketing- und Kommunikations-Kompetenzen. Die letzte Entscheidung wird auf der Ebene gefällt, wo es um Verhaltenskompetenz geht (die schwer evaluierbar ist).

Im allgemeinen Anstellungsverfahren innerhalb eines Unternehmnes wird der Unternehmer jene Kandidaten zuerst eliminieren, die den technischen Anforderungen nicht entsprechen. Erst in der zeiten Runde kommen Kompetenzvielfalt und Verhaltenskompetenzen ins Spiel.

Der Vergleich zwischen Unternehmenanforderungen und Curricula von Trainings-Institutionen zeigt, dass Trainings-Institutionen generell fähig wären, Trainingskurse anzubieten, die den KMU Anforderungen entsprächen. Da aber über einen langen Zeitraum das Anforderungsprofil auf Grossunternehmen abgestellt war, existiert ein "Lehr-Vakuum", das aufgefüllt werden muss, um KMUs das richtige Personal anbieten zu können, und Arbeitssuchenden ein marktgerechtes Berifsprofil zu vermitteln.

Die hier abgegebenen Empfehlungen basieren auf den Anforderungen von KMUs, die 80% des Arbeitsmarktanteiles in diesem Sektor repräsentieren.

Trotzdem können diese Empfahlungen *mutatis mutandis* auch auf Grossunternehmen Anwendung finden.

Trainings-Modul Empfehlungen:

Empfehlung 1

Internet und Multimedia sind Kommunikationswerkzeuge. Sie unterstützen Marketing, Kommunikation und den Verkauf, auf nationaler Ebene, aber immer mehr über die Grenzen hinweg.

Orthographie und Grammatik-Fehler zerstören das Image einer Website und somit der dahinterstehenden Firma. Es scheint offenkundig, dass Unternehmen niemanden als Web Content Manager einstellen werden, der/die keinen Text fehlerfrei verfassen kann. Normalerweise sind Orthographie und Grammatik Fächer für die Grundschulbildung, und nicht für Universitäten oder Weiterbildung. Trotzdem sollten in Trainingskursen, die mit textuellen Inhalten zu tun haben, Wert auf die Hauptregeln von Orthographie und Grammatik gelegt werden. Das Problem der mangelhaften Orthographie und Grammatik wurde vor allem in Frankreich hervorgehoben, während in Ländern wie Deutschland kein Hauptaugenmerk darauf gelegt wurde. Trotzdem muss man feststellen, dass, obwohl die Neuen Technologien die Sprachlandschaft verändert haben und informale Sprachnutzung von SMS und e-mails auch auf den alltäglichen Sprachgebrauch übergreift, die Glaubwürdigkeit von Unternehmen (und damit Vertrauen auf ihre Geschäftsgebahrng) in direkten Zusammenhang mit traditionellen, anerkannten Werten steht (wie z.B. korrekter Gebrauch der Sprache).

Daher empfehlen wir Weiterbildungs- und Trainings-Institutionen, ein ca.35 Stunden-Modul in ihre technologischen Inhalte-Kurse zu integrieren.

Empfehlung 2

Bei der Entwicklung von Websites und Multimedia Inhalten, haben Entwickler oft Schwierigkeiten mit der Kodierung ("source code") vorhergehender Entwickler zu arbeiten. Schuld daran trägt die Tendenz, Studenten aufzufordern, ihren eigenen Stil zu entwickeln und nicht auf den Code anderer einzgehen.

Wir empfehlen daher, Stdenten zum Verständnis anderer Kodierungen zu trainieren, z.B. durch Reverse Engineering, und auch ihre eigene Kodierung, als Code oder Anwendung, klar und genau zu dokumentieren.

Empfehlung 3

Dies ist in Ergänzung zu Empfehlung 2: Es ist wichtig, dass die Teamfähigkeit der Studenten trainiert wird. Teamwork mit potenzierter und maximierter Auswirkung auf die Resultate ist wichtig für das zukünftige Arbeitsverhältnis von Ausgebildeten, vor allen innerhalb von KMUs.

Empfehlung 4

Das Ziel jeder Website ist es, dass Internet-Besucher und Benützer zu dieser Website kommen, d.h. die Website zugänglich und bekannt zu machen. Dazu ist es notwendig, die Methodik und Referenzsystematik von Suchmaschinen zu kennen und Websites im Hinblick auf diese Kriterien zu definieren.

Es gibt wenige Kurse zu diesem Thema.

In beinahe allen Multimedia/IKT Berufskategorien ist diese Fähigkeit notwendig. Nicht nur für (Software)Entwickler oder Web Designer, sondern auch für alle anderen Jobs, die mit Websites zu tun haben.

Ein 20-Stunden-Modul für Suchmaschinen-Kriterien kann fast allen Kursen beigestellt werden, vor allem jenen, die nicht direct technische Inhalte lehren.

Empfehlung 5

Es gibt viele Informatik- und Sprachwerkzeuge. Weiterbildungsinstitute versuchen, einen Überblick über alle zu vermitteln. Am Ende der Kurse wissen Studenten ein bisschen von allen, sind aber in keinem spezialisiert. Daher ist es oft schwierig, einen Job zu finden. Normalerweise wird die Auswahl für diese Berufe auf einem hohen Niveau in einer der Sprachen getroffen, das Wissen in anderen ist Teil der Kompetenzvielfalt.

Ein Beispiel sind Java Writer und Entwickler in Deutschland und Belgien, die rar sind und Unternehmen immer mehr auf Oursorucing zurückgreifen müssen.

Wir empfehlen daher Studenten, in mindestens einer Sprache kompetent zu sein. Software Enwickler müssen Experten in einem der Informatik/ Sprachwerkseugen sein oder ihr jeweiliges Niveau stetig verbessern, um eine Chance auf dem Arbeitsmarkt zu haben.

Empfahlung 6

Informatik- und Internet-Produkte haben Kommunikation zum Ziel. Daher ist Kundenorientierung eine Schlüsselausrichtung des Berufs.

Entwickler sehen hingegen oft die Technologie im Mittelpunkt und ignorieren Kundenwünsche.

Einige Unternehmer nennen die Fähigkeit, auf Kunden einzugehen, "Ergonomics", obwohl viele denken, dass es noch weiter geht. Training-Kurse für Technologie-Produkte sollten alle Themen auch von der Kundenperspektive

behandeln. Das würde zu einer starken Verbesserung der praktischen Anwendbarkeit theoretischen Wissens beitragen.