

Kaufmann/-frau EFZ – Marketing und Kommunikation

organisieren, schreiben, abrechnen, telefonieren, erfassen, beraten

Kaufmänner und Kauffrauen – Marketing und Kommunikation sorgen für professionelles Marketing in Unternehmen. Dazu erarbeiten sie Marketingkonzepte für einzelne Produkte und Produktgruppen, betreiben Marktforschung, erstellen Analysen zur Marketingsituation und werten die Ergebnisse aus.

Arbeiten die Kaufleute in Medienverlagshäusern, dann im Redaktionssekretariat, Innendienst für Werbekunden oder in der Betreuung der Leser, Hörer und Zuschauer. Dort bereiten sie Unterlagen vor, damit in Zeitungen, Zeitschriften, Radio, Fernsehen sowie im Internet Werbung und Informationen erscheinen. In Buchverlagen unterstützen sie Vertrieb, Werbung, Lektorat, Lizenz- und Presseabteilung bei verschiedenen administrativen Arbeiten, organisieren Le-

sungen und betreuen Messestände. In Werbe-, PR- oder Mediaagenturen fungieren sie als Bindeglied zwischen Auftraggeber und Kreation, Ideenentwicklung und Ausführung. Sie betreiben Marktforschung und beteiligen sich an der Herstellung von Kommunikationsmitteln.

Kaufleute in Vermittlungs- und Vermarktungsbetrieben wenden die Kenntnisse der Mediaplanung an und platzieren Werbung dort, wo sie am wirksamsten ist. Sie entwickeln Vermarktungsideen, verkaufen Werbeflächen und wickeln die Aufträge ab. In der Druckindustrie bearbeiten sie die Kundenaufträge, erstellen Offerten, kümmern sich um die Materialbeschaffung und ums Rechnungswesen. Sie besitzen Flair für Technik und Gestaltung.



Was und wozu?

- ▶ Damit er sich bereits vor einem anstehenden Kundengespräch einen groben Leitfaden erarbeiten kann, lässt sich der Kaufmann – Marketing und Kommunikation alle wichtigen Daten per E-Mail schicken.
- ▶ Damit der Kunde optimal unterstützt wird, begleitet ihn die Kauffrau – Marketing und Kommunikation durch den gesamten Prozess der Marketingkampagne: von der Analyse der Zielgruppe bis zur Ausführung der Kampagne.
- ▶ Damit der Kunde nicht lange auf die Ausarbeitung des Marketingkonzeptes warten muss, erledigt der Kaufmann – Marketing und Kommunikation die Vorarbeit effizient, aber gründlich.
- ▶ Damit die Marketingkampagne erfolgreich verläuft, analysiert die Kauffrau – Marketing und Kommunikation, ob die Qualität der Drucke genügt, ob die gewählten Farben zur Geltung kommen oder ob es sinnvoll ist, eine bestimmte Social Media Plattform zu nutzen.

Facts

Zutritt Abgeschlossene Volksschule, oberste Stufe vorteilhaft. Beherrschen des Tastaturschreibens.

Ausbildung 3 Jahre berufliche Grundbildung, eine Fremdsprache obligatorisch (wird von den Kantonen festgelegt). Wahlpflichtfach: zweite Fremdsprache oder individuelle Projektarbeit. Berufsfachschule 2 Tage, im 3. Jahr 1 Tag pro Woche; mit Berufsmatura 2 Tage. Überbetriebliche Kurse mit Branchenkunden runden die praktische und theoretische Bildung ab.

Wer sehr gute schulische Leistungen erbringt, kann während oder nach der Lehre die BMS besuchen.

Mit gymnasialer Matura ist eine verkürzte 2-jährige Grundbildung (way-up) möglich.

Kaufmann/-frau EBA – Marketing und Kommunikation: 2-jährige, verkürzte Grundbildung für eher praxisorientierte Jugendliche.

Sonnenseite Kaufleute – Marketing und Kommunikation wissen haargenau, wie man die Botschaft eines Unternehmens mithilfe von Medien der Zielgruppe vermittelt. Die Vielfalt der kaufmännischen Tätigkeiten in der Marketingbranche bietet engagierten Kaufleuten mit verschiedensten Interessen und Fähigkeiten grosse Wahlmöglichkeiten.

Schattenseite Das Arbeitsumfeld ist oft hektisch und setzt eine gewisse Belastbarkeit voraus. Das besprochene Budget darf nicht überschritten, und die Deadlines müssen stets eingehalten werden.

Gut zu wissen Kaufleute – Marketing und Kommunikation sind meist in Medien- und Buchverlagen, in Druckereien oder in Werbe-, Media- oder PR-Agenturen tätig.

Anforderungsprofil

	vorteilhaft	wichtig	sehr wichtig
Diplomatie, Geduld	■		
Fantasie, Sinn für Zahlen, Vorstellungsvermögen	■	■	
Gewandtheit im mündlichen und schriftlichen Ausdruck	■	■	■
Kontaktfreude, Kundenorientierung	■	■	■
Lernfreude, rasche Auffassungsgabe	■	■	
Organisationstalent, Selbstständigkeit	■	■	■
Sprachbegabung, Fremdsprachenkenntnisse	■	■	
Teamfähigkeit	■	■	■
Verantwortungsbewusstsein, Zuverlässigkeit	■	■	
vernetztes Denken, Merkfähigkeit	■		

Karrierewege

Bachelor of Science (FH) in Business Communication oder in Betriebsökonomie –Marketing & Communications
Betriebswirtschafter/in HF, Manager/in Medien HF, Marketingmanager/in HF (eidg. Diplom)
Marketingleiter/in HFP, Kommunikationsleiter/in HFP, Verkaufsleiter/in HFP (eidg. Diplom)
Druck- und Medienkaufmann/-frau BP, Marketingfachmann/-frau BP, Kommunikationsfachmann/-frau BP, PR-Fachmann/-frau BP (eidg. Fachausweis)
Kaufmann/-frau EFZ – Marketing und Kommunikation
Kaufmann/-frau EBA oder abgeschlossene Volksschule