

Entwurf

Verordnung der Bundesministerin für Digitalisierung und Wirtschaft über die Berufsausbildung im Lehrberuf Medienfachmann/Medienfachfrau (Medienfachmann/Medienfachfrau – Ausbildungsordnung)

Auf Grund der §§ 8, 8a, 24 und 27 des Berufsausbildungsgesetzes (BAG), BGBl. Nr. 142/1969, zuletzt geändert durch das Bundesgesetz BGBl. I Nr. 154/2017, wird verordnet:

Lehrberuf Medienfachmann/Medienfachfrau

§ 1. (1) Der Lehrberuf Medienfachmann/Medienfachfrau ist als Schwerpunktlehrberuf mit einer Lehrzeit von drei Jahren als Ausbildungsversuch eingerichtet.

(2) In die Ausbildung im Lehrberuf Medienfachmann/Medienfachfrau kann bis zum Ablauf des 31. Mai 2023 eingetreten werden.

(3) Neben dem für alle Lehrlinge verbindlichen allgemeinen Teil ist einer der folgenden Schwerpunkte auszubilden:

1. Webdevelopment und audiovisuelle Medien (Audio, Video und Animation),
2. Grafik, Print, Publishing und audiovisuelle Medien (Audio, Video und Animation),
3. Online-Marketing,
4. Agenturdienstleistungen.

(4) Eine Kombination mit anderen Schwerpunkten ist nicht möglich, es können aber einzelne Inhalte anderer Schwerpunkte zusätzlich ausgebildet werden.

(5) In den Lehrverträgen, Lehrzeugnissen, Lehrabschlussprüfungszeugnissen und Lehrbriefen ist der Lehrberuf in der dem Geschlecht des Lehrlings entsprechenden Form (Medienfachmann oder Medienfachfrau) zu bezeichnen.

(6) Die Schwerpunktausbildung ist jedenfalls im Lehrvertrag und im Lehrabschlussprüfungszeugnis durch einen entsprechenden Hinweis neben der Bezeichnung des Lehrberufs zu vermerken.

Berufsprofil

§ 2. (1) Mit dem positiven Abschluss der Lehrabschlussprüfung und der Berufsschule verfügt der Medienfachmann/die Medienfachfrau über folgende berufliche Kompetenzen, die zum selbstständigen und eigenverantwortlichen Handeln befähigen.

(2) Berufliche Kompetenzen entsprechend der gewählten Schwerpunktausbildung:

1. Schwerpunkt Webdevelopment und audiovisuelle Medien (Audio, Video und Animation)

Der Medienfachmann/die Medienfachfrau entwickelt selbständig Websites nach den individuellen Anforderungen von Kunden und auf Grundlage eines Content-Management-Systems. Er/Sie gestaltet dabei die Web-Oberfläche nach dem gewünschten Design. Zusätzlich werden technische Unterstützungssysteme eingerichtet, die für das Funktionieren der Website notwendig sind. Dazu verwendet er/sie verschiedene Entwicklungstools und Programmiersprachen, berücksichtigt aktuelle technische Standards der Web-Entwicklung und beachtet die relevanten rechtlichen Grundlagen. In diesem Zusammenhang wird auch die Produktion von Video- und Audiobeiträgen sowie von 2D- und 3D-Animationssequenzen geplant, organisiert und finalisiert.

2. Schwerpunkt Grafik, Print, Publishing und audiovisuelle Medien (Audio, Video und Animation)

Der Medienfachmann/die Medienfachfrau entwickelt selbstständig Layout und Design für Medienprodukte im Bereich Print und Digital unter Verwendung von Bildbearbeitungs- und Grafikprogrammen. Im Zuge des Entwicklungsprozesses legt er/sie verschiedene Gestaltungs- und Designelemente fest, berücksichtigt das Corporate Design (CD) und produziert verschiedene Prototypen und Anschauungsmaterial (Dummys). Nach Auswahl eines Prototyps werden druckfähige bzw. publikationsfähige Daten erstellt. In diesem Zusammenhang wird auch die Produktion von Video- und Audiobeiträgen sowie von 2D- und 3D-Animationssequenzen geplant, organisiert und finalisiert.

3. Schwerpunkt Online-Marketing

Der Medienfachmann/die Medienfachfrau konzipiert und betreut selbstständig Projekte im Online-Marketing. Die Aufgaben umfassen die Entwicklung einer Marketingstrategie, die Auswahl von Online-Kanälen (Websites, Social-Media-Kanäle etc.) sowie die Umsetzung des Online-Marketings in den einzelnen Kanälen. Medienfachleute nutzen dazu unter anderem Bildbearbeitungsprogramme. Als Projektpartner können neben dem Auftraggeber Kollegen oder externe Partner aus den Bereichen Webdevelopment, Textgestaltung etc. fungieren.

4. Schwerpunkt Agenturdienstleistungen

Der Medienfachmann/die Medienfachfrau arbeitet bei der Entwicklung von Kommunikationsdienstleistungen in den Bereichen Werbung, Verkaufsförderung, PR, Sponsoring oder Event- und Direktmarketing mit. Medienfachleute wirken an der Erstellung von redaktionellen Inhalten mit, erstellen für Kampagnen Mediapläne und wirken an der Vergabe von Aufträgen an Medien und Produktionspartner mit. Dazu zählen Recherchen, das Erstellen von Texten, die Platzierung von Anzeigen, die Vereinbarung von Medienkooperationen usw. Zudem beobachten und werten Medienfachleute entsprechend dem jeweiligen Kundenauftrag Beiträge in Medien aus. Medienfachleute kooperieren zielgruppengerecht mit Kunden und Partnern aus der Medienbranche, wie Journalisten oder dem Anzeigenvertrieb.

(3) In allen Schwerpunkten erworbene berufliche Kompetenzen:

1. Kompetenzbereich: Intrapreneurship

Der Medienfachmann/die Medienfachfrau zeigt sich offen für Neuerungen im Berufsfeld. Durch laufende Beobachtungen informiert er/sie sich über aktuelle Entwicklungen in der Medienbranche und beim Mitbewerber. Er/sie besucht Veranstaltungen mit dem Zweck, sich weiterzubilden und sich in der Community zu vernetzen. Der/die Medienfachmann/Medienfachfrau beteiligt sich aktiv an der Entwicklung des Unternehmens.

2. Kompetenzbereich: Kundenberatung und -betreuung

Aufgabe des Medienfachmannes/der Medienfachfrau ist die Kundenberatung und -betreuung. Dabei setzt er/sie ein reiches Repertoire an Kommunikationsstrategien und Social Skills ein. Mögliche Konflikte, Reklamationen etc. bewältigt er/sie dabei eigenständig. Der Medienfachmann/die Medienfachfrau übernimmt selbstständig auch die mit dem jeweiligen Auftrag verbundenen betriebswirtschaftlichen Aufgaben, insbesondere die Kalkulation, die Angebotserstellung, die Abrechnung sowie die Erfolgskontrolle. Dazu nutzen Medienfachleute die entsprechende Software (zB ein Kalkulationsprogramm).

3. Kompetenzbereich: Projektmanagement

Der Medienfachmann/die Medienfachfrau übernimmt Aufgaben im Bereich des Projektmanagements. Er/sie erstellt selbstständig einen Projektplan und überprüft laufend dessen Einhaltung. Bei Auftreten von projektstörenden Ereignissen hält er/sie mit den Projektbeteiligten Rücksprache, um korrigierende Maßnahmen einleiten zu können. Nach Projektabschluss reflektieren Medienfachleute die Projektergebnisse und halten die Erfahrungen für die Zukunft fest. Dazu sind Kenntnisse im Bereich des Projektmanagements (Projektmanagementmodelle und -phasen, Normen etc.) notwendig. Der Medienfachmann/die Medienfachfrau ist konsequent und genau in der Nutzung von Projektmanagementinstrumenten. Verantwortungsbewusstsein, Organisationsfähigkeit, Teamfähigkeit und Strukturiertheit zählen zu seinen/ihren Stärken. Die Reflexion des Projekts im Betrieb erfordert analytische und kommunikative Fähigkeiten.

4. Kompetenzbereich: Konzeptentwicklung

Der Medienfachmann/die Medienfachfrau entwickelt zur Umsetzung der einzelnen Medienprojekte selbstständig ein Konzept. Er/sie analysiert dazu die Kundenanforderungen und definiert darauf aufbauend die konkreten Ziele und die erforderlichen Schritte zur Umsetzung des Projektes. In die Konzeptentwicklung bindet er/sie Kollegen und gegebenenfalls bereits mögliche Subauftragnehmer ein.

5. Kompetenzbereich: Qualitätsorientiertes Arbeiten

Der Medienfachmann/die Medienfachfrau führt seine/ihre Arbeiten entsprechend der branchenspezifischen und betrieblichen Qualitätsgrundsätze aus. Er/sie stimmt die Umsetzungsmöglichkeiten mit Kundenansprüchen ab, prüft und beurteilt die Arbeitsergebnisse und -prozesse, vor allem hinsichtlich der Einhaltung von Vorgaben (wie etwa Kundenwünsche, Projektbudgets, Zeitvorgaben, Datenschutzrichtlinien etc.), technischer oder grafischer Standards (Systemanforderungen Hard- und Software, Sicherheitsvorschriften etc.) und wirkt bei Feedbackprozessen mit dem Ziel der Erhaltung oder Steigerung der Kundenzufriedenheit mit.

Berufsbild

§ 3. (1) Zum Erwerb der im Berufsprofil angeführten beruflichen Kompetenzen wird folgender allgemeiner Teil festgelegt.

Allgemeiner Teil:

Pos.	1. Lehrjahr	2. Lehrjahr	3. Lehrjahr
1.	Ausbildungsbereich: Agieren in betrieblichem und beruflichem Umfeld		
1.1.	Der Lehrbetrieb Der Lehrling ...		
1.1.1.	kann den organisatorischen Aufbau des Lehrbetriebes erklären.		–
1.1.2.	kann die wesentlichen Aufgaben der unterschiedlichen Betriebsbereiche nennen.		–
1.1.3.	berücksichtigt Zusammenhänge zwischen den Betriebsbereichen bei seiner Tätigkeit.		
1.1.4.	kann Eckdaten zum Lehrbetrieb nennen (zB Standorte, Mitarbeiterzahl, Rechtsform).		–
1.1.5.	–	kann Werte und Visionen sowie Ziele und die Marktstellung des Lehrbetriebs darstellen.	
1.1.6.	kann über die betrieblichen Leistungen Auskunft geben.		
1.1.7.	kann die wesentlichen Bestandteile des Marketingmix des Lehrbetriebs erklären.		
1.1.8.	erstellt zum Leistungsangebot des Lehrbetriebs einfache Marketingunterlagen wie Präsentationen oder Newsletter bzw. arbeitet an der Konzeption und Umsetzung von Marketingmaterialien des Lehrbetriebs mit.		
1.1.9.	kann zentrale Merkmale (zB Bedeutung, Struktur) der Branche erklären.		–
1.1.10.	–	–	hält sich über Aktivitäten der Mitbewerber auf dem Laufenden.
1.1.11.	berücksichtigt Trends und Entwicklungen der Branche bei seiner Arbeit.		
1.1.12.	–	erkennt Funktionsweisen und Zusammenhänge in der Medienbranche.	
1.1.13.	kann die Aufgaben und Funktionsweisen verschiedener Medien (zB on- und offline Kommunikation, Medienkanäle) erklären.		
1.2.	Ziel und Inhalt der Lehrlingsausbildung Der Lehrling ...		
1.2.1.	kann das Ziel und die wesentlichen Inhalte seiner Ausbildung erklären.		
1.2.2.	kann seine Rechte und Pflichten als Lehrling nennen.		
1.2.3.	kann den Ablauf der Ausbildung im Betrieb erklären.		kann Auskunft über seine Weiterbildungsmöglichkeiten geben.
1.2.4.	kann Auskunft über zentrale Bestimmungen in den aushangspflichtigen Gesetzen geben.		

Pos.	1. Lehrjahr	2. Lehrjahr	3. Lehrjahr
1.3.	Arbeitsmittel und -methoden Der Lehrling ...		
1.3.1.	nutzt die typische Büroausstattung (zB Telefonanlage, Drucker) und reagiert bei Problemen richtig (zB Serviceunternehmen verständigen).		
1.3.2.	nutzt das Internet (zB Recherchen anstellen und deren Ergebnisse zusammenfassen und aufbereiten).		
1.3.3.	nutzt das betriebliche E-Mail-Programm.		
1.3.4.	nutzt die für seine Aufgaben benötigte betriebliche Software (zB in den Bereichen Layout, Bildbearbeitung, Textverarbeitung etc.) sowie die betrieblich eingesetzten Content-Management-Systeme und Cloud-Lösungen.		
1.3.5.	setzt verschiedene Kreativitätstechniken (zB Brainstorming, Mindmapping) ein.		
1.3.6.	führt einfache Arbeiten in Layout-, Grafik- und Bildverarbeitungsprogrammen auf Grundlage von Gestaltungsrichtlinien, Farblehre und Typografie durch.		
1.3.7.	beschafft Informationen auf Grundlage effizienter Recherchestrategien und stellt diese den jeweiligen Anforderungen entsprechend dar.		
1.3.8.	verfügt über Know-how im Bereich der verwendeten Produktionsmaterialien und -techniken.		
1.4.	Kommunikation Der Lehrling ...		
1.4.1.	kann die wichtigsten Ansprechpartner im jeweiligen Ausbildungsbereich und deren wesentliche Aufgaben nennen.	–	–
1.4.2.	begrüßt und verabschiedet sich entsprechend den betrieblichen Regeln.	–	–
1.4.3.	führt zielgruppengerecht Gespräche mit der Ausbilderin/dem Ausbilder, Vorgesetzten, Kollegen, Lieferanten etc. (deutlich und verständlich sprechen, Auskünfte verständlich geben, einfache Gespräche bei betrieblichem Bedarf auch in Englisch führen), bringt eigene Anliegen verständlich vor und tritt dabei selbstbewusst und kooperativ auf.		
1.4.4.	verwendet die Fachausdrücke der Branche.		
1.4.5.	–	–	geht mit Beschwerden bzw. Reklamationen fachgerecht um.
1.4.6.	koordiniert Termine und Meetings.		
1.4.7.	geht mit Informationen sensibel um und tauscht relevante Informationen im Projektteam aus.		
1.4.8.	–	–	filtert erhaltene Informationen und Daten, bereitet sie auf und gibt sie an die richtigen Adressaten weiter.
1.4.9.	agiert nach den innerbetrieblichen Regelungen.		
1.4.10	nutzt die verwendeten Social-Media-Anwendungen.		
1.5.	Sicheres und gesundheitsschonendes Arbeiten Der Lehrling ...		
1.5.1.	erkennt Gefahren und vermeidet diese.		
1.5.2.	hält sich an die betrieblichen Sicherheitsvorschriften.		

Pos.	1. Lehrjahr	2. Lehrjahr	3. Lehrjahr
1.5.3.	wendet die Grundlagen des ergonomischen Arbeitens an.		
1.6.	Umweltschonendes und nachhaltiges Arbeiten Der Lehrling ...		
1.6.1.	kann die Bedeutung des umweltschonenden und nachhaltigen Arbeitens für den Lehrbetrieb erklären.	–	–
1.6.2.	arbeitet unter Beachtung der betrieblichen Regelungen des Umweltschutzes. Dazu zählt u.a. die fachgerechte Mülltrennung und Entsorgung von Problemstoffen.		
1.6.3.	arbeitet nachhaltig im Sinne der Schonung von Ressourcen und Umwelt.		
2.	Ausbildungsbereich: Qualitätsorientiertes Arbeiten		
2.1.	Grundlagen Der Lehrling ...		
2.1.1.	kann die Bedeutung eines umfassenden Qualitätsmanagementsystems für die Erstellung, Verbesserung und Weiterentwicklung der betrieblichen Leistung erklären.	–	
2.1.2.	kann erklären, welche zentralen Qualitätsgrundsätze es im Lehrbetrieb gibt.	–	
2.1.3.	wendet betriebliche Qualitätsvorgaben bzw. das betriebliche Qualitätsmanagement in seinem Arbeitsbereich an.		
2.1.4.	kennt die für seine Tätigkeiten erforderlichen Grundlagen von Datenschutz-, Medien- und Wirtschaftsrecht (insbesondere des Urheberrechts, Marken- und Musterschutz).	berücksichtigt bei seiner Tätigkeit die jeweiligen rechtlichen Grundlagen (zB Datenschutz, Medien- und Urheberrecht, Wettbewerbsrecht, Markenschutz, E-Commerce).	
2.2.	Qualitätssicherung Der Lehrling ...		
2.2.1.	–	–	wirkt an der Prüfung der Realisierbarkeit von Kundenvorstellungen mit. (siehe auch 6. Konzeptentwicklung)
2.2.2.	–	–	gleicht Kundenvorstellungen und Umsetzungsmöglichkeiten bestmöglich ab. (siehe auch 6. Konzeptentwicklung)
2.2.3.	führt bei ihm übertragenen Aufgaben die Überprüfung der Qualität mit geeigneten Verfahren und Instrumenten durch. Dazu zählt die Überprüfung von Zeitvorgaben, Kundenwünschen etc.		
2.2.4.	–	–	wirkt bei der Festlegung von Qualitätsstandards für betriebliche Leistungen mit und hält sich an die betrieblichen Vorgaben im Bereich IT-Sicherheit, Datensicherheit und -sicherung.
2.2.5.	wirkt bei innerbetrieblichen Feedbackprozessen mit.		
2.2.6.	überprüft seine eigene Tätigkeit auf die Einhaltung der zuvor festgelegten Qualitätsstandards.		
2.2.7.	reflektiert die Ergebnisse der Qualitätsüberprüfung und bringt sie in seine Tätigkeit ein.		

Pos.	1. Lehrjahr	2. Lehrjahr	3. Lehrjahr
3.	Ausbildungsbereich: Intrapreneurship Der Lehrling ...		
3.1	–	–	trifft im Rahmen der ihm zur Bearbeitung übertragenen Aufgaben Entscheidungen selbstständig.
3.2	–	–	entwickelt innovative Lösungen für abgegrenzte Aufgaben unter Einsatz von Kreativitätstechniken und Analysemethoden wie Scorecards.
3.3	wählt Arbeitsmittel und -methoden im Rahmen des betrieblichen Umfangs selbstständig aus.		
3.4	vertritt seinen Standpunkt und argumentiert seine Meinung anderen gegenüber. (siehe auch 1.4 Kommunikation)		
4.	Ausbildungsbereich: Kundenberatung und -betreuung		
4.1.	Kommunikation mit Kunden Der Lehrling ...		
4.1.1.	bereitet Kundentermine und -unterlagen vor (zB durch die Erstellung von Präsentationen).		führt Kundengespräche und wirkt bei Kundenpräsentationen mit. Dabei setzt er fachgerechte Präsentationstechniken ein.
4.1.2.	unterstützt Kollegen in der Kundenbetreuung.		übernimmt selbstständig Teile der Kundenbetreuung und achtet dabei auf die Sicherung nachhaltiger Kundenbeziehungen.
4.1.3.	nimmt Kundenfeedback an und reagiert entsprechend der Richtlinie des Lehrbetriebs darauf.		
4.1.4.	kann die Bedeutung von negativem Feedback und die damit verbundene Chance für den Lehrbetrieb erklären.	–	–
4.1.5.	–	–	löst gegebenenfalls auftretende Schwierigkeiten in Projekten (tatsächliche oder vermeintliche Verzögerungen, Reklamationen etc.) selbstständig bzw. wirkt an ihrer Lösung aktiv mit.
4.1.6.		–	analysiert die Ursachen der aufgetretenen Konflikte und entwickelt mögliche Lösungsszenarien.
4.2.	Projektakquise Der Lehrling ...		
4.2.1.	–	–	arbeitet bei der Projektakquise (Angebotserstellung etc.) mit.
4.2.2.	–	–	nutzt verschiedene Kanäle (persönliche Netzwerke, Präsentation auf Events, Online-Marketing, Ausschreibungen, Agenturpitches etc.) zur Kundenakquise.

Pos.	1. Lehrjahr	2. Lehrjahr	3. Lehrjahr
4.3.	Betriebswirtschaftliche Aufgaben (Kalkulation, Angebotserstellung und Controlling) Der Lehrling ...		
4.3.1.	kann die Grundlagen der betrieblichen Projektkalkulation (wie Tagsätze, Preise von internen und externen Leistungen, zentrale Bestandteile von Kaufverträgen etc.) erklären.		kalkuliert die in seinen Tätigkeitsbereich fallenden Teile der betrieblichen Leistung auf Basis der betrieblichen Kostenrechnung sowie der geltenden rechtlichen und betrieblichen Bestimmungen.
4.3.2.	arbeitet bei der Angebotserstellung mit (zB Angebotseinholung von Subauftragnehmern).		–
4.3.3.	–	–	erstellt Leistungsabrechnungen für Kunden.
4.3.4.	–	–	arbeitet bei Projektevaluation und -controlling mit.
5.	Ausbildungsbereich: Projektmanagement		
5.1.	Grundlagen Der Lehrling ...		
5.1.1.	kann die Bedeutung eines effizienten Projektmanagements für die Planung und Umsetzung von Projekten erklären.		–
5.1.2.	kann die Grundlagen des betrieblichen Projektmanagements-Systems (Ziele, Bereiche, Methoden etc.) erklären.		–
5.2.	Umsetzung des betrieblichen Projektmanagements Der Lehrling ...		
5.2.1.	arbeitet an der Erstellung von Projektplänen mit.		erstellt für ihm übertragene Projekte bzw. Teilprojekte selbstständig Projektpläne. Dazu zählen in Abstimmung mit den betrieblichen Regelungen u.a. die Termin- und Ablaufplanung, das Vorschlagen externer Partner sowie die Projektkalkulation. (siehe auch 4.3 betriebswirtschaftliche Aufgaben)
5.2.2.	–	–	überwacht die Projektdurchführung und überprüft die Einhaltung der Projektpläne.
5.2.3.	–	–	leitet bei projektstörenden Ereignissen entsprechend den betrieblichen Bestimmungen korrigierende Maßnahmen ein.
5.2.4.	–	–	erstattet Berichte zum Projektfortschritt unter Verwendung geeigneter Präsentationstechniken.
5.2.5.	–	–	reflektiert die Planung und Umsetzung des Projekts und berücksichtigt die Reflexionsergebnisse bei zukünftigen Projekten.
6.	Ausbildungsbereich: Konzeptentwicklung		

Pos.	1. Lehrjahr	2. Lehrjahr	3. Lehrjahr
6.1.	Grundlagen Der Lehrling ...		
6.1.1.	kann die Bedeutung eines fundierten Konzepts für Planung und Umsetzung eines Auftrags erklären.		–
6.1.2.	kann die betrieblichen Anforderungen für Inhalt und Struktur eines Konzepts erklären.		–
6.1.3.	nimmt an innerbetrieblichen Prozessen zur Konzeptentwicklung teil (zB in Workshops, Anwendung von Kreativitätstechniken).		
6.1.4.	verwendet bei der Konzepterstellung Analysemethoden wie Clustern, Scorecard etc.		
6.2.	Schritte der Konzeptentwicklung Der Lehrling ...		
6.2.1.	kann erklären, welche Informationen potenzielle Kunden für eine Konzepterstellung bekannt geben müssen (Kundenbriefing).		beurteilt Kundenbriefings auf ihre Vollständigkeit und Relevanz für die weitere Konzeptarbeit.
6.2.2.	–	–	klärt im Rebriefing allfällige Verständnisfragen mit dem Kunden und präzisiert in Abstimmung mit diesem die Projektanforderungen.
6.2.3.	nimmt am Prozess der Projektzielbestimmung teil.		arbeitet auf Grundlage von Briefing und Rebriefing an der Definition von Projektzielen mit.
6.2.4.	–	–	wirkt auf Basis von definierten Projektzielen an der Bestimmung der Zielgruppe(n) des Projektes mit.
6.2.5.	–	–	arbeitet an der Analyse der Bedürfnisse der Zielgruppe mit.
6.2.6.	–	–	arbeitet auf Grundlage von Projektzielen, Zielgruppenanalysen sowie weiterer Parameter (Projektbudget etc.) einfache Konzepte selbstständig aus.
6.2.7.	–	–	erstellt nötigenfalls Prototypen.
6.2.8.	unterstützt bei der Vorbereitung der Präsentation des Konzepts (zB Erstellen von Präsentationen).		präsentiert Konzepte vor den Kunden bzw. übernimmt Teile von Konzeptpräsentationen.

(2) Zum Erwerb der im Berufsprofil angeführten beruflichen Kompetenzen werden folgende schwerpunktspezifische Teile festgelegt:

1. Schwerpunkt Webdevelopment und audiovisuelle Medien (Audio, Video und Animation):

Pos.	1. Lehrjahr	2. Lehrjahr	3. Lehrjahr
1.	Ausbildungsbereich: Grundlagen Der Lehrling ...		
1.1	übernimmt einfache Aufgaben bei der Websiteentwicklung (z. B. Anlegen von Admins) unter der Anwendung der im Betrieb eingesetzten Content-Management-Systeme (CMS).		entwickelt Websites nach den individuellen Anforderungen von Kunden auf Basis von Content-Management-Systemen (CMS).
1.2	–	–	definiert und überprüft die serverseitigen Anforderungen eines CMS.

Pos.	1. Lehrjahr	2. Lehrjahr	3. Lehrjahr
1.3	–	–	installiert, administriert, updatet und erweitert CMS auf einem Webserver.
1.4	kann die Vor- und Nachteile von verschiedenen technischen Lösungen der Webentwicklung kundenorientiert erklären.		
1.5	verwendet bei der Entwicklung von Websites betriebsübliche Entwicklungstools und Programmiersprachen.		
1.6	berücksichtigt bei der Entwicklung von Websites aktuelle technische Standards der Webentwicklung (W3C) und beachtet die rechtlichen Grundlagen.		
1.7	wartet und optimiert bereits vorhandene Websites.		
1.8	berücksichtigt sicherheitsrelevante Aspekte in allen Entwicklungsschritten.		
1.9	–	–	arbeitet mit E-Commerce-Tools.
2.	Ausbildungsbereich: Frontentwicklung Der Lehrling ...		
2.1	unterstützt die Frontentwicklung und setzt einzelne Arbeitsschritte unter Anleitung um.		setzt die Frontentwicklung eigenständig nach vorgegebenen Anforderungen technisch angemessen um.
2.2	–	–	gestaltet Web-Oberflächen.
2.3	–	–	setzt vordefinierte Screendesigns in Web-Code um.
2.4	bindet vorgegebene Medieninhalte (Texte, Videos, Bilder, Audio) in die Website ein.		wählt Medieninhalte aus und bearbeitet diese bei Bedarf mit geeigneten Programmen.
2.5	berücksichtigt Usability, User Experience und Accessibility bei seiner Tätigkeit.		
2.6	–	–	nimmt Browser- und Geräteoptimierungen an Websites vor.
2.7	–	–	arbeitet suchmaschinenorientiert.
3.	Ausbildungsbereich: Suchmaschinenoptimierung Der Lehrling ...		
3.1	setzt On- und Off-Page-Optimierungsmaßnahmen (zB Seitenoptimierung, Rückverlinkung) zur Gewinnung von Websitebesuchern.		
3.2	pflegt Key Words in vorhandene Systeme ein.		–
	–	–	verbessert die Auffindbarkeit von Websites mit Hilfe von SEO-Plugins.
	–	–	verfasst Texte suchmaschinenoptimiert bzw. optimiert diese.
4.	Ausbildungsbereich: Backendentwicklung Der Lehrling ...		
4.1	unterstützt die Backendentwicklung und setzt einzelne Arbeitsschritte unter Anleitung um.		setzt die Backend-Entwicklung nach vorgegebenen Anforderungen technisch angemessen um.
4.2	–	–	erstellt, importiert oder verändert CMS Templates.

Pos.	1. Lehrjahr	2. Lehrjahr	3. Lehrjahr
4.3	–	–	bindet verschiedene funktionelle Erweiterungen (Plug-Ins) in das CMS ein.
4.4	befüllt Datenbanken.		richtet Datenbanken nach den Anforderungen des CMS ein.
	–	–	richtet im Bedarfsfall eine Formularverwaltung ein.
5.	Ausbildungsbereich: Website-Analytics und Reporting Der Lehrling ...		
5.1	–	–	installiert Analytics- und Webmastertools und richtet diese ein.
5.2	ruft Websitezugriffsstatistiken ab, interpretiert sie und bereitet sie kundenorientiert auf.		leitet aus Zugriffsstatistiken mögliche Verbesserungen zur Gestaltung von Websites ab.
6.	Ausbildungsbereich: Planung von Video- und Audiobeiträgen und Animationen Der Lehrling ...		
6.1	–	–	plant kleine Video- und Audioproduktionen und Animationssequenzen selbstständig.
6.2	–	–	stellt die wesentlichen inhaltlichen Punkte von Video- und Audioproduktionen in Exposés dar und stimmt diese mit Kunden ab.
6.3	–	–	entwickelt im Rahmen der ihm übergebenen Aufgaben auf Grundlage der dramaturgischen Grundprinzipien sowie unterschiedlicher Gestaltungsmethoden (wie zB dem Storytelling) Drehbücher oder gibt diese in Auftrag.
6.4	–	–	visualisiert Drehbücher (Auflösung der Szenen in einzelne Shots).
6.5	–	–	arbeitet Zeitpläne für Produktionsabläufe aus.
6.6	erfüllt organisatorische Aufgaben für Audio- und Videoproduktionen (zB Einholung von Drehgenehmigungen).		–
6.7	–	–	wählt Partner zur Abwicklung von Audio- bzw. Videoprojekten aus.
7.	Ausbildungsbereich: Dreh Der Lehrling ...		
7.1	nimmt kleine Produktionen mit Hilfe von Kameras oder Smartphones selbst auf.		
	–	–	betreut Produktionen und überwacht diese.
8.	Ausbildungsbereich: Animatic, Design und Animation Der Lehrling ...		
8.1	scannt Storyboard-Bilder und erstellt aus den Einzelbildern eine Bildsequenz.		
8.2	–	–	unterstützt die Betreuung von Produktionen.

2. Schwerpunkt Grafik, Print, Publishing und audiovisuelle Medien (Audio, Video und Animation):

Pos.	1. Lehrjahr	2. Lehrjahr	3. Lehrjahr
1.	Ausbildungsbereich: Gestalten von Mediaprodukten Der Lehrling ...		
1.1	übernimmt einfache Aufgaben bei der Erstellung von produktionsfähigen Daten für Print- und Digitalprodukte (zB Verwenden und Bearbeiten von Vorlagen, Erstellung einfacher digitaler Dokumente).		erstellt nach Kundenanforderungen auf Basis des jeweiligen Corporate Designs Daten für Print- und Digitalmedien sowie Screendesigns für Websites.
1.2	bearbeitet Medienprodukte mit geeigneten Layout-, Grafik- und Bildbearbeitungsprogrammen und berücksichtigt dabei die Farblehre und den Farbraum.		
1.3	arbeitet mit verschiedenen Dateitypen (exportieren, importieren, konvertieren) und wendet das betriebliche Datenmanagement (Datenstruktur) an.		
1.4	nutzt zur Ideengenerierung Kreativitäts- und Skizzentechniken (Scribbles).		
1.5	reichert Entwürfe mit Text- und Bildkompositionen an.		erstellt und konkretisiert Entwürfe.
1.6	–	–	definiert Bilderwelten und erstellt Moodboards.
1.7	–	–	definiert die Anforderungen je nach Medium des Layouts (zB Format, Satzspiegel).
1.8	recherchiert im Internet Bilder und Grafiken in Bilddatenbanken bzw. Bildagenturen, wählt geeignete Bilder und Grafiken aus. Dabei berücksichtigt er auch das Farbschema und die Farbharmonie.		
1.9	bearbeitet ausgewählte Bilder und Grafiken und fügt diese in Layouts ein.		
1.10	erstellt Bilder und Grafiken selbst bzw. gibt deren Erstellung in Auftrag.		
1.11	gestaltet Textelemente und berücksichtigt dabei die Vorgaben der Typografie.		–
1.12	ergänzt einfache Texte, überprüft sie auf Tippfehler und korrigiert sie im Bedarfsfall.		
1.13	–	–	erkennt und wählt gemeinsam mit den Kunden die Bedruckmaterialien aus.
1.14	–	holt Angebote für die Endproduktion ein.	gibt die Endproduktion nach Freigabe in Auftrag.
1.15	erstellt Prototypen und Anschauungsmaterial.		
2.	Ausbildungsbereich: Produktfinalisierung Der Lehrling ...		
2.1	–	–	überprüft das Endprodukt auf Einhaltung von Kunden- und Qualitätsvorgaben und nimmt im Bedarfsfall Korrekturen vor.
2.2	–	–	wählt Materialien zielgruppenorientiert aus.
2.3	–	–	erkennt und nutzt die Möglichkeiten der unterschiedlichen Drucktechniken.
2.4	bereitet Bilder, Grafiken, Texte sowie Mediendateien für unterschiedliche Ausgabetechniken auf.		
2.5	stellt Daten ausgabe- bzw. übergabegerecht her.		übergibt Digitalmedien an den Auftraggeber.

Pos.	1. Lehrjahr	2. Lehrjahr	3. Lehrjahr
3.	Ausbildungsbereich: Planung von Video- und Audiobeiträgen und Animationen Der Lehrling ...		
3.1	–	–	plant kleine Video- und Audioproduktionen und Animationssequenzen selbstständig.
3.2	–	–	stellt die wesentlichen inhaltlichen Punkte von Video- und Audioproduktionen in Exposés dar und stimmt diese mit Kunden ab.
3.3	–	–	entwickelt im Rahmen der ihm übergebenen Aufgaben auf Grundlage der dramaturgischen Grundprinzipien sowie unterschiedlicher Gestaltungsmethoden (wie zB dem Storytelling) Drehbücher oder gibt diese in Auftrag.
3.4	–	–	visualisiert Drehbücher (Auflösung der Szenen in einzelne Shots).
3.5	–	–	arbeitet Zeitpläne für Produktionsabläufe aus.
3.6	erfüllt organisatorische Aufgaben für Audio- und Videoproduktionen (zB Einholung von Drehgenehmigungen).		–
3.7	–	–	wählt Partner zur Abwicklung von Audio- bzw. Videoprojekten aus.
4.	Ausbildungsbereich: Dreh Der Lehrling ...		
4.1	nimmt kleine Produktionen mit Hilfe von Kameras oder Smartphones selbst auf.		
	–	–	betreut Produktionen und überwacht diese.
5.	Ausbildungsbereich: Animatic, Design und Animation Der Lehrling ...		
5.1	scannt Storyboard-Bilder und erstellt aus den Einzelbildern eine Bildsequenz.		
5.2	–	–	unterstützt die Betreuung von Produktionen.

3. Schwerpunkt Online-Marketing:

Pos.	1. Lehrjahr	2. Lehrjahr	3. Lehrjahr
1.	Ausbildungsbereich: Grundlagen Der Lehrling ...		
1.1	kennt die verschiedenen betrieblichen Möglichkeiten, Online-Marketing zu gestalten.		–
1.2	übernimmt einfache Arbeiten bei der Entwicklung bzw. Durchführung von Online-Marketing-Projekten (zB Recherche) und nutzt dazu übliche Webnormen und geeignete Bildbearbeitungsprogramme.		nimmt an der Entwicklung und Durchführung von Online-Marketing-Projekten teil.
2.	Ausbildungsbereich: Website-Marketing Der Lehrling ...		
2.1	führt Änderungen auf Websites nach Vorgabe durch.		betreut Websites nach Kundenanforderungen selbstständig.

Pos.	1. Lehrjahr	2. Lehrjahr	3. Lehrjahr
2.2	bereitet Content in CMS-Systemen auf und berücksichtigt dabei Usability und Accessibility sowie User Experience.		
3.	Ausbildungsbereich: Suchmaschinenmarketing Der Lehrling ...		
3.1	kann die Bedeutung von Suchmaschinenmarketing erklären.	analysiert Online-Kampagnen und entwickelt Optimierungsmaßnahmen.	
3.2	unterscheidet Search Engine Advertising (SEA) und Search Engine Optimization (SEO) und kennt deren Einsatzgebiete.	–	
3.3	setzt On- und Off-Page Optimierungsmaßnahmen (z. B. Seitenoptimierung, Rückverlinkung) zur Gewinnung von Websitebesuchern.		
3.4	pfllegt Key Words in vorhandene Systeme ein.	betreibt Key Word Marketing.	
3.5	–	–	verbessert die Auffindbarkeit von Websites mit Hilfe von SEO-Plugins.
4.	Ausbildungsbereich: E-Mail-Marketing Der Lehrling ...		
4.1	–	–	plant im Rahmen der ihm übertragenen Aufgaben E-Mail-Marketing Maßnahmen.
4.2	–	–	definiert das Layout von CMS-Systemen und kann Inhalte festlegen.
4.3	bettet E-Mail-Marketing tauglichen Content in vorgegebene Layouts ein.		–
4.4	erstellt E-Mail-Marketing-Materialien und nutzt dazu vorhandene betrieblichen CMS-Tools.		
4.5	testet E-Mail-Marketing-Aussendungen.		–
4.6	versendet E-Mail-Marketing-Produkte und berücksichtigt dabei die österreichische Gesetzeslage betreffend E-Mail-Werbung.		–
5.	Ausbildungsbereich: Social-Media-Marketing Der Lehrling ...		
5.1	betreut verschiedene Social-Media-Auftritte und berücksichtigt dabei die jeweiligen unternehmensspezifischen Social-Media-Richtlinien.		plant und entwickelt Social-Media-Auftritte weiter.
5.2	–	–	nutzt das Angebot verschiedener Content-Plattformen für Social-Media-Auftritte.
5.3	–	–	schaltet Werbung auf Social-Media-Plattformen.
6.	Ausbildungsbereich: Monitoring des Werbeerfolgs Der Lehrling ...		
6.1	–	misst den Werbeerfolg von Online-Marketing-Maßnahmen und nutzt dazu Analyseprogramme oder Social-Media-Monitoring-Tools.	
6.2	sammelt Mentions.		
6.3	–	erstellt Reports und Auswertungen mit Hilfe gängiger Kennzahlen und Messmethoden.	
6.4	–	–	erkennt Optimierungsmöglichkeiten von Online-Marketing-Maßnahmen und setzt diese in Absprache mit dem Kunden um.

4. Schwerpunkt Agenturdienstleistungen:

Pos.	1. Lehrjahr	2. Lehrjahr	3. Lehrjahr
1.	Ausbildungsbereich: Kommunikations- und Marketingkampagnen gestalten Der Lehrling ...		
1.3	arbeitet in Marktforschungsprojekten mit (zB bei der Datenerhebung).		
1.4	kennt die verschiedenen betrieblichen Möglichkeiten, Kommunikationsprojekte und Kampagnen zu gestalten.		–
1.5	übernimmt einfache Arbeiten bei der Kampagnenentwicklung bzw. Durchführung (zB Recherche).		nimmt an der Entwicklung und Durchführung von Projekten und Kampagnen in den Bereichen Werbung, Verkaufsförderung, PR, Sponsoring sowie Event- und Direktmarketing teil.
1.6	–	–	erstellt einfache redaktionelle Beiträge für verschiedene Medien und bereitet Presseinformationen vor (zB den Versand von Presseaussendungen, Mitwirkung an der Organisation von Pressekonferenzen).
1.7	–	–	misst den Erfolg von Kampagnen mit Hilfe von vorab festgelegten Indikatoren.
2.	Ausbildungsbereich: Mediaplanung und -einkauf Der Lehrling ...		
2.1	unterstützt die Konzeption von Medienplänen (Recherche, Aufbereitung etc.).		
	–	–	kommuniziert zielgruppengerecht mit Partnern aus Vertrieb, Journalismus etc.
2.2	administriert den Medieneinkauf bzw. die Medienbuchung (zB Recherche, Verrechnung)		vergibt entsprechend den betrieblichen Regelungen Aufträge an Medien und Kooperationspartner (Platzieren von Anzeigen, Vereinbarungen von Medienkooperationen).
2.3	kontrolliert die korrekte Veröffentlichung (zB Zeitpunkt, Anzahl der Schaltungen, Inhalt, Qualität von Anzeigen)		–
3.	Ausbildungsbereich: Medienrecherche Der Lehrling ...		
3.1	recherchiert nach Vorgabe in online- und offline-Medien.		beschafft sich fehlende Kenntnisse über den betreffenden Markt (durch Kooperationen mit Kollegen, Nützen des persönlichen Netzwerks etc.)
3.2	bereitet Rechercheergebnisse zielgruppengerecht auf.		
4.	Ausbildungsbereich: Medienbeobachtung und -analyse Der Lehrling ...		
4.1	beobachtet nach Vorgaben Beiträge in Medien (zB Sammlung von Presseclippings).		führt Medienbeobachtungen durch.

Pos.	1. Lehrjahr	2. Lehrjahr	3. Lehrjahr
4.2	bereitet ausgewertete Daten der Medienbeobachtung und -analyse für Kunden auf.		–
4.3	–	–	bewertet analysierte Daten und leitet Schlüsse aus seiner Beobachtung und Analyse ab.

(3) Bei der Vermittlung sämtlicher Berufsbildpositionen ist den Bestimmungen des Kinder- und Jugendlichen-Beschäftigungsgesetzes 1987 (KJBG), BGBl. Nr. 599/1987, und der KJBG-VO, BGBl. II Nr. 436/1998, zu entsprechen.

Lehrabschlussprüfung

Allgemeine Bestimmungen

§ 4. (1) Die Lehrabschlussprüfung gliedert sich in eine theoretische und praktische Prüfung.

(2) Die theoretische Prüfung ist grundsätzlich vor der praktischen Prüfung abzuhalten.

(3) Die theoretische Prüfung entfällt, wenn der Prüfungskandidat/die Prüfungskandidatin die letzte Klasse der fachlichen Berufsschule positiv absolviert oder den erfolgreichen Abschluss einer die Lehrzeit ersetzenden berufsbildenden mittleren oder höheren Schule nachgewiesen hat.

(4) Die Aufgaben der Lehrabschlussprüfung haben nach Umfang und Niveau deren Zweck und den Anforderungen der Berufspraxis zu entsprechen.

(5) Die Verwendung von Rechenbehelfen ist zulässig.

Theoretische Prüfung

§ 5. (1) Die Prüfung umfasst den Gegenstand Grundlagen der Medienwirtschaft. Der Prüfungskandidat/die Prüfungskandidatin hat Aufgaben aus folgenden Bereichen zu bearbeiten:

1. Die Medienwirtschaft (Bereiche, Aufgaben, Produkte und Dienstleistungen),
2. Grundlagen der Informations- und Kommunikationstechnik,
3. Marketing,
4. Kalkulation betrieblicher Leistungen,
5. Konzeption von Medienprodukten und Mediendienstleistungen,
6. Projektmanagement.

(2) Für die Bewertung sind folgende Kriterien maßgebend:

1. fachliche Richtigkeit,
2. Vollständigkeit der Aufgabenlösung.

(3) Die Aufgaben sind so zu stellen, dass sie in der Regel in 150 Minuten bearbeitet werden können. Die Prüfung ist nach 180 Minuten zu beenden.

Praktische Prüfung

§ 6. Die praktische Prüfung gliedert sich in die Gegenstände Prüfarbeit und Fachgespräch.

Prüfarbeit

§ 7. (1) Die Prüfung erfolgt computerunterstützt.

(2) Der Prüfungskandidat/die Prüfungskandidatin hat entsprechend der gewählten Schwerpunktausbildung für ein Online-Marketing-Produkt oder eine Website oder ein Grafik-, Print- und Publishingprodukt oder eine Agenturdienstleistung folgende Aufgaben auf Grundlage eines von der Prüfungskommission vorgegebenen Kundenauftrags zu bearbeiten:

1. Konzeption des Produktes bzw. der Dienstleistung,
2. Entwickeln von Qualitätsgrundsätzen für das Produkt bzw. die Dienstleistung,
3. Erstellen eines Angebots für das konzipierte Produkt bzw. die Dienstleistung,
4. Ausarbeiten eines Projektplanes für den Kundenauftrag,
5. Umsetzen eines Teiles des konzipierten Produktes bzw. der Dienstleistung,
6. Selbstbeurteilung der erbrachten Projektumsetzung.

(3) Für die Bewertung sind folgende Kriterien maßgebend:

1. Kundenorientierung,
2. Effizienz in Planung und Umsetzung,

3. fachgerechte Umsetzung,
4. Fähigkeit zu Selbstreflexion und -beurteilung.

(4) Die Aufgaben sind von der Prüfungskommission so zu konzipieren, dass sie in sechs Stunden bearbeitet werden können. Die Prüfung ist nach acht Stunden zu beenden.

Fachgespräch

§ 8. (1) Das Fachgespräch ist vor der gesamten Prüfungskommission abzulegen.

(2) Die Aufgaben sind so zu stellen, dass der Prüfungskandidat/die Prüfungskandidatin die Möglichkeit hat, die erworbenen beruflichen Kompetenzen möglichst umfassend darzustellen.

(3) Gegenstand des Fachgesprächs ist die Simulation eines Gesprächs mit einem (potenziellen) Kunden in einer beruflichen Alltagssituation, wie Anfragen zu betrieblichen Leistungen, Projektakquise, Entwickeln von Lösungsszenarien oder Umgang mit Reklamationen.

(4) Zur Beurteilung des Fachgesprächs sind folgende Kriterien heranzuziehen:

1. inhaltliche Plausibilität,
2. Kommunikations- und Präsentationsverhalten.

(5) Alternativ zu den Bestimmungen in Abs. 3 kann der Prüfungskandidat/die Prüfungskandidatin ein betriebliches Projekt präsentieren. Im Rahmen dieser Projektaufgabe hat der der Prüfungskandidat/die Prüfungskandidatin einen betrieblichen Kundenauftrag (Produkt oder Dienstleistung) zu präsentieren. In der Präsentation sind folgende Punkte darzustellen:

1. Gegenstand des Kundenauftrags,
2. Erbrachte Leistungen des Prüfungskandidaten/der Prüfungskandidatin im Rahmen der Konzeptentwicklung, der Projektplanung, der Umsetzung von Produkt bzw. Dienstleistung sowie der Qualitätssicherung.

Im Anschluss daran hat die Prüfungskommission die Möglichkeit, Fragen zum betrieblichen Projekt zu stellen.

(6) In der Einladung zur Lehrabschlussprüfung hat die Lehrlingsstelle den Prüfungskandidaten/die Prüfungskandidatin über die Wahlmöglichkeit im Gegenstand Fachgespräch und über die möglichen Präsentationsmedien (z. B. Flip-Chart, Präsentationsprogramm, Plakat, Handout) zu informieren.

(7) Der Prüfungskandidat/die Prüfungskandidatin hat zwei Wochen vor dem Prüfungstermin der zuständigen Lehrlingsstelle bekannt zu geben, dass er/sie ein betriebliches Projekt gemäß Abs. 5 ablegen und welche Präsentationsmedien er/sie einsetzen möchte. Erfolgt keine oder eine verspätete Bekanntgabe, wird das Fachgespräch gem. Abs. 3 abgehalten.

(8) Zur Beurteilung der Projektpräsentation sind folgende Kriterien heranzuziehen:

1. inhaltliche Plausibilität,
2. Präsentationsverhalten und -technik,
3. Fähigkeit zur Selbstreflexion.

(9) Die Prüfung soll für jeden Prüfungskandidaten/jede Prüfungskandidatin zumindest 15 Minuten dauern. Sie ist in jedem Fall nach 25 Minuten zu beenden. Im Falle der Präsentation eines betrieblichen Projektes stehen dem Prüfungskandidaten/der Prüfungskandidatin 10 Minuten für die Präsentation zur Verfügung.

Wiederholungsprüfung

§ 9. (1) Die Lehrabschlussprüfung kann wiederholt werden.

(2) Bei der Wiederholung der Prüfung sind nur die mit „Nicht genügend“ bewerteten Prüfungsgegenstände zu prüfen.

Zusatzprüfung

§ 10. (1) Nach erfolgreich abgelegter Lehrabschlussprüfung in einem Schwerpunkt des Lehrberufs Medienfachmann/Medienfachfrau gemäß dieser Verordnung oder erfolgreich abgelegter Lehrabschlussprüfung in den Lehrberufen Medienfachmann/Medienfachfrau – Mediendesign, Medienfachmann/Medienfachfrau – Marktkommunikation und Werbung und Medienfachmann/Medienfachfrau – Medientechnik kann unter Berücksichtigung von Abs. 2 eine Zusatzprüfung gemäß § 27 Abs. 1 des Berufsausbildungsgesetzes in einem Schwerpunkt des Lehrberufs Medienfachmann/Medienfachfrau gemäß dieser Verordnung abgelegt werden.

(2) Eine Zusatzprüfung in dem Schwerpunkt dessen Bezeichnung gemäß § 11 geführt werden darf, ist nicht möglich.

(3) Die Zusatzprüfung in einem Schwerpunkt hat sich in diesem Fall auf die Gegenstände Prüfearbeit und Fachgespräch zu erstrecken. Für diese Zusatzprüfungen gelten §§ 6, 7, 8 und 9 sinngemäß.

Übergangsbestimmungen

§ 11. Personen, die die Lehrabschlussprüfung in den folgenden Lehrberufen abgelegt haben, sind auf Grund des § 24 Abs. 5 des Berufsausbildungsgesetzes, BGBl. Nr. 142/1969, zuletzt geändert durch das Bundesgesetz BGBl. I Nr. 78/2015 zur Führung der nachfolgenden Bezeichnung berechtigt:

1. Medienfachmann/Medienfachfrau – Marktkommunikation und Werbung: Medienfachmann/
Medienfachfrau – Schwerpunkt Agenturdienstleistungen
2. Medienfachmann/Medienfachfrau – Mediendesign: Medienfachmann/Medienfachfrau –
Schwerpunkt Grafik, Print, Publishing und audiovisuelle Medien (Audio, Video und Animation)

Evaluierung

§ 12. Die Zweckmäßigkeit der Ausbildung im Lehrberuf Medienfachmann/Medienfachfrau ist mit wissenschaftlicher Begleitung zu evaluieren. Der Bundes-Berufsausbildungsbeirat hat bis zum 31.12.2022 ein Gutachten (Befund, Motivenbericht und Schlussfolgerungen) über die Überführung des Lehrberufes Medienfachmann/Medienfachfrau in die Regelausbildung an die Bundesministerin für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort zu erstatten. Sofern bei der Erarbeitung eines Gutachtens keine Stimmeneinhelligkeit zustande kommt, ist gemäß § 31 Abs. 7 BAG vorzugehen.

Inkrafttreten und Schlussbestimmungen

§ 13. (1) Die Bestimmungen der §§ 1 bis 3 und 11 betreffend der Ausbildungsordnung für den Lehrberuf Medienfachmann/Medienfachfrau treten mit 1. Juni 2018 in Kraft.

(2) Die Bestimmungen der §§ 4 bis 10 betreffend der Lehrabschlussprüfung für den Lehrberuf Medienfachmann/Medienfachfrau treten mit 1. Januar 2019 in Kraft.

(3) Die Bestimmungen der §§ 1 bis 4, 14 bis 16 und 26 bis 28 betreffend die Ausbildungsordnung für die Lehrberufe in der Medienwirtschaft (Medienfachmann/Medienfachfrau-Ausbildungsordnung), BGBl. II Nr. 150/2006, treten unbeschadet Abs. 5 mit Ablauf des 31. Mai 2018 außer Kraft. In diese Lehrberufe kann unbeschadet Abs. 6 ab 1. Juni 2018 nicht mehr eingetreten werden.

(4) Die Bestimmungen der §§ 5 bis 13, 17 bis 25 und 29 bis 36 betreffend die Lehrabschlussprüfung für die Lehrberufe in der Medienwirtschaft (Medienfachmann/Medienfachfrau-Ausbildungsordnung), BGBl. II Nr. 150/2006, treten unbeschadet Abs. 5 und Abs. 6 mit Ablauf des 31. Dezember 2018 außer Kraft.

(5) Lehrlinge, die am 31. Mai 2018 in den Lehrberufen in der Medienwirtschaft (Medienfachmann/Medienfachfrau-Ausbildungsordnung), BGBl. II Nr. 150/2006, ausgebildet werden, können gemäß den in Abs. 3 angeführten Ausbildungsordnungen bis zum Ende der vereinbarten Lehrzeit weiter ausgebildet werden und können bis ein Jahr nach Ablauf der vereinbarten Lehrzeit zur Lehrabschlussprüfung gemäß der in Abs. 4 angeführten Prüfungsordnung antreten.

(6) Die Ausbildungsordnung für den Lehrberuf Medienfachmann/Medienfachfrau ist für Lehrverhältnisse ab dem 1. Juni 2018 mit der Maßgabe anzuwenden, dass in solche Lehrverhältnisse nur aufsteigend nach Lehrjahren eingetreten werden kann. Für Lehrlinge, deren erstes Lehrjahr vor dem 31. Mai 2019, deren zweites Lehrjahr vor dem 31. Mai 2020 oder deren drittes Lehrjahr vor dem 31. Mai 2021 endet, sind die Ausbildungsordnungen für die Lehrberufe in der Medienwirtschaft (Medienfachmann/Medienfachfrau-Ausbildungsordnung), BGBl. II Nr. 150/2006, gemäß Abs. 3 weiterhin anzuwenden, auch wenn dies auf der Anrechnung von Lehr- oder Ausbildungszeiten beruht. Diese Lehrlinge können bis ein Jahr nach Ablauf der vereinbarten Lehrzeit zur Lehrabschlussprüfung auf Grund der in den Ausbildungsordnungen gemäß Abs. 4 enthaltenen Prüfungsordnungen antreten.