



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung



Meisterhafte Bilder und Töne

**Geprüfter Meister/Geprüfte Meisterin Medienproduktion Bild und Ton
Neue Aufstiegsfortbildung für die AV-Medienwirtschaft**

BILDUNG



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

Meisterhafte Bilder und Töne

**Geprüfter Meister/Geprüfte Meisterin Medienproduktion Bild und Ton
Neue Aufstiegsfortbildung für die AV-Medienwirtschaft**

Inhalt

I. Der Medienmarkt in der Online-Welt	
Eine heterogene Branche differenziert sich weiter aus	3
II. Gefragt ist, wer Betrieb, Projekte und Technik managen kann	
Qualifikationsanforderungen an mittlere Führungskräfte und selbstständige Chefs	6
III. Karrierepfad	
Das Profil: Geprüfte/r Meister/in Medienproduktion Bild und Ton	8
IV. Nutzen für Weiterbildungswillige und Unternehmen	
Ob angestellt oder selbstständig: Neue Aufgaben kompetent meistern	10
V. Aufwand, Kosten und Lernwege	
Zeit und Geld investieren	12
Die Wahl des Kursanbieters	13
Anhang	
Häufig gestellte Fragen	15
Webadressen	17

I. Der Medienmarkt in der Online-Welt

Eine heterogene Branche differenziert sich weiter aus

Jedes Jahr trifft sich bei den „Medientagen München“ die Branche in ihrer Vielgestaltigkeit: Zeitungsmacher und Spieleproduzenten, Werbespezialisten und Radioleute, die politischen Strippenzieher, die geschäftlichen Trendsetter, die Gerätehersteller und die Kreativen. Wer wissen will, wohin in einer bestimmten Mediensparte die Reise geht, kann sich schon grob an den Titeln der angebotenen Referate orientieren.

In der Sparte „TV, Film, Video“ kam 2012 keiner der Vortragenden am Thema Online vorbei: „TV meets Digital Natives – Chance oder Risiko?“ hieß es auf gut Neudeutsch. „Web-TV und Internetportale – Wird klassisches Fernsehen obsolet?“ Oder: „Social TV Apps – Warum die neuen Advertising Models so profitabel sind“.

Das ist das Umfeld, in dem sich inzwischen öffentlich-rechtliche und private Rundfunk- und Fernsehanbieter sowie ihre AV-Dienstleister bewegen. Das Internet ist einerseits ein weiterer Verbreitungskanal medialer Inhalte, andererseits aber selbst ein neues Medium, das seine eigene Sprache, seine eigenen Formen sucht. Ton-, Film- und Videoproduzenten, Anbieter von Medientechnik und technischen Diensten, Internet- und Onlinespezialisten erleben, dass zudem ihre Geschäftsfelder und Gewerke immer stärker zusammen wachsen. Dennoch muss jeder ein eigenes, scharf abgegrenztes Profil als Profi entwickeln. Denn Alles-ein-bisschen-Könner setzen sich auf längere Frist nicht durch.

Sprach man früher von „trimedialer Produktion“, war gemeint, dass ein und derselbe mediale Inhalt in Text-, Audio- und Videoform gebracht und für die Veröffentlichungswege Zeitung, Radio und Fernsehen aufbereitet wurde. Nun versteht man darunter, aus einer Hand Hörfunk, Fernsehen und Online-Plattformen zu bedienen.

Und die Entwicklung geht rasant weiter. Nur ein Beispiel: TV-Anbieter testen beispielsweise bereits neue Bewegtbildangebote im Internet und für mobile Endgeräte. Eine offene Entwicklung mit weitreichenden technischen, arbeitsorganisatorischen und betriebswirtschaftlichen Folgen.

Die Suchbewegungen und Neuerungen in der Branche haben viel mit der „Kundschaft“ zu tun, die erreicht werden soll. Das Publikum wendet sich zunehmend neuen Verbreitungskanälen und Medienangeboten zu. Immer öfter werden die traditionellen Nutzer/innen selbst zu Gestaltenden. Die netzaffine junge Generation denkt bei Bild- und Tonproduktionen an Filme, die im Internet jederzeit abrufbar sind oder bestenfalls ans Kino, kaum jedoch ans Fernsehprogramm mit seinen starren Sendezeiten. Wer sie gewinnen will, muss auf ein stark verändertes Konsumverhalten eingehen, muss beispielsweise auch Möglichkeiten bieten, wie die „User“ selbst Inhalte und Wünsche an die Anbieter zurückspielen können, muss Schnittstellen zwischen den traditionellen AV-Medien und sozialen Netzwerken vorsehen.

Die globale Wettbewerbssituation verändert sich: Vor knapp drei Jahrzehnten begann die Konkurrenz zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Sendeanstalten. Im Moment rangeln die Rundfunkhäuser mit den Verlagen um die Vormachtstellung im Internet. Tatsächlich aber sei es höchste Zeit, sagen Branchenkenner, dass sich die traditionellen Text-, Ton- und Bildanbieter zusammen tun, um gemeinsam der stetig zunehmenden Marktmacht von Google, Youtube, Amazon, etc. entgegen zu treten.

Damit nicht genug der Herausforderungen: Die AV-Branche muss die Jüngeren auch als Mitarbeiter/innen gewinnen. Und zugleich fähig sein, mit dem Pfund an Erfahrungen, das die „Alten“ mitbringen, zu wuchern. Viel ist in diesem Zusammenhang vom Personalmanagement angesichts des demografischen Wandels die Rede, von alters-integrativen Prozessen und Strategien, von der Vermeidung des häufig prognostizierten Fachkräftemangels.

Die Heterogenität der Branche kommt schließlich auch in Größe und Struktur der Unternehmen zum Ausdruck: Audiovisuelle Dienstleister sind oft Kleinbetriebe mit höchstens zehn Beschäftigten. Am anderen Ende des Spektrums stehen die großen öffentlich-rechtlichen bzw. privaten Sendeanstalten, die Tausende von Mitarbeiter/innen beschäftigen, viele davon als „Freie“.



II. Gefragt ist, wer Betrieb, Projekte und Technik managen kann

Qualifikationsanforderungen an mittlere Führungskräfte und selbstständige Chefs

Wer im skizzierten Wirtschaftssegment eine eigene kleine Firma hat oder bei einem größeren AV-Unternehmen Projekte eigenständig leitet, muss nicht nur in mindestens einem einschlägigen Fach kompetent sein - im Licht setzen oder in der Kameraführung, in der Bildmischung oder der Tontechnik. Vielmehr sind Führungsqualitäten sowohl im Produktions- als auch im Personalbereich erforderlich. Und das Wissen, wie man Qualitätssicherung betreibt, gehört selbstverständlich dazu. Aber selbst das ist nur die Grundlage.

Meister/innen Medienproduktion Bild und Ton müssen als mittlere Führungskräfte darüber hinaus technische Konzepte entwickeln, Projekte kalkulieren und planen können. Ihre Aufgabe ist es, Arbeitsprozesse zu organisieren und sowohl die gestalterischen Erfordernisse als auch die betriebswirtschaftlichen Eckdaten nicht aus dem Auge zu verlieren.

Projekt- und Arbeitsteams zu leiten, gehört ebenfalls zu den Kernaufgaben. Die Meister/innen können die Mitarbeiter/innen technisch oder gestalterisch anleiten und übernehmen Ausbildungsverantwortung. Bei all dem benötigen sie ausgeprägte kommunikative und soziale Kompetenzen, spielen sie doch eine wichtige Mittlerrolle zwischen Hierarchieebenen, zwischen externen und internen Anbietern, zwischen verschiedenen Gewerken und Fachrichtungen. Zu den Anforderungen an die mittleren Führungskräfte (oder an selbstständige Chefs) gehört es auch, Beschäftigte zu motivieren, die Kooperation untereinander zu fördern und bei Konflikten nach Lösungen zu suchen.



Dass die genannten Kompetenzen je nach Projekt und Einsatzfeld in der Praxis oft in sehr unterschiedlicher Intensität abgefragt werden, versteht sich von selbst. Wer keine Budgetverantwortung übertragen bekommt, kann so manche betriebswirtschaftliche Abwägung auch gut den Zuständigen überlassen. Wer ausgefuchster Technik-Profi ist, wird sich bei gestalterischen Fragen gern auf den Sachverstand der Kolleg/innen verlassen. Wer die eigene kleine AV-Dienstleistungsfirma erfolgreich am Markt halten will, wird Branchenentwicklungen mit größerem Nachdruck verfolgen müssen als etwa eine in die Senderhierarchie eingebundene mittlere Führungskraft.

III. Karrierepfad

Das Profil: Geprüfte/r Meister/in Medienproduktion Bild und Ton

Seit 1. August 2012 gilt die Verordnung für diesen anerkannten Fortbildungsabschluss. Wie bei allen Aufstiegsfortbildungen üblich, wird zur Meisterprüfung nur zugelassen, wer bereits einschlägige Erfahrung im jeweiligen Metier, also „berufliche Handlungsfähigkeit“ nachweisen kann. Am leichtesten fällt das jenen jungen Leuten, die Mediengestalter/innen Bild und Ton oder Film- und Videoeditor/innen gelernt und nach der Ausbildung mindestens ein Jahr Erfahrung im Beruf gesammelt haben.

Aber auch andere Wege sind möglich: Die Ausbildung in einem anderen gewerblich-technischen Beruf eröffnet nach zwei Jahren Praxis die Chance zur Aufstiegsfortbildung für die AV-Wirtschaft. Zugelassen wird auch, wer mindestens fünf Jahre im Arbeitsfeld Bild- und Tonproduktion Erfahrungen gesammelt hat. Und schließlich kann ein anderer Nachweis für die vorhandenen Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten in der Medienproduktion erbracht werden.

Wer auf diesem Karrierepfad weitergehen und Meister/in des Fachs werden will, muss tief in das Betriebs- und Projektmanagement der Sparte eintauchen. So gehört die Personalführung zwar zu den selbstverständlichen Pflichten auf allen mittleren Leitungspositionen. Doch auf Meister/innen in der Medienproduktion Bild und Ton kommen dabei ganz spezielle Anforderungen zu: Sie müssen beispielsweise die Arbeit von festen und freien Mitarbeiter/innen koordinieren sowie interdisziplinäre Teams für zeitlich befristete Produktionseinsätze zusammenhalten.

Aus dem projektbezogenen Einsatz von Fremdpersonal und Fremdfirmen erwachsen ganz eigene organisatorische Aufgaben, eng verknüpft mit speziellen rechtlichen Rahmenbedingungen. Dazu kommen Anforderungen, die von der Produktionsform abhängen:

Wird eine Studioaufnahme oder eine Livesendung gemacht? Sind Präsentationen, Sportveranstaltungen, Konzerte oder Festivals in Bild und Ton festzuhalten? Wurde ein fiktionales Stück in Auftrag gegeben oder soll ein Multimediaprodukt entstehen?

Meister/innen für Bild und Ton müssen alle berufsgenossenschaftlichen Vorschriften beherrschen, auf die sonst eine Fachkraft für Veranstaltungstechnik achtet. Und sie benötigen fundiertes Wissen über Urheber-, Verwertungs- und Persönlichkeitsrechte.

Diese Beispiele zeigen, warum für Mediengestalter/innen Bild und Ton sowie für Film- und Videoeditor/innen dieser eigene Aufstiegsweg geschaffen wurde. Bisher konnten sie sich zwar zu Medienfachwirt/innen fortbilden – doch dieses Profil stellte sich als zu unspezifisch für die besonderen Anforderungen des eigenen Metiers heraus.

In der Prüfung müssen nun angehende Meister/innen Medienproduktion Bild und Ton beweisen, dass sie zu Führung und Organisation des Betriebsmanagements in der Lage sind. Dies geschieht, indem sie eine schriftliche Situationsaufgabe bearbeiten – also etwa eine Marktanalyse betreiben - und indem sie in einem Rollenspiel Führungskompetenz zeigen.

Der zweite Komplex der Prüfung umfasst Projektvorbereitung, -realisation und -abschluss. Dazu muss eine schriftliche Situationsaufgabe bearbeitet und danach in einem Fachgespräch fundiert werden. Im übrigen müssen alle Prüflinge gesondert ihre berufs- und arbeitspädagogischen Qualifikationen nach der Ausbilder-Eignungsverordnung (AEVO) unter Beweis stellen, vor allem – aber nicht nur – als Gewähr dafür, dass sie die Grundvoraussetzungen beherrschen, um selbst Berufseinsteiger/innen für die Bild- und Ton-Welt auszubilden.

IV. Nutzen für Weiterbildungswillige und Unternehmen

Ob angestellt oder selbstständig: Neue Aufgaben kompetent meistern

Viele junge Leute haben in den vergangenen Jahren die Berufe Mediengestalter/in Bild und Ton oder auch Film- und Video-Editor/in gelernt. Im Schnitt schließen pro Jahr insgesamt etwa 700 Absolvent/innen ihre Ausbildung in einem der beiden Berufe ab. Als Faustregel unter Berufsbildungsfachleuten gilt, dass etwa zehn Prozent der Ausgelernten früher oder später den Weg einer Aufstiegsfortbildung wählen.

Mediengestalter/innen Bild und Ton arbeiten oft gleich nach der Ausbildung als Selbstständige weiter und sammeln so erste Berufserfahrung. Wenn sie im nächsten Schritt die Meister-Fortbildung machen, verschaffen sie sich Vorteile in zweierlei Hinsicht: Wer nicht nur fachlich gut ist, sondern auch etwas von Betriebs- und Projekt-



management versteht, kann das eigene Kleinunternehmen besser führen. Und: Solo-Selbstständige mit dem Meistertitel – und entsprechenden Kompetenzen – heben sich am Markt von anderen ab, setzen sich leichter durch. Reizvoll ist für fähige AV-Fachleute ohne Hochschulreife aber auch die Aussicht, mit dem Meistertitel die Studienberechtigung zu erwerben.

Gedacht ist die Aufstiegsfortbildung vor allem auch für fachlich Versierte, die mittlere Führungsaufgaben im Unternehmen übernehmen sollen. Da hilft es, sich vorab das Know-how im Umgang mit Personal, Zeitplänen und Zahlen anzueignen. Und viele Quereinsteiger/innen in der AV-Branche, die seit Jahren gut in ihrem Metier sind, aber keine formale Qualifikation nachweisen können, haben dann mit dem Meister endlich auch einmal einen anerkannten Abschluss in der Tasche.

Es gibt eine Reihe von erfolgreichen AV-Dienstleistern, deren Gründer ins Pensionsalter kommen und kompetente Nachfolger suchen. Wer würde sich besser eignen, als erfahrene und anerkannte Beschäftigte aus dem eigenen Betrieb, die sich mit Hilfe der Meisterfortbildung das Rüstzeug holen, um in die Fußstapfen des Chefs zu treten?

Auch für Menschen mit Studium kann die Aufstiegsqualifizierung ein Karriereschritt sein: In privaten und öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ergeben sich beispielsweise neue Aufgaben in der Produktionsleitung, die bisher technischen Profis mit einem betriebswirtschaftlichen Abschluss übertragen wurden. Die praxisnahe Auseinandersetzung mit Projektorganisation, Workflow und Personalführung im Meisterkurs kann hier das bisher fehlende Bindeglied sein und die notwendige Befähigung für die Position komplettieren.

Interessant für Weiterbildungswillige und ihre Vorgesetzten im AV-Betrieb ist, dass mit dem Meisterbrief auch die Ausbildungseignung erworben wird. Das hilft, die Qualifizierung von Azubis zu professionalisieren und erleichtert es, allgemein verbindliche Standards in einer Branche zu setzen, in der die duale Berufsausbildung noch keine zwanzig Jahre Tradition hat.

V. Aufwand, Kosten und Lernwege

Zeit und Geld investieren

Der Fernsehproduzent kommt ins Pensionsalter. Er will seinen mittelständischen Betrieb einem gewieften Nachfolger überlassen. Die neue Meisterausbildung kommt da gerade recht – und der Chef ist bereit, alle entstehenden Kosten zu übernehmen und den Junior fürs Lernen voll von der Arbeit freizustellen.

Ein mögliches – aber ein sehr ungewöhnliches Szenario. Sehr viel häufiger ist es, dass die Aufstiegswilligen ihr eigenes Geld und ihre (Frei)zeit für die Fortbildung investieren müssen. Es gibt darüber hinaus viele Unternehmen, die bereit sind, die Belastungen von Kurs und Prüfung mit den Meister/innen in spe teilen. Denkbar sind Zuschüsse, Teilfreistellungen, Sonderurlaub usw. Bei den großen Fernseh- und Filmanstalten lohnt es sich auszuloten, ob in Dienst- oder Betriebsvereinbarungen passende Fördermöglichkeiten geregelt sind. In einigen Bundesländern kann Bildungsurlaub in Anspruch genommen werden, etwa für die Vorbereitung auf die Ausbilder-eignungsprüfung.

Außerdem gibt es das „Meister-BAföG“, das Stipendium nach dem Aufstiegsfortbildungsförderungsgesetz (AFBG). Meister-BAföG kann beantragen, wer sich auf die Meister-, Techniker- oder Betriebswirte-Prüfung vorbereitet. Es kommt nicht nur Festangestellten zugute, sondern gerade auch festen Freien, auf Produktionsbasis Beschäftigten, Selbstständigen und Kleinstunternehmern. Gefördert werden Voll- und Teilzeitmaßnahmen. Es gibt Zuschüsse und zinsbegünstigte Darlehen sowie besondere Konditionen, um Familien und Alleinerziehende zu entlasten.

Aufstiegswillige können ihre Kosten für Schulung und Erstellung des Prüfungsstücks verringern sowie einen Beitrag zum Lebensunterhalt beantragen. Meister-Bafög wird nicht einfach so gewährt: Die

Vorbereitungskurse und ihre Veranstalter müssen bestimmte Kriterien erfüllen. Alles weitere unter: www.meister-bafoeg.info.

Die Wahl des Kursanbieters

Noch ist der Anbietermarkt in Bewegung: In Hamburg, Köln, Leipzig und Nürnberg erwägen oder planen auf AV-Medien spezialisierte Bildungsinstitute Kurse, in denen sich angehende Meister/innen Medienproduktion Bild und Ton auf die Abschlussprüfung vor der jeweiligen Industrie- und Handelskammer (IHK) vorbereiten können.

Wer sich also nach dem passenden Kursanbieter umschauchen möchte, sollte Vergleiche und Abwägungen zu Zeitaufwand, Inhalten und Kosten anstellen. Ein bestehender, aber selten genutzter Weg bei allen Aufstiegsfortbildungen ist es, den Prüfungsstoff ganz allein zu bewältigen.

Stichwort Zeit. Empfohlen werden Bildungsmaßnahmen, die ein Unterrichtsvolumen von 700 bis 800 Stunden vorsehen. In der Regel wird es sich um berufsbegleitende Angebote handeln, die sich über zwei Jahre erstrecken und eine intensive Phase der Prüfungsvorbereitung einschließen. Doch es gibt große Unterschiede bei der Organisation der Lehr- und Lernphasen. Die klassische Form sieht den Samstag als Unterrichtstag vor, plus ein bis zwei Abende in der Woche. Es fragt sich allerdings, ob dieses Zeitschema für Beschäftigte der AV-Branche mit ungewöhnlichen Arbeitszeiten und oft schlecht planbaren Tagesabläufen geeignet ist. Eine andere Möglichkeit besteht darin, Kursmodule blockweise – etwa von Montag bis Samstag – anzubieten.

Es ist absehbar, dass die Bildungsinstitute kaum an einem ausgefeilten Blended-Learning-Konzept vorbei kommen. Es geht dabei darum, Präsenzlernen mit selbstorganisierten Lernphasen zu kombinieren, die durchaus nicht isoliert im stillen Kämmerlein absolviert werden müssen. Denn Computer und Internet eröffnen vielfältige Möglichkeiten, um zeitversetzt und an unterschiedlichen Orten

dennoch gemeinsam an Aufgaben und Projekten zu arbeiten, um sich in Online-Konferenzen mit den anderen Teilnehmer/innen und mit Dozent/innen auszutauschen. Und trotzdem gilt zugleich: Wer projektorientiert lernen, wer interagieren soll, braucht Phasen, in denen alle Akteure real präsent und greifbar sind.

Stichwort Inhalte. Verordnung, Rahmenlehrplan und Musterprüfungsaufgaben lassen deutlich erkennen, was ein Vorbereitungskurs beinhalten muss. Dennoch kommt es gerade bei der Führung und Organisation des Betriebsmanagements in einem AV-Betrieb nicht nur auf reines Lehrbuchwissen an, sondern auf einen intensiven Erfahrungsaustausch zwischen alten Hasen und Newcomern der Branche. Das muss der Kursanbieter zu bewerkstelligen wissen.

Stichwort Kosten. Zu der Kursgebühr kommen Prüfungsgebühren und die zusätzlichen Aufwendungen für die vorgeschriebene Ausbildereignungsprüfung. Vor allem aber werden für die meisten Fortbildungswilligen Fahrt- und/oder Übernachtungskosten zu Buche schlagen, wenn sie nicht gerade zufällig an einem der wenigen Orte leben, an denen Kurse angeboten werden.



Anhang

Häufig gestellte Fragen

Können Fortbildungskosten steuerlich abgesetzt werden?

Als Betriebsausgaben (bei Selbstständigen) bzw. Werbungskosten (bei Arbeitnehmer/innen) können u. a. abgezogen werden: Lehrgangs- und Prüfungsgebühren für eine Aufstiegsfortbildung, Arbeitsmittel und Fachliteratur, Fahrten zwischen Wohn- und Ausbildungsort, Verpflegungsmehraufwand sowie Kosten bei auswärtiger Unterbringung.

Wie finde ich heraus, welcher Kurs für mich richtig ist?

Den ersten Überblick über die angebotenen Schulungen bieten in der Regel die Webseiten www.kursnet.arbeitsagentur.de und www.wis.ihk.de. Allerdings kann es – bei ganz neu erlassenen Aufstiegsprofilen wie Meister/in Medienproduktion Bild und Ton zu Verzögerungen kommen. Dann hilft eine Nachfrage beim eigenen Berufsverband, bei der Gewerkschaft oder bei der örtlichen IHK. Oft ist eine persönliche Weiterbildungsberatung nützlich: im Betrieb, bei der Gewerkschaft oder der IHK oder bei kommunalen, trägerunabhängigen Bildungsberatungen. Das Bundesinstitut für Berufsbildung hat einen Leitfaden mit Qualitätskriterien entwickelt, auf die es bei Kursen ankommt (s. Webadressen).

Wo kann ich mich prüfen lassen?

Grundsätzlich ist in der Datenbank www.wis.ihk.de aufgeführt, welche IHK welchen Abschluss prüft. Detailauskünfte erteilen die Mitarbeiter/innen der örtlichen IHK. Kontaktdaten sind unter www.dihk.de zu finden.

Wie steht es mit der Anrechenbarkeit beruflicher Qualifikationen auf Hochschulleistungen?

Der jeweils aktuellste Stand lässt sich unter <http://ankom.his.de> nachlesen. Bis 2014 unterstützt das Bundesbildungsministerium in einer Reihe von Bundesländern entsprechende Initiativen und unterstützende Maßnahmen an Hochschulen. Erklärter politischer Wille ist es, die Durchlässigkeit von beruflicher in die hochschulische Bildung zu fördern.

Bringt mich ein einschlägiges Studium weiter als die Meisterfortbildung?

Es gibt eine fast unübersehbare Auswahl von Studienmöglichkeiten für Aufstiegswillige: Bachelor of Engineering (Audiovisuelle Medien), BA in Medientechnik, in Betriebswirtschaft, Marketing- und Medienmanagement, Master in Medienmanagement oder in Businessmanagement Medien, usw. Doch diese Vielfalt hat nicht nur Vorteile: Wer beherrscht was nach dem Abschluss? Das ist für Studierende und ihre potenziellen Arbeitgeber nicht immer leicht heraus zu finden. Aus diesem Grund bevorzugen oft gerade diejenigen, die in die AV-Wirtschaft über eine duale Ausbildung eingestiegen sind, eine berufsbegleitende Aufstiegsfortbildung gegenüber einem Besuch der Hochschule.

Webadressen

<http://berufenet.arbeitsagentur.de>

Hier findet sich auch eine komprimierte Übersicht zum Profil „Meister/in Medienproduktion Bild und Ton“ mit Adressen und Lesetipps.

www.bibb.de

Homepage des Bundesinstituts für Berufsbildung. Es entwickelt gemeinsam mit den Sozialpartnern die Berufsprofile in Aus- und Fortbildung, beteiligt sich an Forschungen zum Qualifikationsbedarf in Wirtschaft und Gesellschaft und evaluiert Berufsbildungsprojekte.

www.bibb.de/de/checkliste.htm

Die Prüfliste zum Anbietervergleich. Sie hilft Fortbildungswilligen bei der Orientierung.

www.bmbf.de

Website des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF). Es fördert die Entwicklung der beruflichen Erstausbildung und der Fortbildung und ist Verordnungsgeber in allen Fragen des Berufsbildungsgesetzes.

www.bmbf.de/publikationen/index.php

Unter dieser Rubrik finden sich Informationsbroschüren des BMBF zu ausgewählten Aufstiegsberufen. Sie können direkt heruntergeladen oder als Druckausgabe beim Ministerium bestellt werden.

<http://www.connexx-av.de/>

Interessenvertretung der AV-Medienschaffenden in der Vereinten Dienstleistungsgewerkschaft ver.di.

www.dgb.de

Internetseite des Deutschen Gewerkschaftsbundes. Der DGB und seine Einzelgewerkschaften wirken bei der Gestaltung von Aus- und Fortbildungsberufen mit.

www.dihk.de

Webadresse des Deutschen Industrie- und Handelskammertages, des Dachverbands der Industrie- und Handelskammern. Im virtuellen Shop des DIHK (www.dihk-verlag.de) lassen sich die gültigen Rahmenpläne für Aufstiegsfortbildungen bestellen sowie die jeweils aktuelle „Weiterbildungserfolgsumfrage“.

www.meister-bafög.info

Webangebot der Bundesregierung mit umfassenden und stets aktuellen Informationen für alle, die Meister-Bafög beziehen wollen.

Impressum

Herausgeber

Bundesministerium
für Bildung und Forschung (BMBF)
Referat Ordnung und Qualitätssicherung der beruflichen Bildung
53170 Bonn

Bestellungen

schriftlich an
Publikationsversand der Bundesregierung
Postfach 48 10 09
18132 Rostock
E-Mail: publikationen@bundesregierung.de
Internet: <http://www.bmbf.de>
oder per
Tel.: 01805 77 80 90
Fax: 01805 77 80 94
(14 Cent/Min. aus dem deutschen Festnetz,
Mobilfunk max. 42 Cent/Min.)

Stand

April 2013

Druck und Gestaltung

BMBF

Bildnachweis

© www.iffma.de: alle Bilder

Text

Helga Ballauf, Pressebüro Bildung – Medien – Beruf, München

Diese Druckschrift wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit vom Bundesministerium für Bildung und Forschung unentgeltlich abgegeben. Sie ist nicht zum gewerblichen Vertrieb bestimmt. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlwerberinnen/Wahlwerbern oder Wahlhelferinnen/Wahlhelfern während eines Wahlkampfes zum Zweck der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für Bundestags-, Landtags- und Kommunalwahlen sowie für Wahlen zum Europäischen Parlament. Missbräuchlich ist insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen und an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken oder Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung. Unabhängig davon, wann, auf welchem Weg und in welcher Anzahl diese Schrift der Empfängerin/dem Empfänger zugegangen ist, darf sie auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Bundesregierung zugunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte.



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

