

Technische Universität Dresden

Fakultät Erziehungswissenschaften

Dissertation

zur Erlangung des akademischen Grades

Doktor/Doktorin der Philosophie (Dr.phil.)

Gestaltung eines Berufsausbildungskonzeptes und der Ausbildungsstruktur für ein Modell der hochqualifizierten und professionellen Berufsausbildung für den Beruf Mediengestalter/in Digital und Print an Berufsschulen in Vietnam

vorgelegt von

Nguyen Xuan Tra

geboren am 25.08.1977 in Hanoi, Vietnam

Betreuer/in: Prof. Dr. phil. habil. Manuela Niethammer

Prof. Dr. phil. habil. Peter Storz

Datum der Abgabe: 17.04.2019

Danksagung

Die vorliegende Studie soll von der Fakultät Erziehungswissenschaften der Technischen Universität Dresden als Dissertation angenommen werden. Ohne die Unterstützung zahlreicher Personen und Institutionen hätte sie in dieser Form nicht realisiert werden können. Für die vielfältig erfahrene Hilfe möchte ich mich an dieser Stelle sehr herzlich bedanken.

Mein besonderer Dank gilt zunächst meiner Doktormutter Frau Prof. Dr. Manuela Niethammer, die meine Arbeit stets mit zentralen Hinweisen und viel Verständnis unterstützt hat. Ohne ihre fürsorgliche Betreuung wäre meine Forschungsarbeit nicht so zielgerichtet gewesen. Durch die Teilnahme an ihren Lehrveranstaltungen konnte ich wesentliche wissenschaftliche Grundlagen sowohl für meine Dissertation als auch für meine zukünftige Tätigkeit gewinnen. Bei auftretenden Schwierigkeiten hatte ich stets ihre Unterstützung. Dank ihrem Einsatz wurde auch seitens der Graduiertenakademie der TU Dresden eine finanzielle Förderung für mich als Doktorand gewährt.

Für die konstruktiven Anregungen und die enge Zusammenarbeit bei der Fertigstellung der Arbeit danke ich ebenso Herrn Prof. Dr. Peter Storz sehr herzlich. Seine strukturierenden Hinweise, ausführlichen Gespräche sowie seine stilistische Unterstützung als Lektor halfen mir sehr, die Dissertation fertig zu stellen. Bei der Zusammenarbeit mit ihm grenzte ich die zu bearbeitenden Fragestellungen ein, vertiefte die Forschungsschwerpunkte und erhielt kognitive Anregungen zu interdisziplinären Ansätzen in der Dissertation. Die Energie, Kraft und Leidenschaft von beiden eben genannten Personen geben mir gleichzeitig viel Motivation, um zukünftig meine gesammelten Erkenntnisse in mein Heimatland Vietnam einzubringen.

Ein besonderer Dank gilt auch Herrn Prof. Dr. Klaus Jenewein, meinem ehemaligen Professor im Masterstudiengang an der Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg. Seine Vorlesungen zur Didaktik und Curriculumentwicklung waren Hintergrund und Inspiration für erste Ideen zu einem Promotionsstudium.

Ebenfalls möchte ich mich bei meinem lieben Kollegen Herrn Tobias Geisler bedanken, der mir jedes Mal geholfen hat, wenn ich ihn brauchte. Während meines Aufenthalts wurden seine Vorschläge, Hinweise und Kommentare immer wieder als neue Kenntnisse und Möglichkeiten in meine wissenschaftlichen Gedanken aufgenommen. Ich bin allen Mitgliedern meines Teams zu Dank verpflichtet. Ihre Vorschläge und Ratschläge in Kolloquien waren für meine Recherche ein wertvolles Gut. Sie schufen auch stets eine freundliche Atmosphäre während meines Aufenthalts und ihre Hilfe erleichterte mein Leben in einem fremden Land. Ich danke euch allen, Angelika, Sigrun, Velichka, Maria, Frauke, Julia, Tino, Adela, Marcel, Kerstin, Josef und

Sven. Mein Dank gilt auch Herrn Frank Beier, der mich am Anfang der Bearbeitung meiner Dissertation unterstützt hat.

Im Rahmen der Förderprogramme gilt mein spezieller Dank der Graduiertenakademie der TU Dresden, die meine Forschung finanziell sehr großzügig unterstützt hat. Dank ihrer Unterstützung überwinden meine Familie und ich so manche Schwierigkeit während meines Aufenthalts in Dresden.

Für vielfältige Unterstützung bin ich besonders den Lehrern/innen, Erziehern/innen von der 8. Grundschule und dem Kindergarten „Trachenberger“ verbunden. Sie waren alle sehr fürsorglich und unterrichteten meine beiden Söhne mit großer Hingabe. Durch ihre wertvollen Hilfestellungen habe ich mich an einem Arbeitstag im Büro ganz auf die Forschung konzentrieren können.

Ich danke meinen Eltern, die meine Arbeit mit großem Engagement unterstützt und mich auf meinem Weg durch das Studium begleitet haben. Herzlichen Dank geht an meine Frau. Als Promotionsstudentin hat sie mir viele wissenschaftliche Hinweise gegeben. Als Mutter hat sie sich im Ausland mit großer Liebe um unsere Kinder gekümmert.

Danken möchte ich außerdem allen Kommilitoninnen und Kommilitonen, die mich im Rahmen des Studiums begleitet und moralisch unterstützt haben.

Dresden 04. 2019

Nguyen Xuan Tra

Inhaltsverzeichnis

Danksagung	I
Inhaltsverzeichnis	III
Zusammenfassung	VI
Kapitel 1 Problemfaltung und Ausgangslage	1
1.1 Forschungsbedarf für eine zukunftsfähige Berufsausbildung.....	1
1.1.1 Quantitativer Arbeitskräftebedarf	1
1.1.2 Qualitativer Arbeitskräftebedarf	3
1.1.3 Verbesserungsbedarf der beruflichen Ausbildung und Veränderung des alten Berufsausbildungskonzeptes	3
1.2 Bestimmung der Forschungsschwerpunkte und wissenschaftliche Fragestellungen.....	4
1.2.1 Wissenschaftliche Relevanz	4
1.2.2 Untersuchungsleitende Fragestellungen	5
Kapitel 2 Zur Forschungsmethodik der Untersuchungen	8
2.1 Forschungsstrategie für die Untersuchungen	8
2.2 Zur Quellenlage und Struktur der forschungsrelevanten Quellen	10
2.3 Organisation und Methoden der Datenerhebung	11
Kapitel 3 Gegenwärtige Situation der beruflichen Arbeit in Vietnam	15
3.1 Ursprung und Kategorien zur Beschreibung der Handlungsfelder des Berufes Mediengestalter/in Digital und Print in Vietnam	15
3.2 Untersuchungen zur beruflichen Arbeit in Vietnam auf Basis „idealtypischer“ Arbeitsprozesse	20
3.2.1 Rahmen für eine berufsdidaktisch induzierte Analyse beruflicher Arbeit	20
3.2.2 Zum Verhältnis von Gesamtberuf (Allgemeines) und seinen Handlungsfeldern (Besonderes)	22
3.2.2.1 Erkundungen idealtypischer Phasen des Arbeitsprozesses des Handlungsfeldes “Grafikdesign für Print”	23

3.2.2.2 Erkundungen idealtypischer Phasen des Arbeitsprozesses des Handlungsfeldes „Webdesign“	37
3.2.2.3 Erkundungen idealtypischer Phasen des Arbeitsprozesses des Handlungsfeldes „Digitalfilmherstellung“	51
3.3 Einbeziehung der Mediengestalter in die Arbeitsprozesse - eine Zusammenfassung der Primäranalysen	75
3.3.1 Untersuchung von 30 Unternehmen für Printmedien in Vietnam	75
3.3.2 Untersuchung von 50 Unternehmen für Webdesign in Vietnam	80
3.3.3 Untersuchung von 30 Unternehmen für Digitalfilmherstellung in Vietnam	86
Kapitel 4 Gegenwärtige Situation der beruflichen Ausbildung in Vietnam	91
4.1 Zur Gesamtsituation der Berufsausbildung in Vietnam als Bedingung für die Weiterentwicklung des Berufes „Mediengestalter Digital und Print“	91
4.1.1 Zum System der Berufsbildung in Vietnam	91
4.1.2 Zur Systematik von Facharbeiterberufen in Vietnam	98
4.1.3 Curriculare Grundlagen für die berufliche Bildung in Vietnam	99
4.2 Zur Situation der Berufsausbildung im Beruf „Mediengestalter Digital und Print“ ...	102
4.2.1 Dominanz der Kurzzeitausbildungsformen	102
4.2.2 Übermäßige Betonung der Verwendung der Software	103
4.2.3 Unterschiedliche Ausbildungsprogramme für Mediengestaltung Digital und Print – Keine Einheitlichkeit der Ausbildungsstruktur für berufliche Bildung	108
4.2.4 Vorhandene Curricula für Mediengestaltung Digital und Print in Vietnam	116
4.2.4.1 Analyse des Curriculums für Grafikdesign auf Ebene der Oberstufe der Berufslehre	117
4.2.4.2 Analyse des Curriculums für Webdesign auf Ebene der Oberstufe der Berufslehre	124
Kapitel 5 Berufliche Ausbildung in Deutschland	131
5.1 Zur Gesamtsituation der Berufsausbildung in Deutschland	131
5.1.1 Zum System der Berufsbildung in Deutschland	131
5.1.2 Curriculare Grundlagen für die berufliche Bildung in Deutschland	138

5.2 Zur Situation der Berufsausbildung im Beruf Mediengestalter/in Digital und Print..	139
5.2.1 Zur Kategorie des Berufs „Mediengestalter Digital und Print"	139
5.2.2 Zu allgemeinen Merkmalen des Rahmenlehrplans KMK für den Beruf „Mediengestalter/in Digital und Print"	141
5.2.3 Feinanalyse des Rahmenlehrplans für den Beruf Mediengestalter/in Digital und Print in Deutschland	144
Kapitel 6. Zum Transfer eines neuen Curriculums in Vietnam	163
6.1 Resümee der Einflussfaktoren auf ein neues Curriculum	163
6.2 Vergleich von Berufsbild und Lehrplan in beiden Ländern	170
6.2.1 Vergleich zum Profil des Berufsbildes	170
6.2.2 Vergleich von Prinzipien der Lehrplangestaltung	175
6.2.3 Vergleich zu Aufbau des Lehrplanes und Struktur der Module	177
6.3 Schlussfolgerungen für ein lernfeldorientiertes Curriculum in Vietnam	182
6.3.1 Konzept für ein neues Berufsbild „Mediengestalter/-in Digital und Print“ in Vietnam	182
6.3.2 Zum Aufbau eines neuen Lehrplanes	189
6.4 Ausblick zur Umsetzung der Forschungsergebnisse	210
Literaturverzeichnis	213
Liste der Abbildungen	217
Liste der Tabellen	218
Liste der Abkürzungen	220
Anlage A	221
Anlage B	230

Zusammenfassung

Kommunikationsmedien sind ein neuer Wirtschaftszweig in Vietnam, der Industrie und Dienstleistung gleichermaßen umfasst. Die Anzahl der Arbeitskräfte im Land für diesen Beruf ist im Vergleich zum tatsächlichen Bedarf sehr gering. Wegen des Booms der Informations- und Kommunikationstechnologien und deren Dienstleistungspotenziale sowie der Werbung und des Marketing wird der Bedarf an Facharbeitern im Beruf Mediengestalter/-in Digital und Print in Vietnam immer größer. An den Berufsschulen und Ausbildungszentren führte man Ausbildungsgänge für den Beruf ein, deren Quantität und Qualität aber bis heute nicht ausreichend sind, um seitens der Unternehmen genügend Fachkräfte einstellen zu können. Volkswirtschaftlich gesehen, besteht ein hemmender Widerspruch zwischen dem Bedarf an Fachkräften in diesen Technologien und dem in Vietnam historisch unter anderen Bedingungen entstandenem Fachkräftepotenzial. Der Widerspruch verweist auf Bedarf in der Berufsbildungsforschung, dem mit den Untersuchungen im Rahmen dieser Dissertation entsprochen wird.

Erstens zielen die Untersuchungen des Verfassers (auf Makroebene) auf die Veränderung des Berufsbildes. Das vorhandene Profil des Berufsbildes ist einseitig sowie überzogen an Hard- und Softwaretechnologien orientiert und als breit einsetzbaren Beruf viel zu eng. Defizite bestehen ferner darin, dass die Arbeitskräfte mit diesem Berufsbild Anforderungen aus den technischen und wirtschaftlichen Entwicklungen sowie den Anforderungen in einer sich wandelnden Arbeitswelt nicht erfüllen können. Neue Leitideen und Ordnungsprinzipien liegen einem neu entwickelten Berufsbild zugrunde und werden im neuen Berufsbild dargestellt.

Zweitens zielen die Untersuchungen darauf, Grundlagen für ein lernfeldorientiertes Curriculum zu schaffen und in einer vergleichenden Betrachtung mit dem KMK Rahmenlehrplan in Deutschland einen Lehrplan nach Lernfeldern zu strukturieren (Makroebene und z. T. Mesoebene). Zur Umsetzung eines solch lernfeldorientierten Curriculums in der Berufsbildungspolitik sind sowohl gesetzliche Ergänzungen notwendig, als auch eine stärkere, am beruflichen Handeln orientierte, berufsdidaktische Politik. Der Verfasser geht davon aus, dass nur durch ein neues Berufsbild und lernfeldorientierten Lehrplan die Lernorte beruflicher Bildung innovativ verändert werden können.

Die Forschungen sind als angewandte Grundlagenforschung zu verstehen, bei der umfassend wissenschaftliche Erkenntnisse aus Untersuchungen zur domänenspezifischen Berufsbildungsforschung, zur Curriculumforschung, zu bildungs- bzw. lerntheoretischen Fragestellungen sowie zu den fachlichen Grundlagen von Medientechnologien recherchiert werden mussten. Für diese Forschungsstrategie waren eine breite Literaturarbeit und analytische Arbeiten durchzuführen (Kapitel 2 bis 5). Mit dem Kapitel 6 werden in einer vergleichenden Betrachtung zwischen den Entwicklungsbedingungen in Deutschland und Vietnam diese theoretischen Ergebnisse konzeptionell zu einem weiter entwickelten Berufsbild sowie Lernfeld-Curriculum aufgearbeitet und für die Bedingungen in Vietnam spezifiziert. Abschließend wird ein strukturiertes Konzept für einen Transfer vorgeschlagen (vgl. 6.4).

Kapitel 1 Problementfaltung und Ausgangslage

1.1 Forschungsbedarf für eine zukunftsfähige Berufsausbildung

Mit 332.000 km² und fast 90 Millionen Einwohnern, von denen 10 Millionen Bürgerinnen und Bürger zu ethnischen Minderheiten gehören, ist Vietnam flächenmäßig nicht sehr groß, aber bevölkerungsreich. Das Land strebt den Wandel zu einer wissensbasierten Wirtschaft und Gesellschaft an. Dazu bietet die Regierung entsprechende Anreize und investiert in viele Projekte, z. B. die Herstellung von High-Tech-, biotechnologischen und informationstechnischen Produkten (vgl. Botschaft der Sozialistischen Republik Vietnam in Deutschland 2012). Hochtechnologieforschung, Einsatz moderner Technologien sowie Technologietransfer sind grundlegende Strategien für innovative Entwicklungen im Land.

Kommunikationsmedien sind ein neuer Industriezweig in Vietnam und stellen die Schnittstelle zwischen Informationstechnologie und zunehmend vernetzter Kommunikation dar. Multimedia-Technologie wurde erstmals am Institut für Post und Telekommunikation ausgebildet (in Verbindung mit der Erlangung der Hochschulreife), gefolgt davon führten bis 2013 die Universität für Informationstechnologie und Kommunikation sowie die Universität Thai Nguyen die Fachrichtung „Multimedia-Kommunikation“ ein. Darüber hinaus bieten einige Hochschulen, z. B. die Hochschule für Zeitungswesen und die Hochschule für Kunst und Design einige Schulungskurse an, die sich auf die Multimedia-Kommunikationsbranche beziehen. An den Berufsschulen und Ausbildungszentren führte man Ausbildungsgänge für den Beruf Mediengestalter/in Digital und Print ein, deren Quantität und Qualität aber bis heute nicht ausreichend sind, um seitens der Unternehmen genügend Fachkräfte einstellen zu können. Volkswirtschaftlich gesehen besteht ein hemmender Widerspruch zwischen dem Bedarf an Fachkräften in diesen Technologien und dem in Vietnam historisch unter anderen Bedingungen entstandenen Fachkräftepotenzials. Der Widerspruch verweist auf Forschungsbedarf, dem mit den Untersuchungen im Rahmen dieser Dissertation entsprochen wird.

1.1.1 Quantitativer Arbeitskräftebedarf

Anzahl der benötigten Arbeitskräfte im Land

In diesem Tätigkeitsfeld müssen Facharbeiter visuelle Produkte kombinieren, die vor allem für Produktions- und produktionsnahe Dienstleistungsunternehmen benutzt werden. Laut Experten der Kommunikations- und Mediengestaltung wird auf diesem Gebiet in Vietnam jedes Jahr eine große Anzahl an Facharbeitern benötigt und zwar in den Bereichen Grafikgestaltung 2D/3D, Animation Design, Web-Design, Interface Design, Beratung und Werbung, Filmproduktion und digitales Fernsehen usw. Jedoch ist die Zahl der Arbeitskräfte nicht hoch genug und ihre Qualität ist nicht ausreichend, weil sie zwar „irgendwie“ geschult, aber nicht für einen Beruf ausgebildet werden und folglich auch die berufliche Weiterbildung blockiert ist.

Gemäß der Statistik vom **staatlichen Zentrum für Prognose des Bedarfs an Arbeitskräften und Arbeitsmarkt** in Ho-Chi-Minh-Stadt benötigt Vietnam im Jahr 2015 ungefähr eine Million Arbeitskräfte im Bereich Mediengestaltung. Die Humanressourcen für diesen Bereich reichen jedoch nicht aus, um die Nachfrage zu decken. Universitäten und Ausbildungszentren erfüllen nur 40% dieser Nachfrage (vgl. <https://www.hutech.edu.vn/tuyensinh/tin-tuc/tin-huong-nghiep/589-hoc-gi-va-lam-gi-voi-nganh-thiet-ke-do-hoa->).

Nach Angaben der Vietnam Advertising Association (VAA) gibt es zurzeit in Vietnam etwa 50 ausländische Werbefirmen, fast 3.000 vietnamesische Werbefirmen und Tausende von auf Multimediendesign spezialisierten Unternehmen. In Ho-Chi-Minh-Stadt existieren mehr als 1.300 Werbefirmen und Hunderte von Designagenturen. Die Verleger, Zeitungsverleger, Fernsehstationen, Drucker, Event-Organisatoren oder andere Produktionsunternehmen benötigen Mediengestalter (vgl. <https://kenhtuyensinh.vn/nhu-cau-nhan-su-nganh-thiet-ke-do-hoa-ngay-cang-tang-cao>).

Auf Grund der starken Entwicklung der Kommunikationstechnologie gibt es in jeder Provinz des Landes mindestens eine Fernsehstation. Es gibt insgesamt 67 Fernsehsender im Land (63 lokale und 4 nationale Fernsehstationen) und etwa 50 Unternehmen bieten Pay-TV-Dienste an. Alle genannten Ereignisse führen zu einem Boom des Bedürfnisses nach Fachkräften für die Mediengestaltung Digital und Print, Dreharbeiten/Filmbearbeitung, ... (vgl. <http://vnskills.com/nhu-cau-nhan-luc-nganh-thiet-ke-do-hoa-hien-nay.html>).

Nach einer Statistik der Vietnam Printing Association benötigt der Druckindustriezweig jedes Jahr mindestens 2.000 neue, zusätzliche Arbeitskräfte. Allerdings kann die Zahl der ausgebildeten Arbeitnehmer der Druckindustrie nur die Hälfte des Bedarfs decken. Auch gemäß der Vietnam Printing Association gibt es derzeit etwa 1.200 Druckunternehmen, die rund 40.000 Facharbeiter beschäftigen. Die Nachfrage nach Arbeitskräften dieses Berufs wird in den kommenden Jahren stark zunehmen. Dies passt zur Steigerung der Anzahl der Gründung vieler neuer Unternehmen von 10% auf 15% (vgl. <http://nld.com.vn/cong-doan/kho-tim-tho-gioi-20140718222845646.htm>).

Die oben genannten Informationen zeigen, dass die Anzahl der Arbeitskräfte im Land für diesen Beruf im Vergleich zum tatsächlichen Bedarf - sehr gering ist. Wegen des Booms der Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT), der Werbung und des Marketings wird der Bedarf an Facharbeitern im Beruf Mediengestalter/in Digital und Print in Vietnam immer größer.

Anzahl der benötigten Arbeitskräfte in internationalen Unternehmen in Vietnam

Gemäß der oben genannten Statistik gibt es 70% vietnamesische Unternehmen für Werbung im Land. Die relative Anzahl ausländischer Werbeunternehmen beträgt deshalb 30%. Dabei handelt es sich aber um sehr große internationale Werbeunternehmen wie Dentsu, Ogilvy, Richard Moore, Omnicom, InterPublic, Phibious aus Singapur usw. sowie

Firmen für Filmverarbeitung und Spiele (z. B. Digital Works Entertainment aus Japan, Sparx-Virtuos aus Frankreich) (vgl. <http://vnskills.com/nhu-cau-nhan-luc-nganh-thiet-ke-do-hoa-hien-nay.html>).

1.1.2 Qualitativer Arbeitskräftebedarf

Wegen der raschen Wirtschaftsentwicklung bemüht sich die vietnamesische Kommunikationsindustrie, mehr hochqualifizierte Mediengestalter/innen auszubilden. Bei den 30% der bekannten internationalen Werbeunternehmen in Vietnam ist die Zahl der professionellen und hochqualifizierten einheimischen Mediengestalter/innen, die Kenntnisse und Erfahrungen zum ganzen Geschäftsprozess haben und multikulturelle Produkte im Bereich der Kommunikationsmedien herstellen können, sehr gering. Die Sicherung von Fachkräften orientiert sich also an veränderten Anforderungen in den Arbeits- und Gestaltungsprozessen und erweist sich damit als qualitatives Problem zur Sicherung von „qualifizierten Fachkräften für qualifizierte Facharbeit“.

Gleichzeitig beeinflusst der Eintritt Vietnams in die WTO unvermeidlich die *Qualitätsentwicklung von Humanressourcen für vielfältige Produktions- und Dienstleistungsbranchen*. Die Mediengestalter/innen in Vietnam werden bereits von vielen großen und bekannten Unternehmen auf der Welt angeworben, aber die Aufgaben in solch großen Unternehmen beinhalten lediglich einen oder einige Abschnitt(e) der Verarbeitung von Medienprodukten, z. B. Ideen für Produkte geben, vorläufige Entwürfe gestalten, 3D-Modelle am Computer zeichnen usw. Um mehr Abschnitte der Arbeit erledigen zu können, müssen die Mediengestalter/innen in Vietnam in der Tiefe und professionell ausgebildet werden, nicht in der bereits vorhandeneren Kurzeitusbildung von 6, 12 oder 18 Monaten. Wenn eine professionelle Berufsbildung für Mediengestaltung zukünftig vorgenommen werden würde, hätten Fachkräfte viele Chancen, nicht nur im Land, sondern auch auf dem internationalen Markt eine Anstellung zu finden. Als Folge davon können die Mediengestalter/innen, die in Vietnam wohnen und arbeiten, viele Projekte bei ausländischen Unternehmen auf der Welt entwickeln. Auf Grund der schlechten Wirtschaftslage kann man keine ausländischen Experten bitten in Vietnam zu beraten, zu unterstützen sowie ihre Erfahrungen weiterzugeben.

Wenn man die professionellen Ausbildungsprogramme für diesen Beruf gestalten würde, würde man sicherlich sowohl die Quantität als auch die Qualität der Arbeitskräfte verbessern und das Problem der Arbeitslosigkeit besser lösen können.

1.1.3 Verbesserungsbedarf der beruflichen Ausbildung und Veränderung des alten Berufsausbildungskonzeptes

Vietnam ist eines der Entwicklungsländer in Südostasien und hat eine landwirtschaftliche Tradition. Zur Förderung zukunftsfähiger Entwicklung der Wirtschaft in Produktion und Dienstleistung nennt die vietnamesische Regierung die Bildung als das wichtigste Nationalentwicklungsziel (vgl. Volkskongress 2005). Das Ausbildungskonzept in Vietnam ist

alt und verändert sich nur langsam, insbesondere im Bereich der technischen beruflichen Bildung. Es gibt viele Ursachen für diese Verzögerung. Wesentlich sind

- Historisch-kulturelle Gründe; z. B. schätzt man in Südostasien das Studium an der Universität wichtiger ein als das Lernen an der Berufsschule. Das hat durch die Kolonialisierung eine lange Tradition.
- Objektive wirtschaftliche Gründe; so war Vietnam nach der Entkolonialisierung und den Kriegen nicht reich genug, um eine moderne Berufsausbildung mit den notwendigen sächlichen und technischen Mitteln aufzubauen.
- Subjektive menschliche Gründe als Folge der Geschichte; Defizite in technischen Kenntnissen und technischen Fähigkeiten oder Einschränkungen der pädagogischen Kompetenz von Berufsschullehrern technischer Richtungen.

All diese Ursachen wirken sich im Zuge der wissenschaftlich-technischen Entwicklung bei Berufen der modernen IKT und Mediengestaltung besonders aus und betonen den Forschungsbedarf nochmals.

1.2 Bestimmung der Forschungsschwerpunkte und wissenschaftliche Fragestellungen

1.2.1 Wissenschaftliche Relevanz

Die wissenschaftliche Relevanz der Untersuchungen ergibt sich einerseits aus den o. g. Anforderungen der wirtschaftlichen Entwicklung in Vietnam und den Defiziten in der beruflichen Ausbildung. Andererseits liegen Defizite auch auf der wissenschaftlichen Ebene, was sowohl strukturelle Fragen zum Ausbildungssystem als auch den Entwicklungsstand sowie Schwerpunkte der Berufsbildungsforschung umfasst.

In Vietnam gibt es 4 Technische Pädagogische Universitäten; eine traditionelle und gleichzeitig die größte in Ho Chi Minh Stadt im Süden und 3 neue im Norden sowie in der Mitte des Landes. Die Aufgabe und Funktion dieser Universitäten bestehen darin, dass man nicht nur die zukünftigen Ingenieure, sondern auch die Dozenten und Berufsschullehrer für Vietnam ausbildet. Um Lehrer an der Universität, Hochschule, Berufsschule oder einem Ausbildungszentrum zu werden, muss man mindesten an den Kursen für technische Pädagogik teilnehmen und die Abschlussprüfung bestehen. An der größten Technischen Pädagogischen Universität Ho Chi Minh Stadt, die für die Lehramtsausbildung im Süden von Vietnam verantwortlich ist, hat man 2013 erstmals das Institut für Forschung der technischen Pädagogik gegründet, in dem es zurzeit nur 18 Mitglieder gibt. Bisher wird von diesem Institut noch keine domänenspezifische Berufsbildungsforschung, einschließlich Mediengestaltung, betrieben. Hierauf fokussiert das mit der Dissertation avisierte Projekt.

Die in Vietnam im theoretischen Forschungsansatz für die Berufsausbildung noch nicht vorhandene Domänenspezifität führt zu Beliebigkeit, schwer möglicher Vergleichbarkeit der

durch eine Ausbildung erreichten Kompetenzen und zu Unsicherheit in der Berufsbildungspraxis. In den letzten 15 Jahren haben Bildungsgestalter in Vietnam viele verschiedene Konzepte mit verschiedenen Kursgrößen für den Beruf Mediengestalter/in Digital und Print eingeführt, wobei die Dauer der Ausbildung höchstens 2,5 Jahre beträgt. Die Kurse werden auf die unternehmensspezifischen Bedarfe, welche von den unterschiedlichen Unternehmensgrößen abhängen, ausgerichtet. Die Schüler können dadurch den Bedarf an einfachen Aufgaben im Unternehmen decken, es fehlen aber Grundlagen für den Beruf, was ihre breite Einsatzfähigkeit sowie ihre Flexibilität für spezifische Anforderungen gleichermaßen hemmt. Die Zahl der mit Basisqualifikationen qualitativ gut ausgebildeten Mediengestalter/innen, die über ein breites berufliches Profil verfügen, ist deshalb sehr gering.

Wegen des fehlenden einheitlichen Ausbildungskonzeptes haben Lehrer an den Schulen und Ausbildungszentren selbst eigene Curricula gestaltet, die Anwendung von modernen Unterrichtsmethoden ist hierbei kein Gegenstand. Die Kompetenzen von Lernenden zur Herstellung der Produkte werden dadurch nicht umfassend entfaltet. Sie lernen vor allem Theorie und eignen sich an, wie sie spezifische Grafiksoftware benutzen. Die Abhängigkeit nur einer Software ist implizit gefährlich, weil die Entwicklung und Veränderung der Softwaretechnologie sehr schnell geschehen wird. Darüber hinaus ist die Software nur Hilfsmittel für die Arbeit und kein entscheidender Faktor für erfolgreiche Produkte. Deshalb fehlen Lernenden viele notwendige Kompetenzen. Sie können nur eine geringe Produktqualität oder kleine Arbeitsabschnitte zur Zufriedenheit der Kunden erfüllen.

Mit dieser Dissertation soll ein theoretisch begründetes, domänenspezifisch ausgerichtetes und für die Anforderungen der Praxis geeignetes „Konzept“ für die dreijährige Berufsausbildung zum Mediengestalter/in Digital und Print in Vietnam erarbeitet werden. Die vielfältige Arbeitswirklichkeit in Wirtschaft und Gesellschaft und deren Konsequenzen auf die Ausbildungsstruktur werden besonders reflektiert, damit Lernende über eine realitätsbezogene Ausbildung vielfältige Kompetenzen erlangen.

1.2.2 Untersuchungsleitende Fragestellungen

Eine anforderungsgerechte Berufsausbildung muss vielfältige Einflussfaktoren und Rahmenbedingungen berücksichtigen. Daraus ergibt sich ein sehr komplexes Verständnis für einen konzeptionellen Ansatz für berufswissenschaftliche Untersuchungen. So sind z. B. für die Ausbildung rechtliche Rahmenbedingungen zu berücksichtigen. Mit Berufsbildern und Curricula werden verbindliche Orientierungen für die Kompetenzentwicklung in der Ausbildung gegeben. Darauf aufbauend ist festzulegen, an welchen Lernorten, mit welchen Lehr- und Lernmethoden eine gezielte Vermittlung der Kenntnisse, Fertigkeiten und Fähigkeiten nach der Ausbildungsordnung möglich ist. Die sachliche und personelle Ausstattung ist ebenso festzulegen wie der Zeitrahmen der einzelnen Ausbildungsabschnitte. Berufsdidaktische Ausbildungskonzepte zielen auf

Ausbildungsqualität an den Lernorten ab, definieren Ziele und strukturieren Inhalte und die methodische Gestaltung beruflicher Ausbildung.

Konzeptionelle Arbeit ist also auf verschiedenen Ebenen – im Weiteren wird von Konzeptebenen gesprochen – erforderlich. Für die Schwerpunkte dieser Untersuchungen, deren wissenschaftlichen Fragestellungen sowie zur Abgrenzung werden 4 Konzeptebenen strukturiert, und daraus wissenschaftliche Fragestellungen abgeleitet.

- a.) Ebene: Konzepte für Berufsbilder
- b.) Ebene: Curriculumentwicklung (Curricula als zentrale Ordnungsmittel)
- c.) Ebene: Anleitungskonzepte zur Umsetzung von Curricula
- d.) Ebene: berufsdidaktische Konzepte mit Methodenvielfalt zur Gestaltung von Lehren und Lernen für (verschiedene) Lernorte

Der Schwerpunkt in dieser Dissertation liegt auf den Konzeptebenen a. und b, womit Rahmenbedingungen für die Ausbildung im Bereich Mediengestaltung geschaffen werden, die eine Vergleichbarkeit der Ausbildung in Vietnam sichern sollen und die eine Orientierung für Lehrende und Lernende gleichermaßen bilden. Ein neues Konzept des Berufsbildes und ein weiter entwickeltes Curriculum mit Lernfeldern als neues zentrales Ordnungsmittelkonzept werden entwickelt, begründet sowie Prinzipien für deren Umsetzung vorgeschlagen. Die für Vietnam anzustrebende Orientierung beruflichen Lernens an den Arbeitsanforderungen sowie die berufsdidaktisch induzierte Verbindung von Arbeiten und Lernen stellen übergreifende Leitideen bei der Fundierung dieser Konzepte dar. Im Einzelnen ergeben sich folgende Fragestellungen:

Zu a.) Ebene „Konzept des Berufsbildes“

Welche Defizite hat das vorhandene Berufsbild des Berufes „Mediengestalter/in Digital und Print“ in Vietnam? Auf welche zentralen Kompetenzen muss das Berufsbild gerichtet sein? Können die Arbeitskräfte mit diesem Berufsbild Anforderungen aus den technischen und wirtschaftlichen Entwicklungen sowie den Anforderungen in einer sich wandelnden Arbeitswelt erfüllen? Welche Leitideen und Ordnungsprinzipien liegen einem neu entwickelten Berufsbild zugrunde und wie werden diese im Berufsbild dargestellt?

Zu b.) Ebene: „Konzept eines Curriculums“

Wie ist die Ausgangssituation der Curriculum-Struktur in Vietnam? Von welchen Einflussfaktoren, die sich aus der gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Entwicklung des Landes ergeben, wird die Weiterentwicklung des Curriculums besonders beeinflusst? Welche Bedeutung hat die Orientierung an der Arbeitswelt und auf welche Art und Weise (Herangehen und Forschungsmethoden) kann diese Orientierung bei der Curriculum-Entwicklung gesichert werden? Wie werden die Anforderungen in den beruflichen Handlungsfeldern zu Lernfeldern – als einem neuen zentralen Ordnungsmittelkonzept – transferiert? Wie wird das gewünschte Curriculum für Mediengestalter/in Digital und Print

in Vietnam nutzerbezogen, d. h. bezogen auf Verantwortliche für die Ausbildung sowie Lehrende/Lernende an den Lernorten aufgebaut?

Zu c.) Ebene „Umsetzung eines neuen Curriculums“

Ein systematisches Anleitungskonzept zur Umsetzung des neuen Curriculums unter Beachtung der Anforderungen in Wirtschaft und Gesellschaft wird mit den Untersuchungen nicht angestrebt, weil die entwickelten Konzepte zu a und b erst der Diskussion und Anpassung an die Bedingungen in Vietnam bedürfen. Auch würde das die verfügbare Zeit für die Untersuchungen überschreiten. Möglich sind aber orientierende Schlussfolgerungen für die Entwicklung dezentraler Ordnungsmittel zur Umsetzung des Curriculums (siehe Kapitel 6).

Zu d.) Ebene „Berufsdidaktische Konzepte“

Diese Dissertation bearbeitet keine berufsdidaktischen Konzepte zur Gestaltung von Lehren und Lernen für berufsbildende Lernorte. Mit dem entwickelten, stärker an der Arbeitswelt orientiertem Berufsbild und neuen lernfeldorientiertem Curriculum werden aber berufsdidaktische Orientierungen zur Verbindung von Arbeiten und Lernen bei der Gestaltung beruflicher Ausbildungsprozesse herausgearbeitet.

Kapitel 2 Zur Forschungsmethodik der Untersuchungen

2.1 Forschungsstrategie für die Untersuchungen

Das forschungsmethodische Herangehen und die genutzten Forschungsmethoden müssen die Ausgangssituation der Berufsbildungsforschung und Berufsbildungspraxis in Vietnam sowie die zur Verfügung stehende Zeit für die vorliegenden Untersuchungen berücksichtigen. Bildungspolitisch wird die stärkere Verbindung von Lernen mit der Berufsarbeit zwar vielfach gefordert. Aber Forschungen zur Orientierung beruflicher Bildung an einer sich wandelnden Arbeitswelt gibt es bisher allgemein wenig und für die hier bearbeiteten Handlungsfelder des Berufes „Mediengestalter/in Digital und Print“ gar nicht. Theoretische Ansätze zur berufsdidaktisch induzierten Arbeitsanalyse liegen folglich kaum vor und daraus folgt, dass es nur wenig gesicherte analytische Befunde zu Arbeitsanforderungen und deren Transformation in Lernfelder gibt.

Ausgehend von dieser Ausgangssituation sind die Untersuchungen des Verfassers als *angewandte Grundlagenforschung* zu verstehen. D. h. wissenschaftliche Erkenntnisse aus Untersuchungen zur domänenspezifischen Berufsbildungsforschung, zur Curriculumforschung und zu bildungs- bzw. lerntheoretischen Fragestellungen im internationalen Vergleich werden aufgegriffen, mit den Bedingungen in Vietnam verglichen und an ausgewählten Schwerpunkten spezifiziert. Die Orientierung an den Ergebnissen der Berufsbildungsforschung und deren Umsetzung in der Berufsbildungspraxis in Deutschland stellt hierbei die Hauptquelle dar. Für diese Forschungsstrategie sind eine breite Literaturarbeit und analytische Arbeiten durchzuführen, die in einer vergleichenden Betrachtung zwischen Entwicklungsbedingungen in Deutschland und Vietnam konzeptionell aufgearbeitet werden. Die Schlussfolgerungen von Literaturarbeit, analytischen Arbeiten und konzeptionellen Arbeiten werden miteinander verglichen.

Zur Literaturarbeit

Die verwendete Literatur der Dissertation kann man in zusammengefasste Grundlagenliteratur (z. B. Handbücher oder Lehrbücher) sowie in Literatur zu verschiedenen Tiefenaspekten der Forschung (Dissertationen, Wissenschaftliche Zeitschriften, Studien) unterteilen. Diese Literatur ist die wissenschaftstheoretische Grundlage für die Untersuchungen. Sie umfasst in dieser Dissertation bereits o. g. Bereiche der domänenspezifischen Berufsbildungsforschung, Curriculumforschung usw. Die Domänenspezifik der Untersuchungen wird durch Fachbücher zur Medien- und Kommunikationstechnik gesichert. Auch Grundlagenliteratur zur Allgemeinen Berufspädagogik sowie angewandte Literatur zur berufsdidaktisch induzierten Arbeitsanalyse, zur Projektarbeit oder auch zur Berufsbildung für eine nachhaltige Entwicklung wird verwendet. Diese Literatur sichert das theoretische Fundament für ein neues Konzept zu den Ebenen Berufsbilder und Curriculumentwicklung (vgl. 1.2).

Wichtige, an der Berufsbildungspraxis orientierte Literatur umfassen Dokumente zu den Berufsbildungssystemen in Deutschland und Vietnam, Bildungswegen in den Ländern sowie zu den jeweiligen Rahmenlehrplänen und nachfolgenden Dokumenten für deren Umsetzung unter verschiedenen Bedingungen. Unter Anwendung dieser umfassenden Literatur werden in Verbindung mit der theoretischen Fundierung der Untersuchungen auch die Datenerhebungen der weitereren analytischen Arbeiten durchgeführt.

Zu Schwerpunkten analytischer Arbeiten

Auf der Grundlage der oben genannten wissenschaftlichen sowie an der Berufsbildungspraxis orientierten Literatur werden tiefere Analysen vorgenommen. Im Zentrum stehen hier domänenspezifische Analysen von Arbeitsanforderungen durch überwiegend *Sekundäranalysen* aus angewandter Literatur, die einen Zustand oder einen Prozess grob erfassen (*Makroanalysen*). Darauf aufbauend werden modellhaft *Mikroanalysen* zur tieferen Beschreibung von „idealtypischen“ Zuständen und Prozessabläufen in den Handlungsfeldern des Berufes „Mediengestalter/in Digital und Print“ durchgeführt, um Arbeitsanforderungen zu erkunden (Näheres Kapitel 3). Ergänzend werden darüber hinaus Webseiten von Unternehmen untersucht und damit ein Anfang für *Primäranalysen* in diesen Handlungsfeldern geschaffen. Hierbei handelt es sich um eine Meinungserfassung von 110 Unternehmen zu Anforderungen in der Arbeit aus der Perspektive der Unternehmen, nicht oder nur eingeschränkt für den gesamten Beruf mit seinen Handlungsfeldern. Durch einen Vergleich der einzelnen Meinungen werden aber Schwerpunkte und strukturierte Arbeitsinhalte für das Berufsbild des Mediengestalters/in Digital und Print in Vietnam erkennbar.

Wie oben bereits erwähnt, steht die domänenspezifische Analyse zu den Arbeitsanforderungen im Zentrum der analytischen Arbeit. Sie korreliert mit weiteren Analyseschwerpunkten, die sich aus dem Profil dieser angewandten Grundlagenforschung ergeben. Dazu gehören:

- Analysen zu ausgewählten Aspekten der Berufsbildungssysteme in Deutschland und Vietnam. Die Auswahl erfolgt zielorientiert entsprechend der Konzeptebenen Berufsbild und Curriculum.
- Analysen zur Struktur von Ordnungsmitteln beider Länder, verbunden mit einer vergleichenden Betrachtung deren Funktion bei der Gestaltung beruflicher Bildung. Diese Analysen erfolgen differenziert nach zentralen Ordnungsmitteln (Curriculum bzw. Rahmenlehrpläne) und dezentralen Ordnungsmitteln (Nachfolgedokumente zur Umsetzung der Curricula). Hierbei werden ausgewählte didaktisch- organisatorische Aspekte der Lehr- und Lerngestaltung sowie deren Evaluation auf dem Wege zum Berufsabschluss integriert.

(Näheres siehe Kapitel 4 und 5)

2.2 Zur Quellenlage und Struktur der forschungsrelevanten Quellen

Die Quellenlage für die Untersuchungen ist sehr differenziert zu bewerten. Die größten Quellendefizite in Vietnam gibt es zur domänenspezifischen Berufsbildungsforschung unter Beachtung des Zusammenhangs zwischen wirtschaftlichen und technischen Entwicklungen als Triebkraft (Motor) für einen Wandel in der Weiterentwicklung von Arbeit, Beruf und beruflicher Bildung. Forschungen zum Verhältnis von wissenschaftlich-technischen Entwicklungen – Arbeit – Bildung, die in Deutschland seit den 1980-er und 1990-er Jahren Forschungstraditionen begründet haben, hat es in Vietnam nicht gegeben. Diese Defizite schließen forschungsmethodische Fragen zu einer berufsdidaktisch induzierten Arbeitsanalyse ein. Der Verfasser kann hierzu nur auf entsprechende Quellen zu Forschungen in Deutschland zurückgreifen. Besonders hervorzuheben ist hierzu Literatur aus Forschungsprojekten, bspw. zu „Unternehmen als System von Geschäftsprozessen“ (Niethammer 2006), in denen das Verhältnis von Arbeiten und Lernen auf der Makroebene (als prozessbezogene Handlungsfelder) sowie der Mikroebene (Arbeitsaufgaben und deren Transformation in Lernaufgaben) aufgeklärt und zu Konzepten entwickelt wurden (Näheres in Kapitel 5).

Diese Defizite wirken sich auch auf Quellen zur Curriculumforschung in Vietnam aus. Einerseits gibt es eine gute Literaturbasis zu theoretischen Grundlagen der Curriculumentwicklung in der Berufsausbildung sowie zur allgemeinen Berufspädagogik, die sowohl bildungs- als auch lerntheoretische Aspekte berücksichtigt. Hierauf kann der Verfasser aufbauen. Andererseits wirken sich gerade die fehlenden Untersuchungen zum Verhältnis von Arbeit – Beruf – Berufsausbildung unter den Bedingungen wirtschaftlicher und technischer Entwicklungen negativ auf eine moderne Curriculumentwicklung sowie die Gestaltung von Ordnungsmitteln auf zentraler Makroebene sowie dezentraler Meso- und Mikroebene aus. Hierzu kann der Verfasser nur auf Quellen aus Deutschland zurückgreifen; z. B. zum Verhältnis von Handlungs- und Lernfeldern (Näheres Kapitel 5).

Grundlegende orientierende Dokumente zur bildungspolitischen und wirtschaftspolitischen Entwicklung sowie zentrale Ordnungsmittel sind Quellen zur Erkundung von Zielschwerpunkten und Rahmenbedingungen für die Berufsbildung in Vietnam und in Deutschland. Neben den schriftlichen Quellen hierzu (z. B. Rahmenlehrpläne) wurde auch auf Internetportalen recherchiert, z. B. zu „Länder und Berufsprofile“ auf der Webseite Bq-Portal des deutschen Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie und zu Richtlinien für die Curriculumentwicklung auf der Webseite des vietnamesischen Ministeriums für Arbeit, Invaliden und soziale Angelegenheiten.

Literatur aus der Bildungspraxis zu Ausbildungsprogrammen auf den Webseiten renommierter Ausbildungseinrichtungen für Medientechnik in Vietnam ergänzen diese Quellen. Vom Verfasser wurden 30 der bekanntesten Ausbildungseinrichtungen (im Ranking beurteilt) in den 3 größten Städten Vietnams analysiert: Ho Chi Minh Stadt, Hanoi und Danang (vgl. <https://toplist.vn>). All diese Quellen aus Bildungswissenschaft und

Bildungspraxis stellen die Basis für eine vergleichende Betrachtung zwischen Vietnam und Deutschland und damit zur Entwicklung eines erweiterten Berufsbildes sowie zum neuen lernfeldorientierten Curriculum dar (siehe Kapitel 4 und 5).

Umfangreiche Quellen sind in der Fachliteratur zu Mediengestaltung für Print, Drucktechnik, Webdesign und Digitalfilmtechnik vorhanden. Viele Literatur hierzu ist in Vietnam durch den internationalen Einfluss (angelsächsische Literatur) geprägt, was vom Verfasser berücksichtigt wurde (siehe Literaturverzeichnis). In den letzten Jahren gibt es aber eigenständige Quellen, welche Schwerpunkte gesellschaftlicher und wirtschaftlicher Entwicklungen sowie die Bedingungen in Vietnam berücksichtigt, z. B. die Webseite des vietnamesischen Ministeriums für Arbeit, Invaliden und soziale Angelegenheiten, Webseite der vietnamesischen Berufsbildung usw.

Sehr bedeutsame Quellen sowohl als Ergänzung zur Fachliteratur als auch für die Analyse von Unternehmensaufbau, Geschäftsprozessabläufen sowie Arbeitsprozessen stellen Webseiten von Unternehmen in Vietnam dar. Für die Handlungsfelder des Berufes „Mediengestalter/in Digital und Print (siehe Kapitel 3) wurden recherchiert:

- Grafikdesign für Print (2D und statische Grafik): Webseiten von 30 Unternehmen,
- Webdesign (statische und dynamische Webseite): Webseiten von 50 Unternehmen,
- Digitalfilmherstellung (3D-Modellieren, 2D-Digitalfilm und 3D-Digitalfilm): Webseiten von 30 Unternehmen.

(Genaue Liste der recherchierten Unternehmen, siehe Anlage A)

2.3 Organisation und Methoden der Datenerhebung

Das Vorgehen bei der Datenerhebung wurde teilweise in 2.2 immanent deutlich. Im Folgenden soll das für die Arbeits- und Dokumentenanalyse vertieft und die Probleme bei der Auswahl von Schwerpunkten für die eigenen konzeptionellen Schlussfolgerungen aus den Datenerhebungen gezeigt werden.

Zur Erkundung von Arbeitsanalysen

Am Anfang werden die Handlungsfelder des Berufs Mediengestalter/in Digital und Print in Vietnam kategorisiert. Diese Makroanalyse erfolgt auf der Grundlage repräsentativer Quellen, wie z. B. vom Enterprise-Informationssystem Vietnams und vom Zentrum für berufliche Orientierung (siehe 3.1). Um die Arbeitsanforderungen in der beruflichen Arbeit genauer zu erfassen, werden typische Arbeitsprozesse in allen kategorisierten Handlungsfeldern aufgearbeitet, was in zwei Schritten erfolgte.

1. Strukturierung der Arbeitsprozesse in Phasen der Prozessabläufe. Diese Grobstruktur entsteht durch vergleichende Betrachtungen von Beschreibungen in der Fachliteratur im Bereich Medientechnik (Makroanalyse).

2. Feinstrukturierung der Phasen der Prozessabläufe auf Basis der Unternehmenswebseiten (Mikroanalyse). Viele Unternehmen im Land beschreiben auf den Webseiten „einen Mix“ von typischen Aufträgen der Kunden an die Unternehmen, von bedeutsamen Arbeitsschritten zur Auftragsbearbeitung und z. T. auch von konkreten Arbeitsaufgaben des Fachpersonals. Diese Informationen repräsentieren eine Nähe zur realen Facharbeit. Sie sind zwar als „idealtypische“ Arbeitsprozesse mit Modellcharakter anzusehen, legen aber auch realitätsnahe Arbeitsanforderungen offen (Näheres siehe 3.2.2).

Die mikroanalytische Datenerhebung zur Beschreibung von Arbeitsprozessen wird in Tabellen zusammengestellt und mit den typischen Phasen der Arbeitsprozesse aus der Fachliteratur verglichen.

Analyse von Ordnungsmitteln zur beruflichen Bildung und nachfolgenden Dokumenten

Diese Analyse wird in Makro-, Meso- und Mikroebene unterteilt. Anregungen zu diesem Ebenenkonzept ergaben sich für den Verfasser aus einem Ansatz von Gerds, der für entsprechende Analysen in Handlungsfeldern von Hochtechnologieberufen von Storz spezifiziert wurde (Storz 2005).

Auf der Makroebene werden zunächst die Berufsbildungssysteme in Vietnam und in Deutschland durch Dokumentenanalysen und Studium entsprechender Literatur verglichen. Die Quelle „Länder und Berufsprofile“ auf der Webseite Bq-Portal vom deutschen Bundesministerium für Wirtschaft und Energie stellt einen Orientierungsrahmen zur Auswahl von Schwerpunkten dar. Dieser Vergleich ermöglicht eine Übersicht der beruflichen Ausbildung in beiden Ländern und schafft Kriterien für vertiefende Analysen zu Berufsbildern und Curriculum.

Auf der Mesoebene werden die Curriculumgestaltung und -entwicklung in Vietnam sowie in Deutschland detailliert analysiert. Dazu werden

- in einer ersten Phase die Dokumente der vorhandenen Ausbildungsprogramme in Vietnam und die Ordnungsmittel in Deutschland gesichtet. Für Vietnam wird dazu besonders auch die Webseite des „Ministeriums für Arbeit, Invaliden und soziale Angelegenheiten“ genutzt.
- in einer zweiten Phase unter Nutzung von Quellen zu Rahmenbedingungen für die Gestaltung von Curricula (Ziele, Inhalte beruflicher Ausbildung sowie Orientierungen zur Gestaltung des Lehrens und Lernens an den Lernorten) tiefer interpretiert.

Außerdem werden die Quellen von vorhandenen unterschiedlichen Ausbildungsprogrammen der Kurzeitausbildung von etwa 30 sehr bekannten Ausbildungseinrichtungen in den drei größten Städten in Vietnam genutzt, die nicht von den Verordnungen und Richtlinien des genannten Ministeriums verwaltet werden. Durch das Erstellen von Tabellen werden die Datenerhebungen strukturiert geordnet. Sie sind die Basis für vergleichende Betrachtungen von Vietnam – Deutschland (siehe Kapitel 4 und 5).

Die Daten aus den Dokumenten, interpretiert mit den Ergebnissen vergleichender Literaturrechen sind ausreichend für die Analysen auf der Mesebene.

Auf der Mikroebene wird die Analyse der Gestaltung von Lehr- und Lernprozessen in Vietnam und in Deutschland in allgemeiner Hinsicht auf der Grundlage der Literatur zu bildungs- und lerntheoretischen didaktischen Ansätzen, zur Verbindung von Arbeiten und Lernen etc. sowie zu praxisnahen Projekten der Bildungsforschung durchgeführt. Die Teilnahme an der Lehre im Studium von Berufsschullehrern in Deutschland sowie zitierte mündliche Aussagen von Experten zum Lehren und Lernen in Vietnam ergänzen diese Quellen. Die Analyse der Mikroebene erreicht zwar nicht konkret die Ebene der Lehr- und Lerngestaltung, ist aber ausreichend für die Zielstellung der Dissertation, Innovationen zu einem Konzept neuer Berufsbilder und zur Curriculumentwicklung theoretisch zu begründen und konzeptionell zu entwickeln (siehe Kapitel 6). Vertiefende Methoden zu Befragungen, Interviews etc. werden vom Verfasser als nicht erforderlich angesehen.

Zur Bewältigung der konzeptionellen Arbeit

Mit den Ergebnissen der umfassenden Literaturarbeit, aus den Dokumentenanalysen sowie der Analyse von Arbeitsprozessen in einer vergleichenden Betrachtung zwischen Deutschland und Vietnam sowie partiell im internationalen Vergleich wurden Defizite in der Berufsbild- und Curriculumentwicklung Vietnams herausgefiltert. Diese Defizite waren zu strukturieren sowie auf Prioritäten zu prüfen und qualitativ zu skalieren. Gleichzeitig entstanden bei diesen sehr umfassenden und zeitaufwändigen Arbeiten zahlreiche Erkenntnisse und Anstöße zu vertiefenden berufsdidaktischen Forschungen.

Der Verfasser stand somit bei der Auswahl von Schwerpunkten für die eigenständige konzeptionelle Arbeit vor dem Problem, einerseits diese Defizite zu beachten, aber andererseits über eine „Machbarkeitsanalyse“ abzuschätzen, was im Rahmen des Doktorandenstudiums ohne Aufenthalt in Vietnam für Untersuchungen zum Forschungsvorhaben möglich erscheint. Vertiefende berufsdidaktische Forschungen hätten unbedingt vertiefende analytische/empirische Untersuchungen im Lande erforderlich gemacht.

Die Ergebnisse der umfassenden Datenerhebungen sind eine solide Basis für Schlussfolgerungen zu den ausgewählten Ebenen der konzeptionellen Arbeiten. Für die Weiterentwicklung des Berufsbildes „Mediengestalter/in Digital und Print“ werden sie als uneingeschränkt verwertbar eingeschätzt. Für das mit den Forschungen angestrebte neue Konzept eines mehr an der beruflichen Arbeit orientieren Curriculums reichen die Befunde zur Fundierung und näheren Beschreibung neuer, an Handlungsfeldern orientierten Lernfeldern ebenfalls uneingeschränkt aus. Aus den „idealtypisch“ beschriebenen Arbeitsprozessen können für die verschiedenen Handlungsfelder Arbeitsaufgabenkomplexe so aufbereitet werden, dass sie in Lernaufgabenkomplexe transformierbar sind (Kapitel 6).

Die Befunde der Datenerhebung reichen darüber hinaus auch zur Erarbeitung von Nachfolgedokumenten für die Berufsbildungspraxis, einschließlich berufsdidaktisch aufbereiteter Lehr- und Lernmaterialien (Mikroebene), zur Umsetzung des lernfeldorientierten Curriculums aus. Der Verfasser sieht nach seiner Rückkehr bei entsprechenden Arbeiten in Vietnam ein umfangreiches Mitgestaltungspotenzial.

Kapitel 3 Gegenwärtige Situation der beruflichen Arbeit in Vietnam

3.1 Ursprung und Kategorien zur Beschreibung der Handlungsfelder des Berufes Mediengestalter/in Digital und Print in Vietnam

Das Profil des Berufes "Mediengestalter Digital und Print" in Vietnam ist breit angelegt und orientiert sich an wesentlichen Handlungsfeldern des Multimediasdesigns. Diese Handlungsfelder sind gebündelt in

- Grafikdesign für Print (2D und statische Grafik),
- Webdesign (statische und dynamische Webseite),
- Digitalfilmherstellung (umfasst 3D-Modellieren, 2D-Digitalfilm und 3D-Digitalfilm).

Diese Klassifizierung eignet sich für Vietnam und wird seit 20 Jahren aufgrund der Nachfrage an Fachkräften in den genannten Handlungsfeldern bei der Beschreibung des Berufsprofils verwendet. Eine Spezifizierung gibt es im Handlungsfeld „Digitalfilmherstellung“. Da der 3D-Digitalfilm heutzutage stark entwickelt ist und in der Filmindustrie dominiert, ist die Filmart 2D-Digitalfilm im Laufe der Zeit nicht mehr populär. Nur in einigen Abteilungen der staatlichen Unternehmen und in einigen Abschnitten von Filmprojekten verwendet man 2D-Digitalfilme bspw. für die Herstellung von Karikaturen. Dadurch klassifiziert man in Vietnam 2D-Digitalfilmherstellung nicht als Hauptzweig dieses Berufes. Man betrachtet sie als einen Teil der Arbeitstätigkeiten von Facharbeitern im Bereich 3D-Digitalfilmherstellung. Ein Facharbeiter der 3D-Digitalfilmherstellung kann demnach auch die Arbeit von 2D-Digitalfilmherstellung übernehmen.

Kategorisierung der Arbeitsschwerpunkte in den Werbungsunternehmen gemäß den Medienformen

An der Kategorisierung gemäß den Medienformen setzt die Makroanalyse zur Erkundung der beruflichen Arbeit an. Sie wird in 3.2 ff. fortgeführt und durch Mikroanalysen an idealtypischen Arbeitsprozessen vertieft.

Weil die vietnamesische Wirtschaft rasch wächst, wurden immer mehr Unternehmen im Land gegründet. Jede Firma oder jede Organisation muss eine Marken- und Werbestrategie mit vielfältigen visuellen Werbeprodukten erstellen. Ein Unternehmen ohne eine solche Strategie kann nicht bestehen und sich nicht weiterentwickeln. Die Gestaltung visueller Werbeprodukte kann makroanalytisch nach den drei folgenden Kommunikationsformen differenziert werden:

- Kommunikationsform Druckmassenmedien: Designprodukte werden auf der Oberfläche bedruckt (Papier, Tuch, Verpackung...) und sind überall als Logo, Kataloge, Pakete, Plakate, Broschüren etc. als „Printprodukte“ eingesetzt.
- Kommunikationsform Webseite: Webseiten zeigen die Aktivitäten und Produkte von Unternehmen über Computer, Handy, Tablett etc.

- Kommunikationsform Film: Werbefilm und -video werden durch Internet, Fernsehen ausgestrahlt, damit die Betrachter es über TV, Computer, Kino, Handy und Tablett ansehen können.

Außer der Werbung durch Radio müssen alle übrigen Designprodukte für Werbung und visuelle Kommunikation unter der Anwendung einer von drei oben genannten Kommunikationsformen erscheinen. Somit kann man auch die Unternehmen für Mediengestaltung in Vietnam bzw. ihre speziellen Arbeitsabteilungen (bei größeren Unternehmen) nach den drei oben genannten Kommunikationsformen als Handlungsfelder klassifizieren, d. h. in: Mediengestaltung für Print, Webdesign und 3D-Filmproduktion. Viele Unternehmen konzentrieren sich nur auf eine Kommunikationsform, andere arbeiten in zwei oder allen drei. Im Folgenden werden die Arbeitsschwerpunkte der Unternehmen auf Grundlage der Kommunikationsformen vertiefend herausgearbeitet.

Kategorisierung nach „Vtown“

Bis Dezember 2018 wurde von der Webseite “Vtown.vn”, die die Statistiken in Vietnam aktualisiert, die Klassifizierung der Unternehmen für Mediengestaltung mit folgender Statistik beschrieben:

* für Printprodukte, so genannte 2D- und statische Grafik:

- 77 Unternehmen für Druckdienstleistung zur Realisierung des Grafikdesignproduktes
(vgl. <http://vtown.vn/category1/genre4.html>)
- 58 Unternehmen übernehmen den Bereich Grafikdesign
(vgl. <http://vtown.vn/category3/genre202.html>)

* für Gestaltung der Webseite:

- 126 Unternehmen übernehmen den Bereich professionelles Webdesign
(vgl. <http://vtown.vn/category3/genre201.html>)
- 50 Unternehmen übernehmen den Bereich Hosting für Webseite
(vgl. <http://vtown.vn/category3/genre204.html>)

* für Digitalfilmherstellung - dynamische Grafik:

- 16 Unternehmen übernehmen die Spielgestaltung (game)
(vgl. <http://vtown.vn/category3/genre206.html>)
- 52 Unternehmen übernehmen die Werbung durch TV, Radio und Internet (Broadcast Ad)
(vgl. <http://vtown.vn/category4/genre303.html>)

Die genannten Statistiken spiegeln nur die diejenigen Unternehmen der Mediengestaltung wider, die offiziell im Enterprise-Informationssystem von Vietnam registriert wurden. Die

echte Zahl solcher Unternehmen ist eigentlich höher, weil es noch viele Unternehmen gibt, die in der Liste der Webseite „Vtown.vn“ nicht registriert wurden. Jedoch zeigen die obigen Daten, dass die Klassifizierung der Mediengestaltung in Vietnam den 3 eingangs genannten Handlungsfeldern folgt: Grafikdesign in Kombination mit dem Print, Webdesign in Kombination mit Hosting, Digitalfilmherstellung für 3D-Game und für Werbung durch TV, Internet.

Kategorisierung durch die „Universität für Naturwissenschaft Ho Chi Minh Stadt“

Mit der Leitidee „Auf dem Weg zur unterschiedlichen Richtungen der Mediengestaltung“ wird in einer Anzeige des führenden Schulungszentrums für Multimedia an der Universität für Naturwissenschaft Ho Chi Minh Stadt die Kategorisierung von Arbeiten des Berufes Mediengestalter in Vietnam wie folgt aufgeführt:

1. Designprodukte für Print:

a. Welche Produkte werden hergestellt?

- Schilder, Bandarolen
- Logo, Broschüre, Katalog, Prospekt, Namenskarte, Briefkopf, Ordner
- Produkte für Werbung, Ausstellung
- Verpackung, Produktetikett

.....

2. Webdesign:

a. Was wird gemacht?

- Webdesign für Unternehmen, Organisation
- Banner
- Webdesign bei HTML und CSS
- Webdesign für Computer, Handy

.....

3. 3D-Grafik:

a. Was wird gemacht?

- 3D-Figuren, 3D-Animation
- 3D-Raum für Innenarchitektur

.....

4. Multimedia:

a. Was wird gemacht?

- Werbespot, Werbefilm
- Filmeffekte und Filmtechniken, Tonverarbeitung

.....

(vgl. <http://csc.edu.vn/do-hoa-da-truyen-thong/tin-tuc/kien-thuc-do-hoa/Thiet-ke-Do-hoa-Tim-hieu-ve-nghe-Thiet-ke-Do-hoa-146>; übersetzt vom Verfasser)

Kategorisierung durch die „Vietnamesischen Design-Gemeinschaft“

Nach der Auffassung der Design-Gemeinschaft ist die Mediengestaltung in folgende Bereiche unterteilt:

1. Grafikdesign für Print: Umschlag von Büchern, Zeitschriften, Poster, Broschüren, Werbung, Visitenkarte und andere Publikationen.
2. Webdesign
3. Filme, bestehend aus Datenträgern, wie z. B. DVDs
4. Logo und Markenidentität
5. Verpackungsdesign

(vgl. http://designs.vn/tin-tuc/tong-quan-ve-thiet-ke-do-hoa_12153.html#.W7lzcPloREY; übersetzt vom Verfasser)

Diese Klassifizierung ist eigentlich übermäßig differenziert. Man kann deutlich erkennen, dass die Zweige „Logo und Markenidentität“ und „Verpackungsdesign“ zum Bereich Grafikdesign für Print gehören. Deshalb ist die Kategorisierung durch die vietnamesische Design-Gemeinschaft auch ähnlich, wie in den anderen Quellen und kann zu 3 Bereichen „Grafikdesign für Print“, „Webdesign“ und „Digitalfilmherstellung“ zusammengefasst werden.

Kategorisierung durch das „College für Informationstechnologie Ho Chi Minh Stadt“

Das „College für Informationstechnologie Ho Chi Minh Stadt“ ist ein Bildungszentrum für die gehobene Berufsausbildung in Vietnam. Näheres zu den verschiedenen Qualifikationsniveaus der Berufsausbildung wird in Kapitel 4 dargestellt. Für die Region hat dieses College eine Leitfunktion für andere berufsbildende Schulen, arbeitet in Projekten zur Curriculumentwicklung in staatlichen Gremien mit und hat enge Bindungen zu Unternehmen und Wirtschaftsverbänden aufgebaut. In dieser Funktion und Vernetzung kann das Bildungszentrum als repräsentative Quelle der Berufsbildungspraxis angesehen werden.

Die berufliche Orientierung von diesem College für Technologie und Information Ho Chi Minh Stadt zielt darauf ab, dass Absolventen von Multimediegestaltung nach der Ausbildung in verschiedenen Bereichen arbeiten können. Diese sind:

- Facharbeiter in den Bereichen Grafikdesign, Bildbearbeitung wie: Werbung, Druck, Seitenlayout, Bildbearbeitung.
- Facharbeiter im Bereich Webdesign wie: 2D-Design (Flash Animator), Gestaltung der Schnittstellen von Webseiten.
- Facharbeiter in den Bereichen Audio- und Video-Editor, Erstellung des Szenenbuchs (Storyboard), VFX und Compositor, Spiele-Produzent und Modellieren für Außen- sowie Innenarchitektur (3D-Animator, 3D-Modellierer).

(vgl. <http://itc.edu.vn/nganh-do-hoa-ung-dung-da-phuong-tien>; übersetzt vom Verfasser)

Kategorisierung vom „Zentrum für berufliche Orientierung“

Auch in der offiziellen Webseite des Zentrums für berufliche Orientierung orientiert sich das Berufsbild des Berufes Mediengestalter/in mit seinen Spezialisierungsrichtungen an den Handlungsfeldern. Wenn man Mediengestalter werden möchte, muss man in der Lage sein, in folgenden Handlungsfeldern tätig zu werden:

- 2D-Grafikdesign für Print: man gestaltet die bekannten Produkte für Werbung wie Plakate, Broschüren ... oder erstellt Corporate Identitäten wie Logo, Verpackung, Mitarbeiteruniform... oder gestaltet Bücher, Zeitungen, Zeitschriften. Dies sind die Produkte, die jedes Unternehmen unbedingt verwenden muss, um Werbung und Vertrieb für Produkte und Dienstleistungen zu unterstützen.
- Webdesign: mit der kontinuierlichen Entwicklung der Informationstechnologien gibt es **einerseits** für die Menschen sehr flexible Möglichkeiten, sich über Güter und Dienstleistungen zu informieren: Suchen am Computer, mit dem Telefon oder auch Anschauen von Werbungen im Fernsehen gehören unter diesen Bedingungen zum zielgerichteten Handeln. **Andererseits** sind Webseiten bzw. auch entsprechende Forum-Plattformen für Werbung, Vertrieb und Verkauf von Gütern und Dienstleistungen unverzichtbar. Eine Webseite wird immer als das Bild eines Unternehmens angesehen und ist auch das offizielle Portal, das die Unternehmen mit Kunden und Partnern verbindet.
- Digitalfilmherstellung: man versucht, die Produkte lebensnaher zu vermitteln und mit Bewegungs-, Klang-, Farbe- bzw. Lichteffekten für das menschliche Leben interessanter zu machen. Man denke z. B. an 3D-Möbel, 3D-Architektur und 3D Konstruktionen im Bauwesen, wo die 3D-Objekte eines Produktes eine kleine Brücke, ein Haus oder Tunnel unter dem Meer sein können.

(vgl. <http://fixi.vn/nganhnghe/nha-thiet-ke-do-hoa/>; übersetzt vom Verfasser)

Noch eine Kategorisierung wird in einem Artikel für Ausbildung auf der meistgesehenen Webseite in Vietnam vorgenommen. "Dan tri" verdeutlicht: "Im Bereich Grafikdesign benutzt man die Software für Bildverarbeitung, Vektorzeichnung, Seitenlayout..., um digitale Dateien zu erstellen und dann auf Flächen der Umschläge von Büchern, Zeitungen, Zeitschriften, Outdoor-Medien (Plakate, Busse, Haushaltsartikel oder Mode) zu drucken. Darüber hinaus zielt Multimediengestaltung auch auf Werbe-, Kommunikation- und Digital-Entertainment-Produkte wie Webdesign, digitales Filmemachen, Tonverarbeitung, visuelle Effekte, Spiele, Innenarchitekturzeichnung, 3D-Animationen" (vgl. <http://dantri.com.vn/giao-duc-khuyen-hoc/my-thuat-da-phuong-tien-khong-don-gian-la-thiet-ke-do-hoa-20160422083730265.htm>, übersetzt vom Verfasser).

Zusammengefasst: Durch Verallgemeinerung der analysierten Quellen können drei Hauptbereiche von Mediengestaltung in Vietnam unterteilt werden (siehe Abbildung 1):

- Grafikdesign für Print
- Gestaltung der Webseite
- Digitalfilmherstellung

3.2 Untersuchungen zur beruflichen Arbeit in Vietnam auf Basis „idealtypischer“ Arbeitsprozesse

3.2.1 Rahmen für eine berufsdidaktisch induzierte Analyse beruflicher Arbeit

Untersuchungen zur beruflichen Arbeit zielen allgemein auf die Erkundung von Arbeitsanforderungen und können bekanntlich mit unterschiedlicher Zielstellung, wie z. B. zur Gestaltung von Arbeitsorganisation, zur Gestaltung von Arbeitsabläufen oder zur Optimierung der Ergonomie von Arbeitshandlungen, erfolgen. Neben diesen, eher arbeitswissenschaftlichen Perspektiven auf die Kategorie „Arbeit“, gibt es zahlreiche allgemeine soziale Aspekte einer sich wandelnden Arbeitswelt zu untersuchen. Die Forschungen des Verfassers zur beruflichen Arbeit sind berufsdidaktisch induziert und auf die stärkere Orientierung beruflichen Lernens an beruflichen Arbeitsanforderungen gerichtet. Die Verbindung von Arbeiten und Lernen wird in Vietnam als neuer Ansatz zur Entwicklung beruflicher Handlungskompetenz gesehen. Die gegenwärtigen Defizite wurden bereits in Kapitel 1 bei der Problementfaltung und Begründung der Untersuchungsschwerpunkte herausgearbeitet.

Das forschungsmethodische Herangehen an berufswissenschaftlich geleitete Untersuchungen zur beruflichen Arbeit kann sehr vielfältig sein und ist letztlich abhängig von, unter bestimmten gesellschaftlichen Bedingungen entstandenen, Forschungstraditionen. In Deutschland wurden solche Traditionen verstärkt seit den 1980er Jahren begründet, domänenspezifisch entwickelt und schrittweise als fester Bestandteil der Berufsbildungsforschung etabliert (vgl. z. B. Bannwitz/Rauner 1993, Rauner 2005 und 2018, Niethammer/Storz 2002 und 2010, Jenewein 2013). Die Erkenntnisse langjähriger domänenspezifischer Untersuchungen in der Beruflichen Fachrichtung

Chemietechnik der TU Dresden zur Verbindung von Lernen und Arbeiten wurden mit zahlreichen Untersuchungen gesichert und von Niethammer zum forschungsmethodischen Ansatz einer „didaktisch-induzierten Arbeitsanalyse“ verallgemeinert (Niethammer 2006).

Die Untersuchungen des Verfassers orientieren sich an diesen Forschungstraditionen zur Verbindung von beruflichem Lernen mit beruflicher Arbeit. Gleichzeitig ist aber dazu die ungleiche Ausgangssituation in Vietnam zu berücksichtigen. Vergleichbare Forschungstraditionen sind nicht entwickelt und einzelne forschungsmethodische Erfahrungen gibt es nur aus wenigen Untersuchungen. Diese Defizite, sowie das Fehlen eigener Primäranalysen zur Erkundung beruflicher Arbeitsanforderungen im Untersuchungszeitraum in Vietnam, sind wesentliche Rahmenbedingungen für eine forschungsmethodische Spezifizierung der eigenen Untersuchungen.

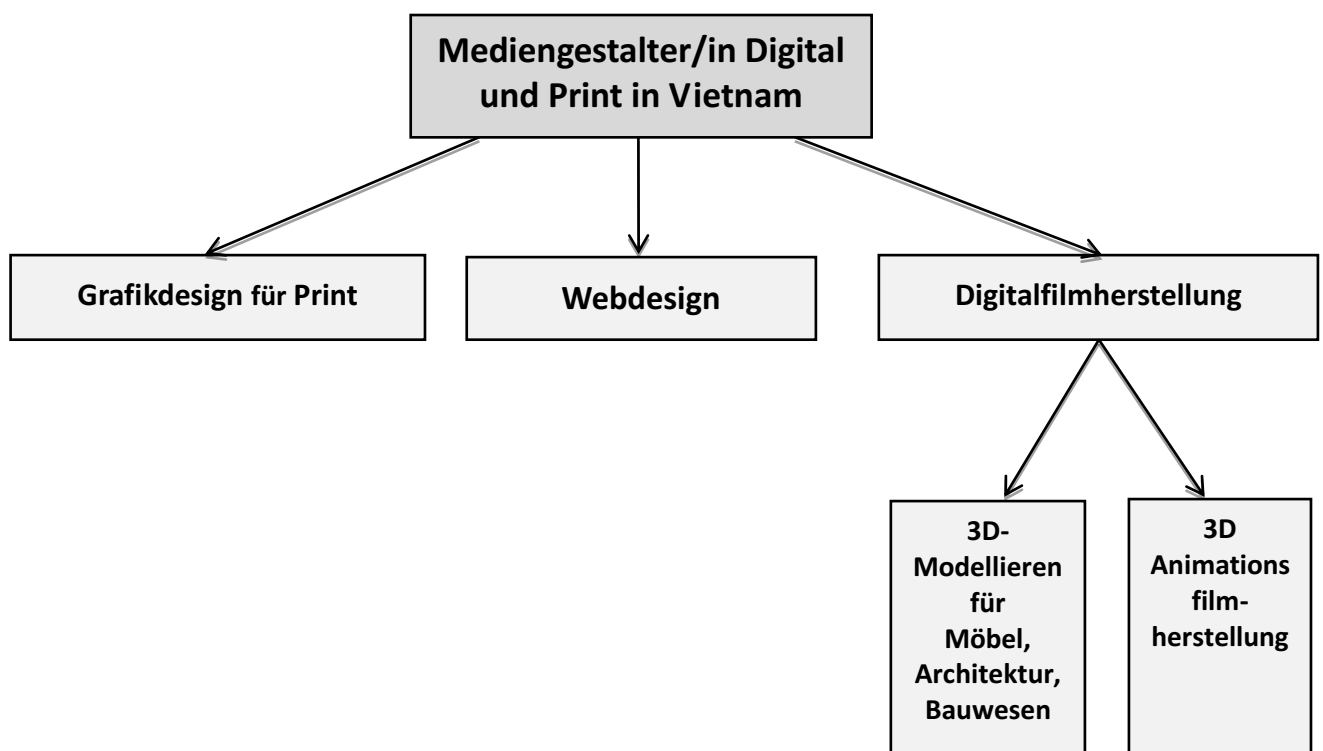


Abbildung 1. Kategorie der Arbeitsschwerpunkte des Berufes Mediengestalter/in in Vietnam

Der Verfasser geht davon aus, dass Untersuchungen zur beruflichen Arbeit über „idealtypisch“ beschreibbare Arbeitsprozesse erschlossen werden können. Für die unter 3.1 strukturierten Handlungsfelder des Berufes kann man allgemeine Arbeitsprozesse beschreiben und die Handlungsfelder „Mediengestaltung für Print“, „Webdesign“, „Digitalfilmherstellung“ können aus weltweit vielfältigen Quellen im Bereich Mediengestaltung erkundet und „idealtypisch“ beschrieben werden. Bei dieser Beschreibung werden sowohl „äußere Verlaufsstrukturen“ für Arbeitsprozesse in verschiedenen Geschäftsfeldern als auch Tätigkeitsbereiche bzw. sogar „Kerntätigkeiten“ (sind konstituierend für den Verlauf von Arbeitsprozessen) erkennbar. Mit diesen

mikroanalytischen Inputs können modellhaft mögliche Arbeitsaufgaben „konstruiert“ und bezüglich ihrer „inneren“ (psychischen) Verlaufsstruktur (Arbeitsanforderungen) beschrieben werden. In den folgenden Darlegungen werden dieses methodische Vorgehen und die dabei erkundeten Arbeitsanforderungen näher beschrieben. Inwieweit dies für eine „didaktische Transformation“ von Arbeitsaufgaben für berufliches Lernen (Ebene „Curricula“ und nachfolgende Ordnungsmittel) ausreichend ist, bleibt zunächst offen und es wird an dieser Stelle auf Kapitel 6 verwiesen. Der Verfasser betont, dass die Ergebnisse aus den „idealtypisch“ betrachteten Arbeitsprozessen einen Vergleich mit „realtypischen“ Arbeitsprozessen (und Arbeitsaufgaben) primäranalytische Untersuchungen in Vietnam erforderlich machen. Die Dissertation schafft dafür wesentliche Grundlagen.

3.2.2 Zum Verhältnis von Gesamtberuf (Allgemeines) und seinen Handlungsfeldern (Besonderes)

Wie bereits erwähnt, umfasst der Beruf "Mediengestalter Digital und Print" in Vietnam drei Handlungsfelder "Grafikdesign für Print", "Webdesign" und "Digitalfilmherstellung". Das Gemeinsame des gesamten Berufes besteht darin, dass alle drei Handlungsfelder in der „äußeren Verlaufsstruktur“ gleiche Arbeitsphasen umfassen, bestehend aus dem Kundenauftrag, Entwurf des Designproduktes nach dem Kundenziel, Veränderung des Designs entsprechend der Kundenanforderungen und Realisierung des Designs durch Computertechnik. Diese Vergleichbarkeit schafft den Rahmen für eine ähnliche Grobstruktur zur Beschreibung der Prozessabläufe.

Differenzierungen mit Blick auf die Beschreibung der Feinstruktur der Arbeitsprozesse in den Handlungsfeldern ergeben sich aber aus den unterschiedlichen Inhalten der Arbeit entlang der Arbeitsphasen: die Kundenaufträge sind verschieden, der Entwurf des Designproduktes unterscheidet sich im Arbeitsinhalt etc. Die „innere psychische Verlaufsstruktur“, d. h. die kognitiven Prozesse zur Handlungsregulierung bei der Bearbeitung eines Kundenauftrages und das dazu nötige Wissen sind also unterschiedlich. Die unterschiedliche „innere Verlaufsstruktur“ ergibt sich ferner aus dem Einsatz der Technik als Arbeitsmittel. Alle Mediengestalter der drei Handlungsfelder verwenden dabei die übergreifenden typischen Mittel der Informationstechnologie, insbesondere Computer in Kombination mit peripheren Geräten (z. B. Druck- und Schnitttechnik bzw. auch entsprechenden externen Diensten) sowie vielfältige Softwaretechniken, um Designprodukte zu erstellen. Weil aber die o. g. Inputs und Outputs für die Auftragsbearbeitungen ganz anders und die Verwendung der Software in den Handlungsfeldern nicht gleich sind oder unterschiedlich kombiniert werden müssen, ergeben sich in der Beschreibung der Feinstruktur der Arbeitsprozesse Unterschiede, die in den einzelnen Arbeitsphasen mehr oder weniger differieren.

Für die Weiterentwicklung des Berufsbildes sowie die Gestaltung eines neuen Curriculums unter Beachtung einer stärkeren Arbeitsorientierung ist die Berücksichtigung des Verhältnisses zwischen *allgemeinen und besonderen* Arbeitsanforderungen wichtig. Im

Folgenden werden, ausgehend von den Produkten des Arbeitsprozesses, wesentliche Unterschiede für die drei Handlungsfelder herausgestellt, die dann später bei der Beschreibung der Feinstruktur inhaltlich vertieft werden.

Output des **Grafikdesigns für Print** ist ein Oberflächendruckprodukt, d. h. ein statisches Produkt, das von Zuschauern überall in der Öffentlichkeit durch Print-Klonen betrachtet wird. Das Design wird in großen Mengen gedruckt, basierend auf moderner Drucktechnologie. Dies erfordert, dass die Datei des Grafikdesignproduktes in die Vorstufe zum Drucken konvertiert wird. Die meisten Unternehmen für Grafikdesign in Vietnam verfügen nicht über Drucker. Mediengestalter müssen deshalb mit Druckdiensten zusätzlich zusammenarbeiten und ihre Kunden nach Qualität und Preis des Druckens fragen. Damit entsteht eine dreigliedrige Arbeitsbeziehung: Grafikdesigner, Kunde und Druckdienstleister.

Produkt des **Webdesigns** ist eine programmierte Webseite, die für möglichst breite aber auch speziell interessierte Zuschauergruppen auf Computer, Handy, Tablet usw. angezeigt wird. Bei der Gestaltung von Webseiten müssen Webdesigner Software-Technologien verwenden, um digitale Webseiten zu entwerfen. Dieser Entwurf wird dann programmiert und ins Internet hochgeladen. Basierend auf dem WorldWideWeb können alle Leute die Webseite sehen und die Funktion des Zusammenhangs zwischen den Seiten erkennen. Jedes Webprodukt ist ein programmiertes Softwareprodukt und wird von Kunden nach dessen Übergabe genutzt, durch Aktualisierung sowie Überarbeitung des Inhalts weiterhin verwendet. Webdesigner übernehmen daher spezifische Aufgaben, um Kunden bei der Verwendung der Webseite, deren Pflege sowie weiteren Ausgestaltung zu schulen.

Produkte der **Digitalfilmherstellung** sind variantenreiche Darstellungen mit Bewegungsbildern für das Fernsehen sowie, entsprechend aufgearbeitet durch Filmprojektionssoftware, über Internet für Computer, Handy, Tablet, usw. Der große Unterschied des Arbeitsprozesses der Digitalfilmherstellung im Vergleich zu den zwei anderen Handlungsfeldern besteht darin, dass die Gestaltungsideen und -konzepte in Form von Drehbuch und Szenenbuch dargestellt werden. Die Filmproduktion erfordert die Zusammenarbeit von Mediengestaltern bei großen Filmprojekten mit vielen Partnern wie Regisseuren, Kameramännern, Audiotbearbeiter, Schauspielern. Der Filmherstellungsprozess erfordert ferner komplexe Filmbearbeitungstechniken mit spezieller Filmbearbeitungssoftware.

3.2.2.1 Erkundungen idealtypischer Phasen des Arbeitsprozesses des Handlungsfeldes "Grafikdesign für Print"

Für das Handlungsfeld „Grafikdesign für Print“ werden im Folgenden die „idealtypischen“ Arbeitsprozesse in ihren Phasen und Arbeitsinhalten näher beschrieben (vgl. insbesondere die Quellen "A graphic design project from start to finish" /Pujagut, J.; Garcia, S.; Oliver, M., Barcelona 2010/ "The complete graphic designer: a guide to understanding graphics and visual communication" /Hembree, R., Massachusetts 2006/ „Grundlagen des

Grafikdesigns“ /Ambrose, G.; Harris, P., München 2009/ “Graphic Design School” /Dabner, D.; Stewart, S.; Zempel, E., London 2014).

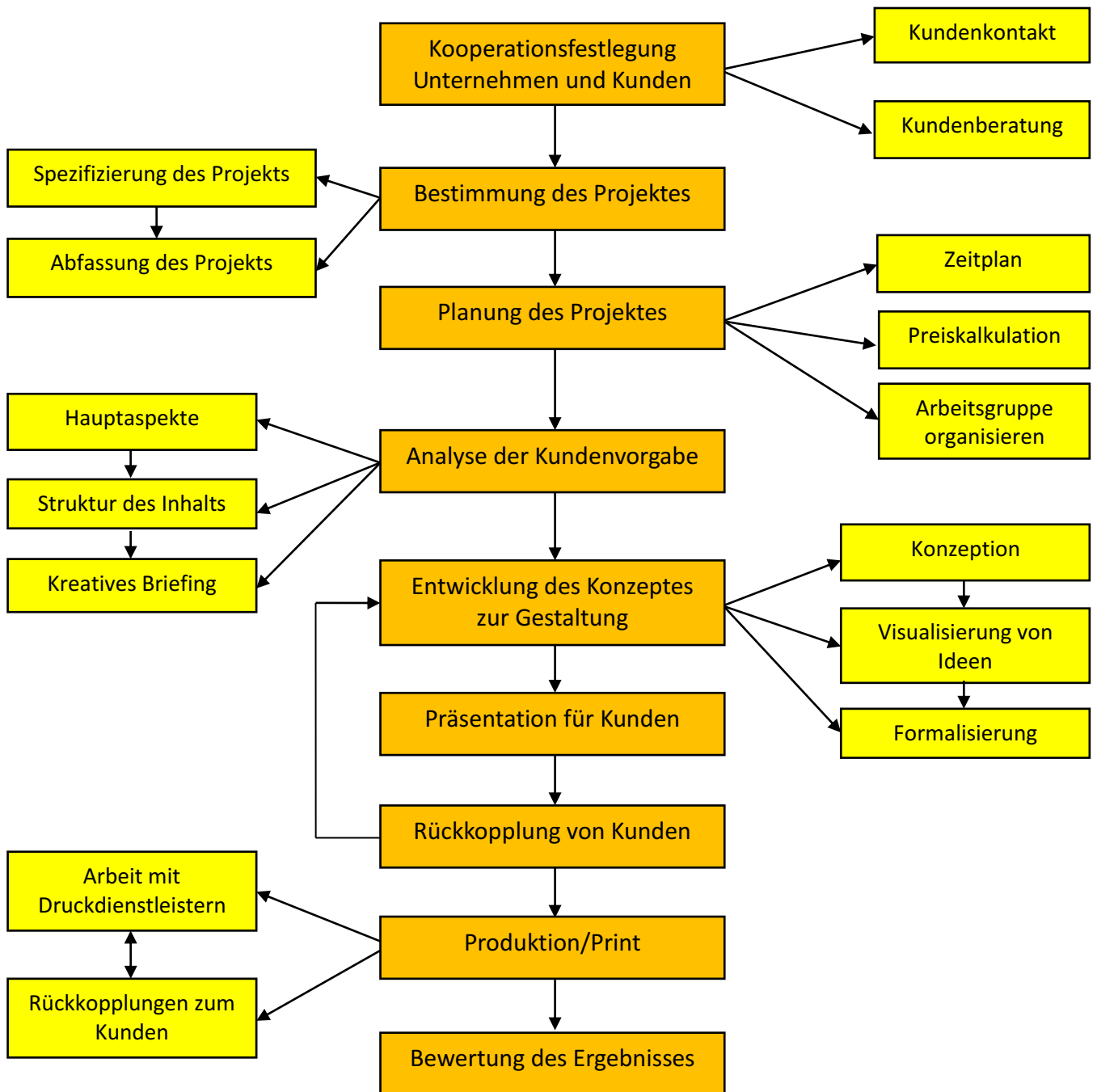


Abbildung 2. Prozesskette des Handlungsfelds Grafikdesign für Print

Für das Handlungsfeld des Grafikdesigns für Print kann man Phasen des Arbeitsprozesses als Prozesskette verallgemeinern. Sie bilden eine äußere Verlaufsstruktur für das Arbeitshandeln ab und eröffnen analytische Zugänge zur näheren Beschreibung von Arbeitsanforderungen entlang der Prozesskette. Diese Phasen, die im Folgenden näher beschrieben werden, sind: Kundenauftrag, Bestimmung des Projekts, Planung, Analyse der

Kundenvorgabe, Entwicklung des Konzeptes zur Gestaltung, Präsentation, Produktion, Bewertung des Ergebnisses (siehe Abbildung 2).

ARBEITSPHASE: ERFASSUNG DES KUNDENAUFTRAGES (Kooperationsfestlegung zwischen Unternehmen und Kunden)

Kunden für Grafikdesign können sowohl Unternehmen und öffentliche Einrichtungen oder auch einzelne juristische bzw. auch nichtjuristische Personen sein. Wenn ein neues Designprojekt kommt, muss der Mediengestalter als Vertreter des Medienunternehmens zuerst mit Kunden zusammenarbeiten, um die Kundenanforderungen zu verstehen. Die Analyse des Kundenauftrages ist eine komplexe Anforderung bei dem Mediengestalter den Kunden auf verschiedene Weise kontaktieren müssen, bspw. in Interviews, um eine strukturierte Erfassung der Kundenvorstellungen zu erhalten. Im Folgenden wird diese komplexe Anforderung differenzierter beschrieben.

Besondere Arbeitsanforderungen bei der Erfassung des Kundenauftrages

Am Anfang kommuniziert der Mediengestalter möglicherweise telefonisch oder durch E-mail mit Kunden, um eine Begegnung zu organisieren. Im Auftrag beschreiben die Kunden, welche Designanforderungen und -ziele erreicht werden müssen. Durch die erste Begegnung mit Kunden kann der Mediengestalter ein grobes Ziel des Designprojektes bestimmen.

Zur Bestimmung von Feinzielen sind für beide, Mediengestalter und Kunde, Kontakte in Form von Informationsveranstaltungen und Interviews zu organisieren.

Die Vorbereitung und Durchführung von Informationsveranstaltungen ist ein wesentlicher Arbeitsauftrag, an dem der Mediengestalter auf verschiedenen Organisationsebenen ihres Kunden (als Auftraggeber), beteiligt ist bzw. auch selbstständig tätig sein kann. Im einzelnen Fall ist das davon abhängig, wie die Arbeitsteilung im Medienunternehmen und damit die Autorisierung der Mitarbeiter geregelt ist. Dagegen ist die Durchführung von Interviews mit verschiedenen Mitarbeitern des Kunden als ein regelmäßiger Arbeitsauftrag anzusehen. Das Interview ist eine gute Gelegenheit, strukturierte Informationen zur Analyse des Kundenauftrages zu bekommen: zum Profil des Unternehmens, seine Geschichte, Geschäftsfelder/Produkte, aber auch Erfahrungen und Besonderheiten des Unternehmens. Diese müssen bei der Designlösung verarbeitet werden, ebenso wie die Bestimmung der potentiellen Zielgruppen.

Man kann zwei unterschiedliche Arten von Aufträgen unterscheiden:

Formelle Aufträge: Mit einem formellen Auftrag erhält der Grafikdesigner ein schriftliches Dokument und Referenzmaterial sowie eine mehr oder weniger klare Liste von Zielvorgaben für das Design. Diese Kriterien können kreative Ansprüche, ästhetische Werte, die Markenentwicklung oder greifbarere Ziele wie die Überarbeitung des Designproduktes im Hinblick auf den Verkaufserfolg sein.

Informelle Aufträge: Der informelle Auftrag ist oft nicht mehr als ein flüchtiges Gespräch oder ein Telefonanruf. Hier muss der Grafikdesigner sich Notizen machen und Fragen stellen, um klarer zu verstehen, was gefordert wird und warum (vgl. Ambrose et.al, 2009). Der Arbeitsgegenstand ist die Kundenvorgabe und der Mediengestalter benutzt Handbuch, Notizbuch, Schreibstift oder auch mobile digitale Endgeräte, um die Kundenanforderungen zu notieren.

Besondere Arbeitsanforderungen bei der Etablierung der Glaubwürdigkeit des Kunden

Im Handlungsfeld Mediengestaltung in Print geht es darum, schriftliche Produkte zu entwickeln, woraus sich besondere Anforderungen an Vertrauen und Glaubwürdigkeit ergeben. Dies betrifft *einerseits* das Vertrauen zwischen Mediengestalter *selbst* und *seinem Kunden* als Auftraggeber. Für den Gestalter muss Priorität haben, ein kompetenter Berater für Kunden zu werden. Je mehr ein Kunde einem Mediengestalter und dessen Kompetenz vertraut, desto inhaltlicher kann die Kommunikation sein und in den Beziehungen kreative Freiheit gewährt werden. Um dieses Ziel zu erreichen, muss sich ein Mediengestalter mit den Geschäftsprozessen seines Kunden vertraut machen, um die notwendige Expertise als Berater erwerben (vgl. Hembree 2006).

Die Kunden formulieren ihren Wunsch, ihr Geschäftsziel aber sie haben keine professionelle Kenntnis über die Prinzipien der Gestaltung von Printmedien. Ihre Anforderungen an den Designansatz sind manchmal nicht gut und nicht geeignet für ein nutzerorientiertes Designprodukt. In einigen Fällen möchten die Kunden im ersten Treff, dass zu viele Details von Informationen in das Designprodukt eingesetzt werden, die nicht wesentlich sind. Das Ergebnis könnte deshalb sein, dass die Hauptideen des Designs nicht hervorgehoben werden. Also kann die potenzielle Zielgruppe das Designziel nicht erkennen. Der Mediengestalter muss beraten und erklären, damit der Kunde diesen Fehler versteht und akzeptiert, dass andere Gestaltungsansätze noch gesucht werden müssen.

Andererseits wirkt der Mediengestalter in einer *Kundenkette*. Sein Kunde ist ein Unternehmen, das selbst Produkte/Leistungen anbietet, die von anderen Unternehmen genutzt werden. D. h., die Medienprodukte, die der Gestalter für seinen Kunden als Auftraggeber entwickelt, müssen sich auch an dessen Kunden orientieren. Diese sind Nutzer von Produkten/Leistungen und ein gutes Medienprodukt schafft auf diese Weise immanent Glaubwürdigkeit und Vertrauen zum Produzenten. Dieser komplexen Anforderung in einer Kundenkette kann in unserer modernen Medienwelt mit den „Mitteln der Medien“ besser entsprochen werden als früher. So ist es bspw. nützlich, mit Hilfe von Webseiten der Unternehmen zu recherchieren, welche Produkte/Leistungen des Produzenten bereits entstanden und im Umlauf sind. Auf diese Weise kann erkundet werden, wie der Produzent von anderen – das können reale oder auch potenzielle Kunden sein – wahrgenommen wird.

ARBEITSPHASE: BESTIMMUNG DES PROJEKTDESIGNS

Bestimmung des Projekts ist eine, in viele Arbeitstätigkeiten gegliederte, Phase der Prozesskette. Unabhängig davon, wie die Arbeitsteilung in einem Unternehmen organisiert ist, ist der Mediengestalter an zwei komplexen Arbeitsaufträgen beteiligt, von denen die Arbeitsanforderungen bestimmt werden: 1.) Spezifizierung des Projektes in einem differenzierten Kommunikationsprozess; 2.) Strukturierte Beschreibung (Abfassung) des Projektes.

Besondere Arbeitsanforderungen bei der Spezifizierung des Projektes - Bestimmung des Kommunikationsproblems zwischen Kunden und Zielgruppen

Die tiefere Untersuchung des Unternehmensprofils und der Erwartung des Kunden ermöglicht die Schaffung von nutzerbezogenen Lösungen. Dazu sind differenzierende Kommunikationen zum Projektdesign zu führen. Die besonderen Anforderungen ergeben sich aus der, bereits o. g. Orientierung des Medienunternehmens an der Kundenkette: Medienunternehmen – Auftraggeber als Kunde – Kunden als Käufer von Produkten/Leistungen des Produzenten. Der Kunde des Medienunternehmens ist, wie bereits gesagt, ein Unternehmen, das selbst Produkte/Leistungen anbietet, die von anderen Unternehmen genutzt werden. D. h., die Medienprodukte, die der Gestalter für seinen Kunden als Auftraggeber entwickelt, müssen sich auch an dessen Kunden orientieren, um nutzerbezogen gestaltet zu werden. Dieses komplexe Kommunikationsproblem soll noch etwas differenzierter beschrieben werden.

Einerseits sind mit Hilfe informeller Recherchen aktuelle und potenzielle Abnehmer von Produkten/Dienstleistungen des Kunden (Auftraggeber für das Medienunternehmen) zu erfassen. Das schließt ein, zu erkunden, mit welchen Printmedien das Unternehmen bereits arbeitet und wie es am Markt damit wahrgenommen wird. Mit anderen Worten, die Kommunikation des Mediengestalters mit seinem Auftraggeber sollte auch die bisher vorhandene Kommunikation mit dessen aktuellen und potenziellen Abnehmerkunden berücksichtigen. Auf diese Weise können vom Medienunternehmen an seinen Auftraggeber Impulse für eine zielgerichtete Präsentation über Printmedien gegeben werden. *Andererseits* ist auf der Basis dieser informellen Recherchen eine strukturierte Grobbeschreibung des Designprojektes im Medienunternehmen zu kommunizieren. Hierbei ist der Mediengestalter auf alle Fälle einbezogen. Je nach konkreter Arbeitsteilung im Unternehmen, wo er arbeitet, kann er hierbei mehr oder weniger autorisiert sein, Verantwortung haben und selbstständig bzw. auch unter Anleitung tätig sein. Auch kann er selbst mit seinen informellen Recherchen Einfluss auf die Arbeitsteilung zur Planung und Umsetzung des Printprojektes im Medienunternehmen nehmen (vgl. Pujagut et.al, 2010).

Unabhängig von einer konkreten Arbeitsteilung, die in den Unternehmen von Fall zu Fall unterschiedlich sein kann, ist der Mediengestalter in die Kommunikation entlang der gesamten Kundenkette einbezogen, woraus ein hoher vernetzter kognitiver Anspruch an sein Arbeitshandeln folgt. Sowohl bei der Erfassung von Informationen unter Einsatz

verschiedener konventioneller (z. B. Fragebögen, Handaufzeichnungen) sowie digitaler Arbeitsmittel (z. B. PC, mobile Endgeräte) als auch bei der Feinbestimmung des Designprojektes im Medienunternehmen ist vernetztes Denken und sicheres Wissen über die Möglichkeiten der Umsetzung erforderlich.

Besondere Anforderungen bei der Abfassung des Projektes

Die erste Abfassung des Projektes ist ein komplexer Anspruch an die Arbeit im Medienunternehmen selbst. Das Ziel besteht darin, ein gut strukturiertes schriftliches Dokument zu erstellen, das sich den o. g. Ergebnissen der Kommunikation entlang der Kundenkette orientiert (vgl. Pujagut et.al, 2010). Dieses Dokument umfasst:

- die Elemente für die Projektgestaltung unter den Bedingungen des Medienunternehmens,
- die Gesamtorganisation der Arbeitsabläufe sowie Verteilung verschiedener Arbeitsaufgaben (Arbeitsteilung) und deren Vernetzung,
- Einsatz und Konfigurierung der Arbeitsmittel, einschließlich evtl. Zugriffe auf externe Geräte sowie
- erste Kostenabschätzung.

Die aus der Abfassung des Projektes folgenden Arbeitsanforderungen verstärken den bereits o. g. hohen vernetzten kognitiven Anspruch an das Arbeitshandeln des Mediengestalters. Hinzu kommt ein solides technisch-organisatorisches Verständnis zu den Arbeitssystemen im Unternehmen: zur Auswahl und Kombination von Arbeitsmitteln (Hard- und Software, konventionell und digital) bei der Bearbeitung des Projektes, deren Konfigurierung sowie die organisatorische Einsatzplanung. Abhängig von den Ausführungsbedingungen im Medienunternehmen ist auch die Beschaffung externer technischer Geräte zu beachten.

ARBEITSPHASE: FEINPLANUNG DES AUFTRAGES

Die Feinplanung vertieft die o. g. Merkmale zur Abfassung des Projektes als schriftliches Dokument und umfasst im Detail die Schwerpunkte:

- Zielführende Ablauforganisation unter Beachtung der Arbeitsteilungen im Unternehmen bei der Projektbearbeitung,
- Personaleinsatz entsprechend der geplanten Arbeitsteilung,
- Auswahl der technischen Geräte und deren Kombination entlang der Ablauforganisation sowie
- Zeitabläufe, Aufwandskosten und Preis.

Besondere Arbeitsanforderungen zur Erstellung eines realistischen Zeitplanes

Diese Schwerpunkte der Feinplanung beziehen sich aufeinander, wobei die Abwägung zwischen den zeitlichen Abläufen, dem Kostenaufwand und dem Preis aus

betriebswirtschaftlicher Sicht seitens des Managements in das Zentrum gestellt wird. Häufig ist das mit Vorgaben des Managements an das Personal verbunden. Mediengestalter können hier mehr oder weniger einbezogen sein. Dazu benötigen sie die Befähigung, das Zeitvolumen entlang der Ablauforganisation, die Zeitdauer zur Vorbereitung technischer Geräte und deren Einsatzdauer einzuschätzen. Letztlich liegen hier die Potenziale für einen realistischen Zeitplan zur Kosten optimierenden Bearbeitung des Printprojektes.

Zeitpläne werden in konventionellen Tabellen sowie in linearen- und vernetzten Balkenzeitplänen erstellt. Der konventionelle Zeitplan gibt detailliert Auskunft über die auszuführenden Aufgaben. Linearer Zeitplan und Balkenzeitplan bieten einen schnellen Gesamtüberblick zum Zeittakt der wichtigsten Aufgaben in der Ablauforganisation und verdeutlicht die Überlappungen bei den Teilauftragsbearbeitungen (vgl. Pujagut et.al, 2010).

ARBEITSPHASE: VERTIEFENDE ANALYSE DER KUNDENVORGABE

Wenn die Planung schon fertig gestellt und dem Preis zugestimmt wird, beginnt eine vertiefende Analyse der Kundenanforderungen. Diese umfasst die Herausstellung der Projektschwerpunkte, Kompilation und Interpretation der Inputs aus der bisherigen Arbeit mit dem Kunden. Die vertiefende Auftragsanalyse bezieht sich auf verschiedene Aspekte des Projektes und bilden die Basis zu Schlussfolgerungen für eine kreative Lösung.

Besondere Arbeitsanforderungen zur Bestimmung der Hauptaspekte

Bei der Bestimmung der Hauptaspekte handelt es sich um eine wichtige Spezifizierung für die Umsetzung des Printproduktes. Der Mediengestalter differenziert den Auftrag *seines* Kunden in Teilprobleme, die für die Printpräsentation für schon vorhandene und potenzielle Abnehmern seiner Produkte/Dienstleistungen bedeutsam sind. Die o. g. Orientierung des Gestalters entlang der Kundenkette wird hierbei vertieft. Folgende Fragen sind zu beantworten:

- Welches Profil hat sein Auftraggeber, wie hat es sich dessen Unternehmen entwickelt und welche Grundwerte vertritt es?
- Wo liegen die Wettbewerbsvorteile seines Kunden und durch welche Merkmale sind diese gekennzeichnet?
- Welche Erwartungen an den Nutzen könnten die Zielgruppen oder potentiellen Käufer seiner Produkte/Leistungen haben?

(vgl. Hembree 2006)

Durch die Untersuchung der oben genannten Probleme erfasst der Mediengestalter das völlige und vielseitige Verständnis des Kunden, dessen Ziele und spezifiziert sowohl das Projektdesign als auch die bisherige Planung (Rückkopplungen zu Projektphasen 2 und 3). Dies ist besonders wichtig, wenn er mit neuen Kunden arbeitet. Es ist nützlich, dass

Mediengestalter dabei auch die Webseite von Unternehmen untersucht, um herauszufinden, wie der Kunde von anderen wahrgenommen wird.

Um die beabsichtigte Botschaft des Kunden effektiv zu kommunizieren, sammelt der Mediengestalter die erforderlichen Informationen, damit er die richtigen Probleme bestimmt und entsprechende Ideen generiert. Weil der Mediengestalter für alle Aspekte seines Berufes verantwortlich ist, vom Konzept bis zum Ende, ist es essenziell, dass er genug Zeit damit verbringt, die differenzierten Geschäftsfelder des Kunden zu erfassen.

Besondere Arbeitsanforderungen bei der Bestimmung von Struktur und Inhalt des Printmediums

Im Allgemein legen die Kunden die Struktur der Inhalte fest, was entworfen wird, ob es ein Buch, ein Poster, Verpackungen, usw. sein sollen. Es ist deshalb wichtig für Mediengestalter, die bisherige Gestaltung von Printmedien in Inhalt und Form zu überprüfen. Mediengestalter halten das für erforderlich, um entsprechende Änderungen vorzuschlagen, mit dem Ziel, eine effektivere Struktur auf der Kommunikationsebene zu erhalten.

Eine klare Struktur organisiert den Inhalt aller Elemente des neuen Printprojektes. Es kommt vor, dass alte Vorstellungen durch die *innere* Unternehmensentwicklung (z. B. neue Produktentwicklungen) und die Änderung *äußerer* Einflussfaktoren (Marktlage verbunden mit neuen Kunden) revidiert werden müssen, sobald die Designphase begonnen hat (vgl. Pujagut et.al, 2010).

Besondere Arbeitsanforderungen aus Schlussfolgerungen der Analyse in Form des Kreativ-Briefings

Ein Kreativ-Briefing ist ein Umriss zum zu bearbeitenden Auftrag unter Beachtung der Ausführungsbedingungen im Medienunternehmen für eine optimale Projektgestaltung. Ein gutes Kreativ-Briefing fungiert als Fahrplan, der die Gestalter bei ihrer Arbeit leitet und sicherstellt, dass Kunden die Ergebnisse erhalten, die ihren Erwartungen entsprechen.

Mediengestalter müssen viele visuelle Probleme lösen, die sowohl dem Profil, den Geschäftsfeldern sowie Zeit- und Preisvorstellung des Kunden entsprechen als auch den Möglichkeiten (Ausführungsbedingungen) und Budget seines Medienunternehmens gerecht werden. Das ist ein schwieriger Optimierungsprozess, der häufig von Kompromissen geprägt ist. Die Auseinandersetzung mit unterschiedlichen Auffassungen des Managements ist folglich Bestandteil des Kreativ-Briefings und die Befähigung zur Konfliktbewältigung in diesem Spannungsfeld ist eine wesentliche Arbeitsanforderung. Dabei muss er auf seine Kompetenzen in der sachlichen Beurteilung einer Auftragsbearbeitung zurückgreifen, die sich vom Management unterscheiden. Für die Beurteilung der Komplexität eines Printmediums, Visualisierungsaufwand, Leistungsfähigkeit der Technik für die Realisierung etc. ist der Gestalter Fachmann. Die zu lösenden Probleme können vom Umfang der Design-Broschüre oder anderen

Marketingmaterialien bis zur Entwicklung der umfassenden Corporate Identity für eine Firma reichen. Es ist zu beachten, dass zu gestaltende Printmedien auch Unternehmensentwicklungen zum Ausdruck bringen, neue Kunden ansprechen wollen etc. Hinzu kommt, dass Kunden nicht immer vertraut sind, was ein Briefing umfasst. In dieser Situation ist der Mediengestalter (nicht das Management) verantwortlich dafür, die Kunden bei der Entwicklung eines kreativen Briefings zu führen.

Zusammengefasst sollte ein kreatives Briefing Folgendes beinhalten:

- Allgemeine Parameter: Was ist das Budget? Was sind die Fristen? Was sind die Liefermöglichkeiten?
- Das besondere Problem muss gelöst werden: Es könnte eine Verpackung, ein Poster oder ein Logo sein, die erstellt werden muss.
- Ein Überblick (Liste) zu inhaltlichen Schwerpunktes des Briefings sowie dessen Organisation: Profil und Geschäftsfelder des Kunden? Wie lange ist das Unternehmen schon im Geschäft? Mit wem arbeitet der Mediengestalter zusammen und wie ist diese Zusammenarbeit organisiert?
- Die Zielgruppe für Produkte/Leistungen mit demografischen Informationen: Geschlecht, Alterszusammensetzung, Einkommensniveau, Hobbys und Vorlieben etc. Welche Art von Bildsprache kann ansprechend sein?
- Die zielgruppenorientierte Darstellung zum besonderen Nutzen der Unternehmensprodukte: Wie sind die positiven und negativen Wahrnehmungen von Kunden? Könnten Zielgruppen bei der Konkurrenz dieses Produktes auswählen und warum?
- Die Konkurrenz: Was sind die Konkurrenzunternehmen, -produkte, -dienstleistungen? Welche Stärken und Schwächen sind zu besprechen?
- Kreativen Ansatz: Was sind die visuellen Hauptprobleme und wie ist die Bearbeitung zu organisieren, einschließlich weiterer Rückkopplungen zum Auftraggeber.

(vgl. Hembree 2006)

ARBEITSPHASE: ENTWICKLUNG DES FEINKONZEPTES

Besondere Anforderungen bei der Entwicklung der Feinkonzeption

Die Entwicklung des Konzeptes, der wichtigste Teil aller Designprojekte, entsteht schrittweise und in Wechselwirkung mit den Ergebnissen der Kundenkommunikation im Kopf. Wichtig erscheint dem Verfasser zu betonen, dass der Computerbildschirm, digitale Endgeräte oder andere Möglichkeiten, wie Skizzen auf Papier, PIN-Wänden etc., auch Fotografien, vilefältige Mittel sind, die sich bei der „Transformation“ vom Kopf in ein raeles Printmedium ergänzen. Schrittweise werden so aus den Schlussfolgerungen der Analyse die Begriffe, Zusammenhänge, Bilder, Grafiken u. a. konstruiert, um die Designlösung zu generieren.

Konzepte sind Materialien, die aus mehreren konzeptionellen *Teilen* zu einem *Ganzen* zusammengefügt werden müssen. Dabei ist eine gute Konzeptstruktur zu erstellen, die sowohl die Grundlage für die Konzentration auf wesentliche Aspekte des Projektes als auch für die Details zu variablen Möglichkeiten des Grafik-Designs darstellt. Um die Formalisierung des Prozesses zu erleichtern, ist es erforderlich, klare Begriffe und Zusammenhänge zu verwenden, was die Auswahl einer repräsentativen Begrifflichkeit einschließt.

Darüber hinaus stellt das Konzept für den Kunden ein Instrument dar, um die Umsetzung des Projektes in seiner schrittweisen Entstehung, auch rückkoppelnd zum Mediengestalter, zu verfolgen und innerbetrieblich bzw. auch anderen Personen erklären zu können.

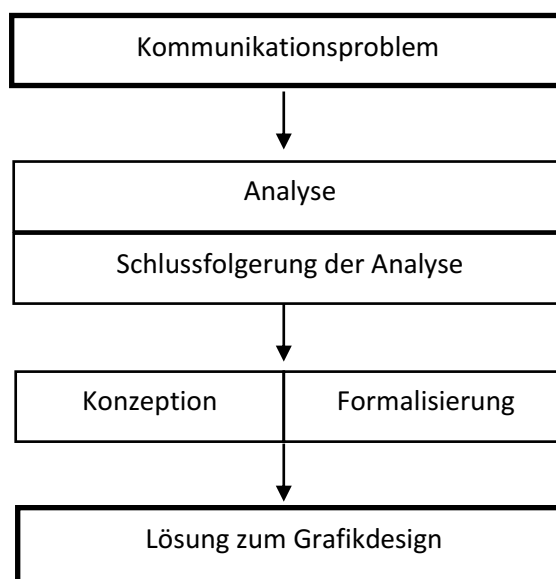


Abbildung 3. Vom Kommunikationsproblem zur Lösung zum Grafikdesign
(vgl. Pujagut et.al, 2010)

Besondere Anforderungen bei der Visualisierung

Um vom Konzept zum visuellen Design zu gelangen, müssen die vielen schriftlichen Ideen in Form von Skizzen, Zeichnungen, Bildern, verschiedenen Grafiken etc. visualisiert werden. Dabei ist das Zusammenwirken zwischen *Text* (repräsentative Begriffe und Zusammenhänge) und *Kontext* (genannte Visualisierungen) besonders hervorzuheben. Aus der Notwendigkeit, dieses Zusammenspiel von sprachlichen Mitteln *plus* variabler Visualisierungen zu beherrschen, ergeben sich die besonderen Anforderungen an den Mediengestalter. Zeichnen und skizzieren können sind ebenso wichtige Grundbefähigungen, wie die Nutzung moderner Visualisierungstechnik mit Grafiksoftware am PC oder auch mit mobilen Endgeräten. Gerade Letztere werden im Zuge der Digitalisierung in den genutzten Arbeitsmitteln durch den Gestalter schnell an Bedeutung gewinnen, ohne dass traditionelle Visualisierungsmittel überflüssig werden.

Mit Stift auf das Papier zu skizzieren, sollte der erste Schritt sein, um den Prozess Konzeptualisierung zu beginnen. Dies erlaubt auf einfache Weise eine schnelle und nur mit geringem Aufwand verbundene Verständigung sowohl rückkoppelnd zwischen Mediengestalter und Kunden als auch mit Mitarbeitern im Medienunternehmen; auch schon zu Details in der äußeren Form des Printmediums (Formen, Linie, Textur, Tonwert, Tiefe und Farbe u.a) (vgl. Dabner et.al, 2014).

Besondere Anforderungen bei der Formalisierung

Formalisierung bedeutet das Erstellen des Grafikdesigns zur Lösung des Kommunikationsproblems basierend auf den Schlussfolgerungen der Analyse und der Liste der Konzepte (vgl. Pujagut et.al, 2010). Im Handlungsfeld „Grafikdesign für Print“ versteht man, dass Formalisierung die Gestaltung der Design-Elemente wie Texte, Grafiken, Bilder, Logo durch Grafiksoftware im Computer bedeutet. Der Arbeitsgegenstand der Formalisierung ist die digitale Datei des Designproduktes. Die Arbeitsmittel sind die entsprechende Grafiksoftware und der Computer.

Gestaltung ist eine mehrdimensionale „Sprache“, also spielt die Bestimmung des Mittels der Informationen (Art, Farbe, Layout, Symbol, Metaphorik) eine wichtige Rolle der Schlussarbeit. Die effektive Kommunikation mit möglichen Zielgruppen für Produkte/Lesungen des Auftraggebers hängt von der Entwicklung der gesamten Bildsprache ab, die die Sensibilität der Zuschauer anspricht. Was dabei die Zielgruppen des Auftraggebers besonders ansprechen kann, wurde oben bereits herausgearbeitet.

Während Skizzieren und Zeichnen bei der vorigen Arbeitsanforderung ermöglicht, Ideen schnell visuell und mit geringem Aufwand zu visualisieren, erfordert die Ausführung des Abschlussdesigns im Computer eine sorgfältige Aufmerksamkeit für die Choriographie der Design-Elemente. Ebenso wichtig ist, dass das Design in großem Maßstab wiedergegeben werden kann. Egal, wie eine kreative und nutzerbezogene Designlösung aussieht, sie muss stets auch das Ziel verfolgen, bestimmte Elemente der Darstellung in Serie für das Medienunternehmen zu nutzen. Es gehört dann zu den Aufgaben des Gestalters, mit zu entscheiden, wie diese „Massenelemente“ im Kontext mit dem Anliegen anderer Kunden kombiniert werden müssen.

ARBEITSPHASE: PRÄSENTATION

Evtl. schon während sowie nach der Formalisierung präsentiert der Mediengestalter für den Kunden das Projekt, um sicherzustellen, dass die Formulierung wirtschaftlich, technisch und in Bezug auf Material und Zeitressourcen durchführbar ist. Bei der Präsentation wird dem Kunden das Design mit Hilfe der geeigneten Medien gezeigt, damit er das Design versteht und genehmigt (vgl. Pujagut et.al, 2010).

Eine unklare Gestaltung kann zu einem Verlust von Zeit und Geld führen. Die Präsentation der Ideen für Kunden, um das komplexe Feedback zu bekommen, ist eine entscheidende Arbeitsanforderung, die je nach Arbeitsteilung im Medienunternehmen mehr oder

weinger selbstständig erfolgen kann. Bei relativ einfachen Printlösungen kann er völlig selbstständig präsentieren, während bei komplexen Projekten eine arbeitsteilige Präsentation mit anderen Mitarbeitern, auch des Managements wahrscheinlich ist.

Gegenstand dieses Arbeitsauftrages „Präsentation“ ist in der Regel eine komplexe Datei, in der das Projekt veranschaulicht ist. Die Arbeitsmittel dazu sind verschiedene Präsentationssoftware, z. B. die beliebte Software von Microsoft Powerpoint, der Computer, Laptop, Projektor, große Leinwand etc. Zeichnungen und Fotos können diese Mittel ergänzen. Vom Mediengestalter wird bei der Planung und Durchführung von Präsentationen erwartet, dass er dabei das Verhältnis zwischen Aufwand und Nutzen berücksichtigt. Wenn ein Auftrag besondere Printlösungen oder eine einzigartige Ausführung beinhaltet, muss der Mediengestalter nicht nur die Durchführbarkeit und die Kosten für die Herstellung darlegen, sondern auch Proben anbieten.

Die Präsentation für Kunden ist ein Balanceakt für den Mediengestalter, weil ästhetische und praktische Sichtweisen sowie gewohnte Befindlichkeiten bei der Ausführung von Gestaltungslösungen konvergieren. Der Wunsch, die bahnbrechende und preisgekrönte Arbeit zu produzieren, ist manchmal in Konflikt mit den Geschäftszielen des Kunden und den Bedürfnissen seiner Zielgruppen, aber auch mit Kostenvorgaben vom Management des Medienunternehmens selbst. Nicht selten müssen dazu Kompromisse eingegangen werden. Vor dem Hintergrund von Zeit, Kostenbudget für den Aufwand im Medienunternehmen und Preis für den Kunden sind ggf. mehrere Varianten anzubieten:

- eine konservative Lösung, die mit vorhandener Sicherheit gut funktioniert und die Design-Empfinden des Kunden reflektiert.
- eine innovative Lösung mit besonderem Design, das zwar Nutzen und Ästhetik des Kunden anspricht, aber den Preis erhöht.
- eine Mischung aus diesen beiden Optionen.

Mediengestalter sollte nicht zu viele Möglichkeiten präsentieren, weil dies eine Entscheidungsfindung des Kunden schwieriger macht und manchmal zu einem Design führt, das die Elemente aus mehreren Ideen in einem enthält, also wird der Effekt des ursprünglichen Entwurfs abgeschächt.

Beim Vorgehen der Präsentation kann man sich zwei unterschiedliche Herangehensweisen vorstellen.

Erstens: Präsentation nach einer mehr induktiven Struktur

Die induktive Struktur ermöglicht dem Kunden, dass er das Printprodukt als schrittweise Folge der Kommunikation zwischen Kunde – Mediengestalter nachvollziehen kann. Diese Struktur entspricht der zeitlichen Entwicklung des Prozesses hin zu einer Lösung: Bestimmung des Projektes, Analyse, Konzeption und Formalisierung (siehe Abb. 4). Diese Struktur verhindert, dass sich beim Kunden voreilig eine subjektive Meinung bildet, ohne

den Prozess hin zum Produkt erläutert zu bekommen. Die induktive Struktur macht es dem Mediengestalter möglich, dass er seinen Diskurs benutzt, um den Kunden in einer Weise zu führen, dass er die Sichtweisen und Begründungen für die Lösung nachvollziehen kann und mit dem Gestalter eine gemeinsam verständliche Sprache spricht.

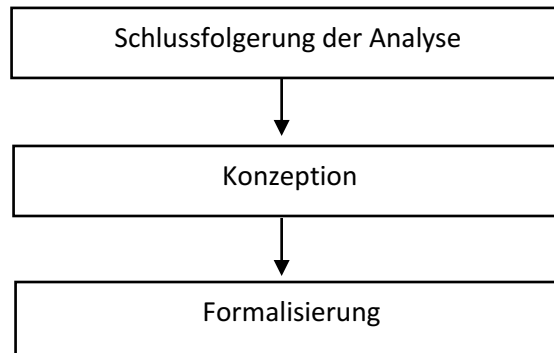


Abbildung 4. Induktive Struktur: von Schlussfolgerungen der Analyse zur Formalisierung (vgl. Pujagut et.al, 2010)

Zweitens: Präsentation nach einer mehr deduktiven Struktur

Die deduktive Struktur ermöglicht, die visuelle Wirkung zu verwenden, die den Kunden von Beginn an schnell zum Design führen kann, dass er das Design vor der Anhörung der Erklärungen sieht und sich ästhetisch angesprochen fühlt (siehe Abb. 5). Für einige Projekte ist es nützlich, diese Überraschung zu benutzen, die den Kunden leiten kann, dass er zuerst die Form sieht und die analytischen Grundlagen dafür, die sich auch im Preis niederschlagen können, leichter akzeptiert.

Die Reihenfolge der deduktiven Struktur ist wie folgt:

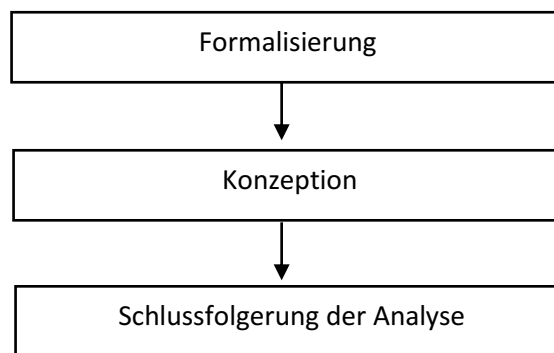


Abbildung 5. Deduktive Struktur: von der Formalisierung zur Schlussfolgerung aus der Analyse (vgl. Pujagut et.al, 2010)

ARBEITSPHASE: PRODUKTION DES PRINTMEDIUMS

Um das Design zu realisieren, muss eine komplexe digitale Gesamtdatei aus mehreren schon vorhandenen Teildateien und anderen Informationsträgern wie z. B. Skizzen und Fotos gestaltet und als Printmuster für Kunden ausgedruckt werden. Die digitale Produktion umfasst die Verwendung bereits vorhandener sowie die Herstellung und Implementierung neuer oder präzisierter Gestaltungselemente, die sich in der schrittweisen Kommunikation mit dem Kunden entwickelt haben. Mit dem ausgedruckten Material als Muster erfolgen letzte Rückkopplungen des Mediengestalters zum Auftraggeber.

Wenn im Medienunternehmen selbst eine eigene Druckwerkstatt existiert, wird das Design hier effektiv selbst gedruckt. Anderenfalls muss der Mediengestalter die Designdatei an eine Dienstleistung für Print weiterleiten und mit dem Druckfacharbeiter als Partner zusammenarbeiten.

Besondere Anforderungen aus Zusammenarbeit mit Druckdienstleistern

Die Kommunikation an der Schnittstelle „digitale Gesamtdatei des Mediengestalters – Druck durch ein anderes Unternehmen“ ist für die Qualität des Produktes nicht zu unterschätzen. Beide Partner haben unterschiedliche Perspektiven auf das Produkt und diese gilt es gegenseitig abzustimmen. Dazu gehört für den Mediengestalter auch, dass er Arbeitsmittel wie Papier oder Textil (Oberfläche) für Print und die Leistungsfähigkeit der Druckmaschine einschätzen kann. Wenn im Medienunternehmen selbst gedruckt wird, so gehört der Umgang mit diesen Arbeitsmitteln direkt zum Inhalt der Arbeit des Mediengestalters, woraus sich entsprechende Arbeitsanforderungen ergeben.

Bei der Kommunikation mit einem Druckdienstleister informiert der Mediengestalter zur Qualität des Printproduktes, den Umfang der digitalen Datei für die Umsetzung in ein Printerzeugnis sowie die Zeitperiode für die Druckerstellung. Die Art des Printerzeugnisses (Verpackung, Buch, Broschüre, Poster, Zeichen, etc.) und sich daraus ergebene Probleme werden besprochen. Sobald der Druckdienstleister diese akzeptiert, kommuniziert der Mediengestalter das Angebot und den Zeitplan für die Druckdienstleistung. Der Druckdienstleister kalkuliert dann den Preis, präzisiert ggf. den Zeitplan und informiert den Mediengestalter. Wenn die Genehmigung dazu auch vom Kunden als Auftraggeber eingeholt wurde, erzielt der Mediengestalter eine Vereinbarung mit dem Druckdienstleister über die Merkmale des originalen Designs, die Produktion des Designs und die Lieferung an den Kunden. Der Mediengestalter überprüft das Angebot, den Preis und die angegebene Lieferzeit. Der Druckdienstleister leitet die Produktion, überwacht die Qualität des Printprozesses und informiert den Mediengestalter darüber (vgl. Pujagut et.al, 2010).

Bei komplexeren Printerzeugnissen kann es zweckmäßig sein, einen Prototyp anzufertigen, um damit besondere Behandlungen wie Fälzen, Färben, Blindprägung etc. zu testen. Auch ist es manchmal nötig, dass das originale Designprodukt mit einem erklärenden Überblick

über die Spezifikationen für die Produktion und Umsetzung unterstützt wird. Für Großprojekte bilden die Spezifikationen ein technisches Dossier, das vom Mediengestalter zu begleiten ist.

Besondere Anforderungen aus der abschließenden Rückkopplung zum Kunden

Die Veränderungen für das konzipierte Printprodukt aus der Abstimmung mit dem Druckdienstleister können nochmals zu einem präzisierten Produktangebot des Mediengestalters an seinen Auftraggeber führen. Nach dessen Bestätigung überwacht der Mediengestalter den Produktionsplan des Printmediums, prüft die Lieferfristen und stellt sich für alle Fälle auf operative Korrekturen ein.

ARBEITSPHASE: BEWERTUNG DES ERGEBNISSES

Der Gestaltungsprozess endet mit der Bewertung der Ergebnisse. Um die Sache zu vereinfachen, wird die Bewertung nach einem verbindlichen und vergleichbaren Raster mit folgenden Schwerpunkten durchgeführt:

- Die funktionellen Ziele: Erfüllt das Design die vorgeschlagenen und kommunizierten gesellschaftlich verbindlichen Bildungs-, Handels-, ergonomischen und Nachhaltigkeitsziele?
- Kundenzufriedenheit: Welche Designleistungen werden vom Kunden besonders geschätzt und wie ist seine Akzeptanz gegenüber gesellschaftlich verbindlichen Zielsetzungen?
- Ressourcen: Wurde das Projekt unter Optimierung des Materialeinsatzes u. a. wirtschaftlichen sowie personellen und zeitlichen Ressourcen verwirklicht? Wie ist das Verhältnis von Aufwand und Nutzen für das Medienunternehmen zu bewerten?
- Zufriedenheit des Mediengestalters: Die Zufriedenheit umfasst sowohl das Projektergebnis als auch den Prozess dahin. Jeder Auftrag bietet eine Erfahrung und die Bewertung der Ergebnisse sind für den Mediengestalter in seinen zukünftigen Projekten nützlich.

(vgl. Pujagut et.al, 2010)

Das Arbeitsprodukt ist ein schriftliches Dokument zur Beurteilung des Gesamtprojektes, einschließlich der Dokumentation von Erfahrungen zur Nutzung durch das Medienunternehmen.

3.2.2.2 Erkundungen idealtypischer Phasen des Arbeitsprozesses des Handlungsfeldes „Webdesign“

Für das Handlungsfeld „Webdesign“ werden im Folgenden die „idealtypischen“ Arbeitsprozesse in ihren Phasen und Arbeitsinhalten näher beschrieben (vgl. insbesondere die Quellen “Graphic Design School” /Dabner, D.; Stewart, S.; Zempol, E., London 2014/, “The digital designer’s bible” /Campbell, A.; Dabbs, A., United Kingdom 2004/, “Web

design kreativ!“ /Baumgardt, M., Berlin Heidelberg 2000/, “Designraster und Seiten-Layout. Grundprinzipien des Seitenlayouts verstehen und anwenden“ /Graver, A.; Jura, B., München 2012/ und einige internationale Webseiten für Aufgaben der Webseitengestaltung).

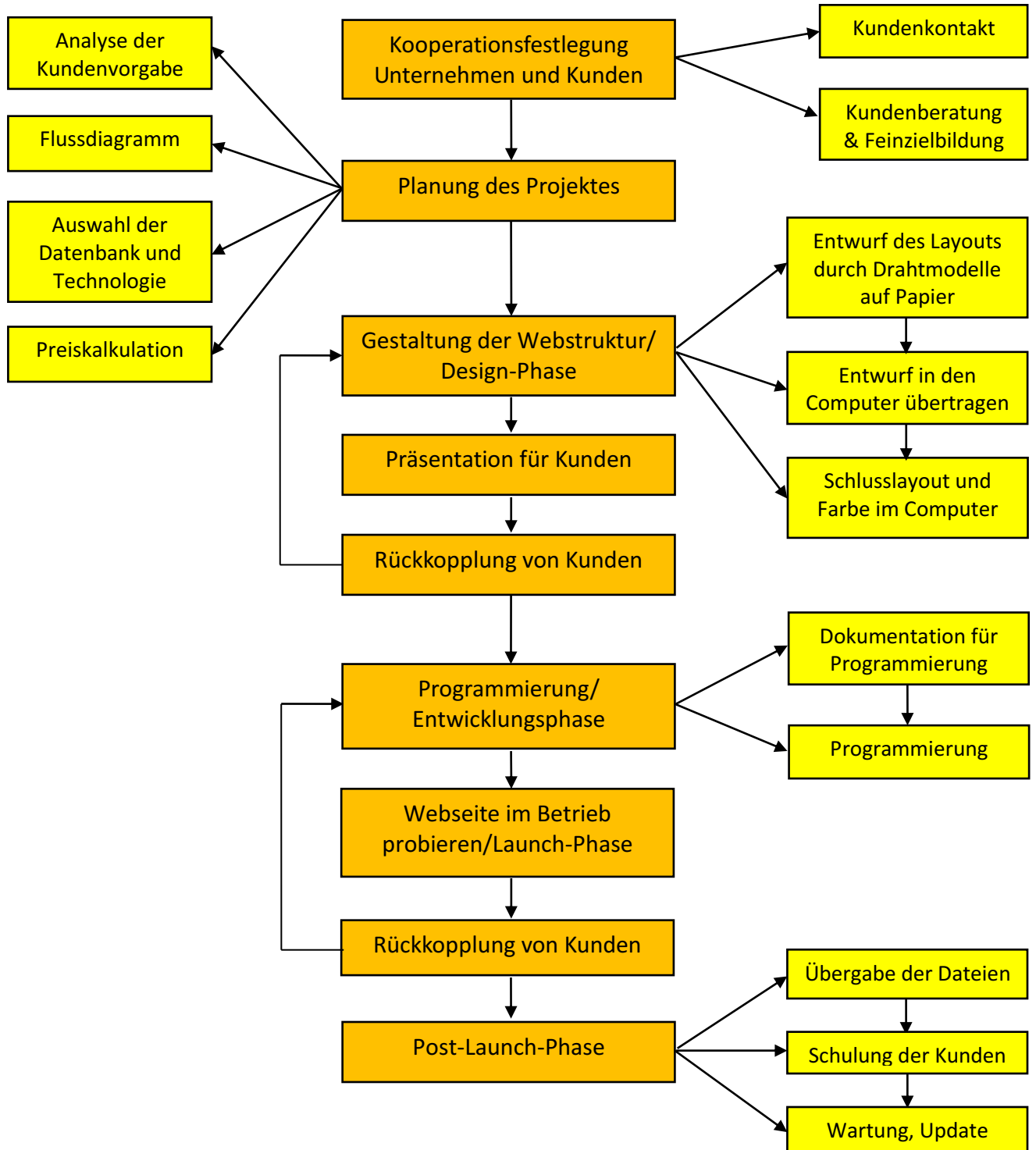


Abbildung 6. Prozesskette des Handlungsfelds Webdesign

Für das Handlungsfeld des Webdesigns kann man Phasen des Arbeitsprozesses als Prozesskette verallgemeinern. Die Prozesskette bildet, wie bereits für das Handlungsfeld Printmedien dargestellt, eine äußere Verlaufsstruktur für das Arbeitshandeln ab und eröffnet analytische Zugänge zur näheren Beschreibung von Arbeitsanforderungen entlang der Prozesskette. Die Phasen sind teilweise anders gewichtet bzw. kombiniert als im Arbeitsprozess zur Herstellung von Printmedien und auch neue Phasen kommen hinzu, was im Folgenden näher beschrieben wird.

Die Prozesskette mit dem Zusammenwirken der einzelnen Phasen Kundenauftrag, Planung des Projekts, Gestaltung der Webstruktur, Präsentation, Programmierung, Webseite im Betrieb probieren/Launch-Phase, Post-Launch-Phase ist in Abbildung 6 erkennbar.

ARBEITSPHASE: ERFASSUNG DES KUNDENAUFTRAGES (Kooperationsfestlegung zwischen Unternehmen und Kunden)

Besondere Arbeitsanforderungen bei der Erfassung des Kundenauftrages

Zu Beginn eines neuen Webprojektes nehmen die Kunden meistens Kontakt zum Webdesigner auf mit dem Wunsch, eine neue Webseite erstellen zu lassen. Sowohl der Kundentyp als auch das gewünschte Kundenprodukt variieren in der Praxis stark. Es können einzelne Persönlichkeiten, Produktions- bzw. Dienstleistungsunternehmen oder Einrichtungen im öffentlichen Dienst sein. Diese Kunden und sein Anliegen gut differenzieren zu können, bestimmt diesen ersten Kundenkontakt. Durch ein Briefing kann der Webdesigner Kunden zunächst einige grundlegende Fragen stellen, um zu erfahren, um welchen Kundentyp es sich handelt, warum sie eine neue oder überarbeitete Webseite brauchen und was genau sie mit ihrem Webauftritt erreichen möchten.

Am Anfang hat der Webdesigner wenig Kenntnisse zum Fachgebiet sowie zum Unternehmensprofil der Firma und auch noch keine Vorstellung davon, was die Kunden von ihrer Webseite erwarten. Deshalb steht vor Beginn einer Projektkonzeption immer ein ausführliches Gespräch mit den Kunden. In diesem vertiefenden Briefing müssen Webdesigner die wesentlichen Informationen herauszufinden, die eine Differenzierung des Kundenauftrages ermöglichen und damit zielführend für ein Web-Projekt werden: z. B. Profil des Unternehmens bzw. welche Produkte werden hergestellt, welche Zielgruppen sollen angesprochen werden oder auch welche Effekte erwartet der Kunde von der Website, hat er selbst schon Vorstellungen vom Design der Webseite?

Jede Webseite wird gestaltet, um ein bestimmtes Ziel zu erfüllen. Die Anforderungen an den Mediengestalter ergeben sich vor allem aus einer kundenorientierten Feinzielbildung. Diese Zieldifferenzierung zu den Anforderungen an das Webdesign sowie den Inhalt der Webseite ist die Grundlage für ein ein passendes Designkonzept. Für die kundenorientierte Feinzielbildung können effektiv Fragebögen eingesetzt werden, die bspw. folgende Fragen umfassen:

- Für welche Zielgruppe ist die Webseite? (z.B. für ein jüngeres oder älteres Publikum, für Privatpersonen, für Partnerfirmen, für die eigenen Kunden, für potentielle, neue Kunden...)
- Welchen Zweck und Stil soll die Webseite erfüllen? (z.B. zur Vermittlung von Informationen, zum Verkauf eines Produkts, zur Präsentation des eigenen Angebots, als Portfolio der eigenen Arbeiten, zur reinen Unterhaltung, als persönliche Online-Plattform...)
- Welche Inhalte sollen auf der Webseite gezeigt werden?
- Welchen Umfang sollte die Webseite voraussichtlich haben?
- Wer sind die Mitbewerber? Gibt es bereits Webseiten mit einem ähnlichen Konzept?
- Welche Funktionen soll die Webseite haben? (z.B. einen Onlineshop, Blog, Portfolio, Bildergalerie, Forum usw.)
- Wer wird die Webseiten-Inhalte pflegen und aktualisieren? Möchte der Kunde Inhalte der Seite selbst pflegen?
- Sollen Sonderfunktionen auf der Webseite eingebaut werden?
- Gibt es Webseiten, die dem Kunden besonders gut oder nicht gut gefallen?
- Hat sich der Kunde schon eine Navigationsstruktur überlegt?

(vgl. <https://www.elmastudio.de/hilfreiche-tipps-fur-den-start-in-ein-neues-web-design-projekt/>; übersetzt vom Verfasser)

ARBEITSPHASE: PLANUNG DES PROJEKTES

Besondere Arbeitsanforderungen aus der Kooperation: Gruppe – Mediengestalter

Die Planungsphase beginnt mit einer Rückkopplung zum Kunden und der Feinzielbildung des Kundenauftrages. Sie umfasst sowohl die Feinplanung des Webkonzeptes für den Kunden als auch die Organisation des Gesamtprozesses der Projektbearbeitung im Medienunternehmen, einschließlich der Planung des Personaleinsatzes. Ein Web-Projekt kann, je nach Kundentyp, mehr oder weniger komplex sein, was aus der oben beschriebenen Erfassung des Kundenauftrages/Feinzielbildung deutlich wird. Davon wird die Arbeitsteilung im Medienunternehmen für die Bearbeitung des Projektes abhängig sein. Webgestalter können in Gruppen arbeiten, werden für bestimmte Aufgaben in der Gruppe autorisiert oder können auch selbstständig tätig sein.

Die Projektgruppe oder auch der Mediengestalter selbst plant das Projekt zunächst skizzenhaft mit Papier, Bleistift, Pinwänden oder auch mit mobilen Notbooks bevor sie an ihren Computerstationen arbeiten. Das ist effektiv, erspart Zeit sowie Aufwand und fördert die Kooperation in der Gruppe. Bei weniger komplexen Web-Projekten können Mediengestalter die Planung des Projektes auch weitgehend selbstständig durchführen. Der technisch-organisatorische sowie personelle Aufwand für das Unternehmen sind bei solch einfachen Webseiten meistens durch ihn selbst überschaubar und wird mit den Verantwortlichen im Medienunternehmen abgestimmt. Insgesamt wird im

Planungsprozess vom Medienberater sowohl hohe individuelle Selbstständigkeit als auch die Befähigung zur Gruppenarbeit gefordert.

Besondere Arbeitsanforderungen bei der Erstellung des Flussdiagramms/Flowcharts (Webarchitektur)

Der Unterschied zwischen der Gestaltung einer Webseite und eines Printprodukts besteht darin, dass eine Webseite die Vernetzung zwischen einzelnen wichtigen Informationen, inhaltlichen Schwerpunkten und verschiedenen Darstellungsformen benötigt. Man kann als Nutzer von einer Seite oder einem Darstellungsinhalt zu anderen Seiten oder Inhalten „hin und her springen“. Dieser Unterschied zu einem mehr „linearen Lesen“ eines Printproduktes ist offensichtlich und macht Anforderungen zur zweckmäßig vernetzten Strukturierung einer Webseite als einen wesentlichen Teil der Planung deutlich (vgl. Dabner et.al, 2014).

Das Strukturieren der Informationen für eine Webseite wird Informationsarchitektur, oder Flussdiagramm/Flowchart genannt. Ein Flussdiagramm ist eine grafische Darstellung, um den Gesamtumfang der Webseite anzuzeigen. Dies definiert die Elemente, die die Navigationsstruktur der Webseite bilden (als Kästchen dargestellt, eine pro Seite), sowie den strukturierten Verkehrsfluss über die Webseite. Das ist die entscheidende Grundlage für eine erfolgreiche Webseite. Wenn ein Mediengestalter das Unternehmen wechselt und vorher Printmedien gestaltet hat, wird diese Anforderung anfangs am schwierigsten zu erfüllen sein. Während ein Printprodukt wie eine Broschüre oder ein Buch ein klares Konzept mit einer vertrauten Benutzerführung besitzt, gibt es Vergleichbares nicht im World Wide Web und es erfordert einiges an Erfahrung, um eine gute Benutzeroberfläche und Informationsstruktur zu entwerfen (vgl. Dabner et.al, 2014).

Der Mediengestalter stellt die Hierarchie von Inhalten schematisch dar. Er kann dies am Computer oder zunächst auch skizzenhaft mit Papier und Bleistift tun, verbindet die Hauptkategorien mit der Startseite und daraufhin die Unterrubriken mit den Hauptkategorien. Diese Verbindung werden Links für die Benutzer sein, um an die Inhalte zu gelangen.

Besondere Arbeitsanforderungen bei der Auswahl der Datenbank, Technologie und Software

Webgestalter müssen die Programmierungsformate bestimmen und identifizieren, mit denen die Webseite entwickelt wird. Sie sollen den Umfang der Mittel antizipieren, mit Hilfe derer die Webseite eingesehen wird und dann die zusätzlichen Ressourcen zusammenfassen (Webfont-Nutzung, Datenbank der Fotos und Bilder, usw.), die den zeitlichen Aufwand des Gesamtprojekts mit beeinflussen können.

Webdesigner sammeln und analysieren den Inhalt, der auf der Webseite präsentiert werden soll. Erst danach sollte er sich Gedanken machen, wie sein Design diese Inhalte strukturiert präsentiert und die Botschaft unterstreichen kann. Zum Beispiel müssen sich

in Onlineshops die präsentierten Produkte von der Oberfläche abheben und dürfen nicht verschluckt werden. Z. B. sind die Produkte in Onlineshops sofort präsent und erst auf den zweiten Blick nimmt der Betrachter die Kopfzeile oder das Menü wahr. Die schriftlichen Inhalte sollten frühzeitig vorliegen. Die Verzögerungen lassen sich häufig auf fehlende Inhalte zurückführen. Webdesigner speichern das Testmaterial in Text-Dokumenten ab und im späteren Verlauf kann er es in den HTML-Quelltext kopieren. Dieser Schritt ist die Ansammlung von Dateien, die Zusammenfassung der Informationen, die auf der Webseite vorgestellt werden, einschließlich die Inhalte der Webseite (Texte) sowie die Definition der visuellen Elemente (Logos und Markenelemente, Bilder). Mediengestalter wandeln Fotos und künstlerische Werke in ein digitales Format um. Sie speichern Grafiken als JPEG oder GIF-Dateien ab. Sie tragen dieses Material zusammen, bevor sie mit dem Gestaltungsprozess anfangen, damit sie es in einem einheitlichen Design verarbeiten oder zur Inspiration nutzen können (vgl. Baumgardt 2000).

Jede Seite der Webseite ist eine Datei, ebenso jede Grafik oder jeder Videoclip. Jede Datei hat ihren eigenen Namen und einen Speicherpfad. Der Browser liest all diese Namen und Adressen ein und bildet daraus die Seite auf seinem Bildschirm. Der Aufbau einer Webseite gibt vor, wie die Dateistruktur auf seiner Festplatte und dem Server aussehen sollte. Er hält sich bei der Erstellung von HTML-Dateien an diese Vorgabe.

Besondere Arbeitsanforderungen bei der Rechnungsstellung

Der Vertrag ist das Endprodukt der Planungsphase. Eine besondere Sorgfalt sollte durchgeführt werden, um sicherzustellen, dass alle Einzelheiten, die in dieser Phase entdeckt und festgelegt wurden, im Entwicklungsrahmen des Projekts berücksichtigt worden sind. Die Rechnungsstellung erfolgt im Voraus nach der gültigen Preisliste des Medienunternehmens bzw. des individuell mit dem Kunden vereinbarten Preises.

Es ist schwierig eine allgemeine Aussage zu treffen, was die Umsetzung einer Seite kostet. Man kann sich nur über eine Aufwandsschätzung und eine daraus erstellte Kalkulation herantasten. Dazu braucht der Webdesigner Honorarsätze und diese sind so unterschiedlich wie die Kunden. Webdesigner sollten tatsächliche Aufwände abrechnen. Es gibt in den Angeboten immer neben dem Empfehlungswert auch Erfahrungswerte aus dem unteren Preis-Segment und dem oberen Preis-Segment. Letztendlich ist es an dem Kunden zu entscheiden, ob Sie die Umsetzung lieber „einfach und günstig“ oder „hochwertig und aufwendig“ wünschen.

Die folgenden Faktoren beeinflussen die Kosten einer neuen einfachen oder komplexen Webseite:

- Aufbau der Webseite: eine einzige Seite oder Webseiten mit vielen Kategorien, Themen und unterschiedlichen Bereichen.
- Designaufwand: Die Webseite soll optisch sehr simpel und klassisch oder etwas Besonderes sein; sich von der Konkurrenz abhebt und im Gedächtnis bleibt.

- Responsive Webdesign: nur Desktop optimiert oder die Webseiten für mehr User, die zwecks Ladezeiten, Aufbau, Design und Text auf alle Endgeräte (Laptop, Tablet, Smartphones etc.) optimiert sind.
- Online-Marketing: Es soll komplett auf SEO (Suchmaschinenoptimierung/Search Engine Optimization), Social Media und sonstige Online-Marketingmaßnahmen verzichtet werden oder SEO, Social Media, etc. sollen in die Website fest eingebunden sein und dabei helfen, Website-Besucher zu generieren und zu überzeugen.
- Sprachen: Die Webseite ist auf einer Sprache oder in mehreren Sprachen verfügbar.
- Gewünschte Funktionalitäten: Die Webseite soll keine speziellen Funktionen oder Features oder ein komplexes Kontaktformular, einen interaktiven Kalender, etc. beinhalten.
- Handling: Es werden keine, wenige oder mehrere Korrekturschleifen mit vielen beteiligten Verantwortlichen benötigt.
- Zeitspanne: Kunden haben keinen Zeitdruck bei der Erstellung ihrer Website oder die Website muss zu einem bestimmten Zeitpunkt fertig sein; die Zeit bis dahin ist so knapp, dass Webdesigner in seinem Betrieb andere, laufende Projekte hintenanstellen müssen.
- Zweck der Webseite: der Betrachter findet etwas, wenn er das Unternehmen des Kunden auf der Webseite sucht oder die Webseite soll aktiv Zielgruppe für Kunden gewinnen: Verkäufe erzielen, Kontakt zu Beratern von Kunden herstellen usw.

(vgl. <https://www.webfeinschliff.de/was-kostet-eine-website/>; übersetzt vom Verfasser)

ARBEITSPHASE: GESTALTUNG DER WEBSTRUKTUR – DIE DESIGN-PHASE

Besondere Arbeitsanforderungen bei dem Entwurf des Layouts durch Wireframing (Drahtmodelle)

Anhand der Analyse der Kundenvorlage und des Flussdiagramms skizziert der Mediengestalter die visuellen Ideen in Form des Layouts. Er entwirft es durch die Erstellung eines Wireframing oder auch mit Drahtmodellen. Dies ist wichtig, weil es die visuelle Struktur des Layouts einer Webseite definiert. Webdesigner beginnen mit einer Reihe von gezielten, zunächst noch unzureichenden Bestandteilen, die durch Linien gezeichnet werden - ähnlich wie bei einem architektonischen Grundriss. Webdesigner konzentrieren sich auf die Einbeziehung aller erforderlichen Elemente sowie ihre Proportionsverhältnisse innerhalb der Gesamtzusammensetzung. Er wählt noch keine bestimmten visuellen Elemente aus, weil sie im nächsten Schritt der Gestaltungsphase festgelegt werden. Gegenstand dieses Arbeitsauftrages „Entwurf des Layouts durch Wireframing“ ist ein Groblayout, in der das vorläufige Aussehen der Webseite gezeigt wird. Die Arbeitsmittel dazu sind entweder traditionelle Mittel wie Papier, Blei- und

Farbstift, oder zunehmen auch mobil handhabbare elektronische Endgeräte (vgl. Graver et.al, 2012 und Dabner et.al, 2014).

Grobe Skizzen dienen nicht nur dazu, um schnell die Elemente zu gliedern, die in der Zusammensetzung enthalten sein müssen, sondern auch die visuellen Beziehungen zwischen diesen Elementen. Mediengestalter skizzieren auf Papier mehrere Layoutentwürfe für seine Start- und Inhaltsseiten. Sie probieren verschiedene Platzierungsvarianten für das Logo, den Kopfbereich, die Navigation sowie den Inhalt und müssen sich überlegen, wie die Navigation auf den Inhaltsseiten aussehen soll. Beim Skizzieren mit Stift auf Papier stellen Webdesigner wahrgenommene Formen, Linien, Textur, Tonwert dar. Skizzen ermöglichen dem Kunden die Vorstellung der Lösung des Abschlussdesigns in Form von Bildern. Skizzen werden einfach und schnell korrigiert und sparen folglich Zeit. Die grobe Skizze sollte genügen, um zu erkennen, welche Ideen gut funktionieren und sofort wirksam sind.

Webdesigner können normalerweise drei Schritte der Gestaltung des Layouts vornehmen:

“1. Zunächst beginnt es mit dem Groblayout, das auch als Rohlayout bezeichnet wird. Es handelt sich dabei um erste „Gehversuche“ und kann wie ein Brainstorming verstanden werden, um herauszufinden, in welche Richtung die Reise eigentlich gehen soll.

2. Als Nächstes folgt das Zwischenlayout. Hier werden erste Details umgesetzt, es entsteht ein klareres Bild, das jedoch noch immer nicht vollständig ist, sondern zunächst konkreter darstellt, wie das Enderzeugnis letztlich aussehen soll.

3. Entscheidend ist die dritte Phase. Hier geht es um das Feinlayout. In diesem Arbeitsgang werden die einzelnen Module, die während der ersten beiden Phasen entstanden sind, zusammengefügt oder miteinander verknüpft. Wenn diese dritte Phase abgeschlossen ist, können die Ergebnisse bald druckfrisch bewundert werden.”

(vgl. <http://www.werbetipps.com/layout/>)

Das Layout soll den Zielgruppen der Kunden gefallen. Die User sollen mit einem Blick die Produkte und den angebotenen Services der Kunden finden und diese begehrenswert finden. Das Layout sollte klar und übersichtlich sein.

Besondere Arbeitsanforderungen bei den Design-Prototypen: Übertragung vom Papier in den Computer

Mit den ausgewählten Drahtmodellen geht der Prozess voran und konzentriert sich auf das Styling der Elemente (Teile) sowie auf die visuelle Gesamtdarstellung (Ganzes) der Webseite. Den Zusammenhang von *Teil – Ganzes* kundenorientiert abwägen zu können, stellt eine wesentliche Denk- und Arbeitsweise des Mediengestalters dar. Layout-Bestandteile werden traditionell in Bildbearbeitungs-Dokumenten entwickelt. Fertige Dateien werden dann in JPEG-Formate für die Präsentation an den Kunden exportiert. Gegenstand dieses Arbeitsauftrages ist ein Feinlayout im Computer. Die Arbeitsmittel dazu sind PC, Laptop, etc. sowie Software für Gestaltung der Webseite; solche wie die beliebten

Softwares Dreamweaver, Flash, usw. Software für Bildbearbeitung, wie das beliebte Photoshop. Fotos/Bilder, Grafiken, Texte, Logos können diese Mittel ergänzen (vgl. Graver et.al, 2012).

Der Webdesigner verwendet Bildbearbeitungsprogramme, um Formen anzulegen, Farben auszuwählen, Bilder zu beschneiden, Textinhalte zu tippen und Dateien für das Internet abzuspeichern. Er platziert als Nächstes die Design-Elemente an die zuvor skizzierten Stellen (vgl. <https://t3n.de/news/wireframe-prototype-besten-5-677721/>).

Besondere Arbeitsanforderungen bei der Erstellung des Schlusslayouts am Computer und der Auswahl von Farben

Sobald die ersten Prototypen zugelassen sind, können sie weiter verfeinert werden, um mit einem stärkeren Fokus bis auf Pixelebene die Einheitlichkeit zu erstellen und beizubehalten. In diesem Schritt - vor allem, wenn es nicht vorhanden oder leicht zugänglich im Mock-up-Schritt war - soll der eigentliche Inhalt in den Layouts integriert werden. Die „Vorschau“ auf die Implementierung eines gut strukturierten Inhaltes in die Layouts ist eine wesentliche kreative Leistung des Mediengestalters und berücksichtigt den Zusammenhang zwischen *Inhalt und Form* als ein wesentliches Gestaltungsprinzip. Ganz praktisch gesehen, bedeutet diese „Vorschau“, dass Anpassungen des Layouts (als Form) vor dem nächsten Schritt vorgenommen werden müssen, beispielsweise um mehr Raum für inhaltliche Orientierungen in der Webseite zu schaffen. Zur Beachtung des Zusammenhanges zwischen Inhalt und Form als Gestaltungsprinzip gehört auch, dass Webdesigner ein Farbschema auswählen, das zur Stimmung einer Webseite passt. Diese könnte ernsthaft oder heiter, warm oder kalt sein. Die Farben sollten kontrastierend sein, damit bestimmte Funktionalitäten hervorgehoben werden können (vgl. Graver et.al 2012).

ARBEITSPHASE: PRÄSENTATION DES DESIGNS

Besondere Arbeitsanforderungen bei der Präsentation für den Kunden

Präsentation betrifft die Darstellung der Entwurfsansätze für den Kunden unter Verwendung der entsprechenden Medien, wie Powerpoint, damit der Kunde die Layouts durch Drahtmodelle erfasst und zustimmt. Webdesigner sollten verstehen, dass er nicht nur die visuellen Gestaltungslösungen der Webseite-Struktur verbessert, sondern auch intelligent seine Arbeit und die Grundprinzipien der Gestaltung repräsentiert. Webdesigner wählen wirksame Ideen aus und stellen die Präsentationen zusammen, die demonstrieren, warum sein Entwurf passend ist. Sie zeigen, dass eine sorgfältige Überlegung und Vorbereitung dahinterstehen muss.

Gegenstand der Präsentation ist in der Regel eine komplexe Datei, in der das Projekt veranschaulicht ist. Die Arbeitsmittel dazu sind verschiedene Präsentationssoftware, z. B., die beliebte Software Powerpoint, der PC, Laptop, Projektor, große Leinwand etc. Zeichnungen und Fotos können diese Mittel ergänzen. Webdesigner präsentieren so, dass sich ihre Herangehensweise und deren Begründungen auch wirklich auf die vorher

definierten Ziele des Kunden beziehen. Bei der Gestaltung des Layouts trifft er Entscheidungen, die den Kunden helfen, eine bestimmte Sache zu verbessern, zu optimieren oder zu lösen. Was den Kunden aber interessiert ist, wie das Layout und die Design-Entscheidungen ihnen helfen, ihr Geschäftsproblem zu lösen. Deshalb versuchen Webdesigner ihre Design-Entscheidungen mit den Zielen der Kunden in Verbindung zu bringen. Die Auftraggeber wissen normalerweise nicht, wie man inhaltliche Orientierungen für ihre Adressaten mit ansprechender Formgestaltung verbindet, welche Farben zusammenpassen oder welcher Stil zu einem bestimmten Entwurf passt.

Es gibt im Laufe des Projektes möglicherweise mehrere Präsentationen. Nachdem Webdesigner das Layout durch Drahtmodelle auf Papier aufgebaut haben, organisieren sie eine Begegnung mit den Kunden, um die Ideen und Grobstruktur der Webseiten zu präsentieren, damit die Kunden das Feedback geben, ob die Vorschau der Variante des Layouts zu ihrer Geschäftsstrategie passt oder nicht. Dann diskutieren Webdesigner mit den Kunden Möglichkeiten zur Verbesserung. Diese Rückkopplung mit dem Kunden des Medienunternehmens/Mediengestalters kann als sich wiederholender Zyklus angesehen werden und stellt – je nach Arbeitsteilung im Medienunternehmen – besondere Anforderungen an die Kommunikationsfähigkeit des Mediengestalters; dies sowohl in wechselnden inhaltlichen Kontexten als auch in spezifischen Formfragen der Gestaltung im Schlusslayout (vgl. Prozesskette in Abb. 6).

ARBEITSPHASE: PROGRAMMIERUNG – DIE ENTWICKLUNGSPHASE

Besondere Arbeitsanforderungen bei der Erstellung der Dokumentation für die Programmierung

Nach der endgültigen Zustimmung des Designs und zu Beginn der Webproduktionsphase kann der Webdesigner aufgefordert werden, Dokumente zu erzeugen, die z. T. deutlich über den Anfangsvorgaben des Projekts liegen oder die zusätzlich zu üblichen Photoshop-Dateien für den Programmierer zu skizzieren sind. Diese zusätzliche Dokumentation kann folgende Elemente enthalten: mit Pixelabmessungen kommentierte Wireframes, Styling-Umrisse, die die Art des Aussehens definieren (Schriftarten, Größen, Zeilenabstand, Farbeinsatz, Attribute) sowie Diagramme der Funktionalität, die die Beziehung der Verbindung definieren.

Eine Verarbeitung der Bilder beinhaltet das Zuschneiden oder die Größenänderung der gelieferten oder gekauften Bilder zum Einsetzen in das Layout, dann die Optimierung der resultierenden Dateien, um die kleineren Dateien zu erzeugen, die eine kürzere Zeit für das Herunterladen der Seite sicherstellen.

Besondere Arbeitsanforderungen bei der Programmierung

Um die Webseite zu realisieren, verwenden Mediengestalter die genannten vorbereiteten Dokumente für die Programmierung. Gegenstand der Programmierung ist in der Regel eine komplexe Datei, mit der die Webseite im Betrieb genommen wird. Die Arbeitsmittel

dazu sind PC, Laptop, Software für Programmieren und Programmierungssprachen, z. B., die beliebte Sprachen HTML-Umsetzung (bestehend aus Dateistruktur, HTML-Editoren, Tabellen) oder jenseits von HTML (CSS, Javascript, Flash, Open source, XML, XHTML) (vgl. Baumgardt 2000).

- **Verschlüsselung/Coding:** die meisten Webseiten werden mit dem Fundament von HTML- und CSS-Code erstellt. HTML (Hypertext Markup Language) ist ähnlich wie die architektonische Struktur des Gebäudes, definiert den Grundstein, Wand-Platzierung und so weiter. CSS (Cascading Style Sheets) ist der Code, der das Aussehen von Funktionen z. B. innerhalb des Gebäudes steuert, das der Wandfarbe, Möbel-Platzierung und dem Einschluss von dekorativen Elementen entspricht.
- **Zusätzliche Funktionalität:** Wie in der Planungsphase definiert wird, kann das Projekt zusätzliche Programmierung erforderlich machen. Zum Beispiel, wenn der Webseiten-Inhalt von einem Content Management System (CMS) gesteuert wird, muss der zusätzliche Code - in der Regel PHP- (Hypertext Preprocessor) oder ASP- (Active Server Pages) Code - in der HTML-Template-Struktur eingefügt werden, so dass die Internetseite von der Datenbank der Webseite (Text und Bilder) die Anzeige auf der Seite abrufen kann, wenn es in einem Web-Browser angezeigt wird (vgl. Baumgardt 2000).
- **Integration des Inhalts:** Für kleinere Webseiten wird dieser Schritt nicht zeitaufwendig sein, da die Informationen aus einer zugeführten Textdatei kopiert und in eine Webseite-Vorlage eingefügt werden können. Für größere oder auf E-Commerce basierte Webseiten kann dieser Schritt wesentlich mehr Arbeit bedeuten und, wie bereits erwähnt, mehrere Rückkopplungen zum Auftraggeber umfassen, um Inhalt und Form der Webgestaltung anzupassen. Ein Beispiel hierfür ist die Dimensionierung zahlreicher Produktbilder des Unternehmens oder die Schaffung von Bestandsanzeigen für die Aufnahme in der E-Commerce-Plattform.
- **Überprüfung des Ganzen unter Beachtung der Funktionalität seiner Teile:** Unter Verwendung des Flussdiagramms als Fahrplan sieht sich der Mediengestalter die einzelnen Seiten seiner Webgestaltung an und kontrolliert, ob alle Seiten korrekt funktionieren. Die Überprüfung funktioniert mit aktuellen Browsern (Chrome, Firefox, IE), Plattformen und Geräten (Desktop, Laptop, Tablett, Smartphone).

ARBEITSPHASE: TEST ZUR ZUSTIMMUNG DES KUNDEN – DIE LAUNCH-PHASE

Besondere Arbeitsanforderungen beim Test der Webseite im Betrieb

Mediengestalter müssen die komplexe Datei auf einen Web-Server des Kunden hochladen. Der Webentwickler lädt in der Regel die Webseiten für diesen Test auf eine andere Internetadresse als die des Kunden. Bis die Webseite fertig ist, funktional ins Leben gerufen zu werden, müssen die Dateien für den Umzug in die letzte Speicherstelle, die

Web-Server des Kunden (oder Host), überarbeitet werden. Gegenstand dieses Arbeitsauftrages „Test zur Zustimmung des Kunden“ ist die programmierte Webseite, die bald im Internet veröffentlicht wird. Die Arbeitsmittel dazu sind PC, Laptop, Web-Server des Kunden, das File Transfer Protocol, der Code.

- **Registrierung einer Domain/Webadresse**

Zu Beginn benötigt der Web-Entwickler einen Zugang zum Internet und einen ausreichenden Speicherplatz auf einem Web-Server. Anhand dieses Zugangs kann man im Web surfen und sich die Webseiten ansehen. Wenn man eine eigene Webadresse besitzt und diese auf einem Server einrichten lässt, ist die Webseite auf dem World Wide Web präsent. Bevor der Web-Entwickler eine Webseite in Betrieb nimmt, kontaktiert er mit dem Internet-Service-Provider und fragt nach dem Pfad zum Wurzelverzeichnis, ob der Server auf Windows NT, UNIX oder Macintosh läuft. Der Internet-Service-Provider gibt alle benötigten Informationen, um die Webseite hochzuladen: die Zugriffstelefonnummer, Benutzername, Passwort, Verzeichnis, Domain des Web-Servers.

Über die Webadresse (Domain) wird die Webseite auf dem Web gefunden. Die Adressen lauten meistens in der Art www.MeinName.com. Falls man für seine Webseite noch keine Domain registriert hat, plant man besser mehrere Tage Zeit für die Namensfindung ein. Internet-Service-Provider helfen bei der Registrierung einer Domain, nehmen aber nicht die Namensfindung ab. Ob ein Name noch verfügbar ist, muss man unbedingt vorher abklären. Nach der Registrierung erhält der Web-Entwickler einen Anwendernamen, ein Passwort, den Servernamen für die Webseite und den Ordner, in den die Seite zu installieren ist.

- **Speicherplatz auf einem Webserver / Kauf des Web-Server-Raums**

- **FTP (File Transfer Protocol)**

Das File Transfer Protocol ist ein Standard, der den Benutzern ermöglicht, Dateien zwischen den Computern über das Internet zu übertragen. Es wird allgemein vom Webmediengestalter und Programmierer erstellt, um Dateien und Ordner zwischen ihren Computern und einem Remote-Webserver, der im Besitz von IPS ist, zu übertragen. Wenn der Mediengestalter Speicherplatz auf einem Server mietet, wird ihm der Hosting-Anbieter eine FTP-Adresse oder eine andere Methode für die Dateiübertragung ins Internet zur Verfügung stellen.

- **Code-Einstellung**

Wenn das Projekt die Integration eines Drittanbieter-Codes, wie Google Analytics, erfordert (für die Verfolgung von Webseite-Statistiken), wird dieses eingesetzt, nachdem die Seite an den Web-Server des Kunden hochgeladen wurde.

- **Test der Verwendbarkeit - Annahmetest**

Ein letzter Test zur praktikablen Verwendbarkeit der Webseite sollte durchgeführt werden. Auch hier helfen die nutzerbezogenen Sichtweisen von Kunden zu praktischen Details, die in der Projektentwicklung verpasst wurden bzw. noch gar nicht erkennbar sein konnten. In diesem Schritt bewertet der Kunde das Produkt in seiner Gesamtfunktionalität. Wenn es nötig wäre, überarbeitet der Mediengestalter weiter. Wenn alles in Ordnung ist, unterzeichnet der Kunde zur Zustimmung.

(vgl. Baumgardt 2000)

ARBEITSPHASE: ÜBERGABE UND SCHULUNG - DIE POST-LAUNCH-PHASE

Diese Phase ist der letzte Schritt in der Fertigung des Webprojekts, nachdem der Mediengestalter das Projekt an den Kunden übergeben hat. Diese Übergabe berücksichtigt sowohl den Vertragsabschluss zur Projektentwicklung als auch alle in den Rückkopplungen zum Kunden entstandenen Anforderungen/Präzisierungen. Anders als bei der Mediengestaltung für Print beinhaltet diese Phase für den Webdesigner eine systematische Schulung des Kunden zur Nutzung, Pflege und Aktualisierung der Webseite. Eine Webseite ist kein allzeit gültiges Endprodukt und muss entsprechend der Unternehmensentwicklung insbesondere inhaltlich präzisiert werden. Hierzu können, bereits nutzerorientiert, in der komplexen Datei sowohl mehr Raum für Texte als auch offene Platzhalter angelegt sein, woraus sich eine besonders nutzerbezogene Schulung ergeben kann.

Besondere Arbeitsanforderungen bei der Übergabe der Quelldateien

Diese Aufgabe umfasst die Zusammenstellung aller Dateien, die dem Kunden zurückgegeben werden, wie fotografische Bilder, Schrift-Käufe und die Verarbeitung von Photoshop- und Word-Dokumenten. Hinzu kommen eine „Sitemap“ der endgültigen Seitenstruktur, eine Zusammenfassung der technischen Anforderungen des Projekts - einschließlich verwendeter Sprachen, Web-Schriftarten und Stil-Dokumentation - und eine separate Auflistung der Website Zugangspasswörter, da eine Seite mehrere verschiedene Passwörter erfordern kann, einschließlich Passwörter an das Third Party Management (Dienstleistungen Dritter) wie Hosting und Social Media.

Besondere Arbeitsanforderungen bei der Kundens Schulung

Weil die Webseite auf einer Software basiert, müssen die Kunden beherrschen, wie sie das Werkzeug benutzen. Ein Webdesigner ist ein Softwareentwickler, der die Software mit webbasierten Funktionen erstellt. Deshalb muss der Webdesigner den Kunden erklären, sie anleiten, schulen und trainieren, wie sie das Web-Tool benutzen. Nur wenn die Übergabe des Webseitenproduktes durch eine Schulung begleitet wird, können Kunden wissen, wie sie die Informationen aktualisieren, die Bilder einsetzen, bearbeiten, die Daten ins Web hochladen etc. Wenn die Webseite durch den Kunden selbst aufrechterhalten wird, muss der Webentwickler für den Kunden den Prozess erstellen und dokumentieren

sowie den Zugang zu Passwörtern und technischen Anweisungen für die Bearbeitung der Updateseiten ermöglichen.

Bei der Schulung erfahren die Kunden, wie die Web-Layouts, unabhängig von der Größe des Displays, von der Bildschirmauflösung oder dem verwendeten Browser, technisch umgesetzt werden, damit sie die Webseite verwenden, den Inhalt kontrollieren und aktualisieren können. Die folgenden Anforderungen sollten trainiert werden:

- Verstehen des Interfaces und Vorstellungsstruktur der Webseite
- Benutzung aller Werkzeuge und Funktionen
- Formulieren und Aktualisieren der Informationen und Bilder

Besondere Arbeitsanforderungen bei der Wartung, Pflege und Aktualisierung der Webseite

Eine Webseite ist entscheidend am Erfolg des Geschäftes beteiligt und die Kunden als Auftraggeber möchten die Gewissheit haben, dass sie für ihre Zielgruppen möglichst ohne Unterbrechung und Fehler zur Verfügung steht. Aber jede Software ist angreifbar und muss daher laufend aktualisiert werden. Immer mehr Webseiten, sogar die großen Software-Unternehmen wie Twitter oder Facebook, sowie jeden Tag Millionen von kleinen Unternehmen werden gehackt und attackiert. Heutige Webseiten müssen nach der Launch-Phase gepflegt werden. Website-Inhalte müssen aktualisiert werden und Updates sowie Backups sind durchzuführen. Webdesigner und -entwickler übernehmen die inhaltliche Pflege und Aktualisierung sowie die technische Wartung von Webseiten und Content-Management-Systemen.

Ohne regelmäßige und sauber ausgeführte Updates kann es z.B. passieren, dass die Webseite gehackt und als Spam-Schleuder missbraucht wird. Solche Webseiten werden in der Regel schnell vom Hosting-Anbieter gesperrt und sind nicht mehr erreichbar. Es könnte sein, dass die Links auf der Webseite nicht mehr funktionieren, Bilder nicht angezeigt werden oder die Anfragen über das Kontaktformular nicht bei den Kunden ankommen (vgl. <https://fine-webdesign.ch/ihre-webseite-braucht-betreuung/>).

Webdesigner erstellen ein vollständiges Backup der erstellten Seiten, überprüfen die gesamte Seiten und führen danach alle Updates durch. Auf Wunsch der Kunden überarbeiten sie das vorhandene Text- und Bildmaterial nach den Vorgaben der Kunden oder erstellen neue Texte und Bilder für die Website usw.

Zusammengefasst können Webdesigner die folgenden Aufgaben bei der Webseite-Pflege durchführen:

- Aktualisieren von Inhalten
- Bildbearbeitung und -optimierung
- Hinzufügen von weiteren Seiten
- Einpflegen von Texten, PDF-Dokumenten, Bildern usw.
- Prüfung und webgerechte Aufbereitung von Text-, Bild-, Video- und Audiodateien

- Erstellung aller notwendigen Daten für eine optimale Suchmaschinenplatzierung
- Erweiterung der Homepage um neue Funktionen
- Sicherung und Backups von Datenbanken
- Einrichtung von Domainumleitungen
- Kompletter Umzug von Webseiten auf einen anderen Server und/oder eine andere Domain (URL)

3.2.2.3 Erkundungen idealtypischer Phasen des Arbeitsprozesses des Handlungsfeldes „Digitalfilmherstellung“

Für das Handlungsfeld „Digitalfilmherstellung“ werden im Folgenden die „idealtypischen“ Arbeitsprozesse in ihren Phasen und Arbeitsinhalten näher beschrieben (vgl. insbesondere die Quellen “The Complete Idiot’s Guide to Independent Filmmaking” /Steiff J., Alpha Books 2005/ “In: Lexikon der Filmbegriffe” /Hrsg. von Hans. J. Wulff und Theo Bender 2004/ “Visual Effects. Filmbilder aus dem Computer“ /Flückiger, B., Marburg 2008/ sowie die Webseiten für Filmherstellung und von Filmunternehmen, wie z. B. „filmlexikon.uni-kiel.de“, www.trilight-visions.de/leistungen/produktions-abschnitte.html, usw.).

Für das Handlungsfeld der Digitalfilmherstellung kann man die Phasen des Arbeitsprozesses als Prozesskette verallgemeinern. Sie bilden eine äußere Verlaufsstruktur für das Arbeitshandeln ab und eröffnen analytische Zugänge zur näheren Beschreibung von Arbeitsanforderungen entlang der Prozesskette. Diese Phasen des Herstellungsprozesses eines Kino-, Werbe- oder Fernsehfilms, die im Folgenden näher beschrieben werden, sind: Kundenauftrag, Projektentwicklung, Vorproduktion, Produktion/Grobfilmaking, Postproduktion/Film-bearbeitung und Filmverwertung.

Bei der Herstellung der traditionellen Filme, die für Unterhaltung und nicht für Werbung oder Geschäftsziel eines Auftraggebers dienen, erwähnt man keine Phasen des Kundenauftrages und definiert den Filmproduktionsprozess stattdessen mit folgenden Phasen:

- **Projektentwicklung** – Die erste Phase, in der die Ideen für den Film entwickelt werden, Rechte gekauft werden, das Drehbuch geschrieben und die Filmfinanzierung gesichert wird.
- **Vorproduktion** – In dieser Phase werden die Vorbereitungen für die Dreharbeiten getroffen: Schauspieler und Filmstab werden engagiert, Drehorte ausgewählt und Filmsets produziert.
- **Produktion/Dreharbeiten** – Während der Dreharbeiten werden die eigentlichen Filmaufnahmen durchgeführt.
- **Postproduktion** – Das aufgenommene Bildmaterial, Sound, visuelle Effekte und Musik werden zu einem fertigen Film zusammengestellt.
- **Filmverwertung** – Der fertige Film wird in Kinos und Fernsehen gezeigt und veröffentlicht.

(vgl. Steiff 2005)

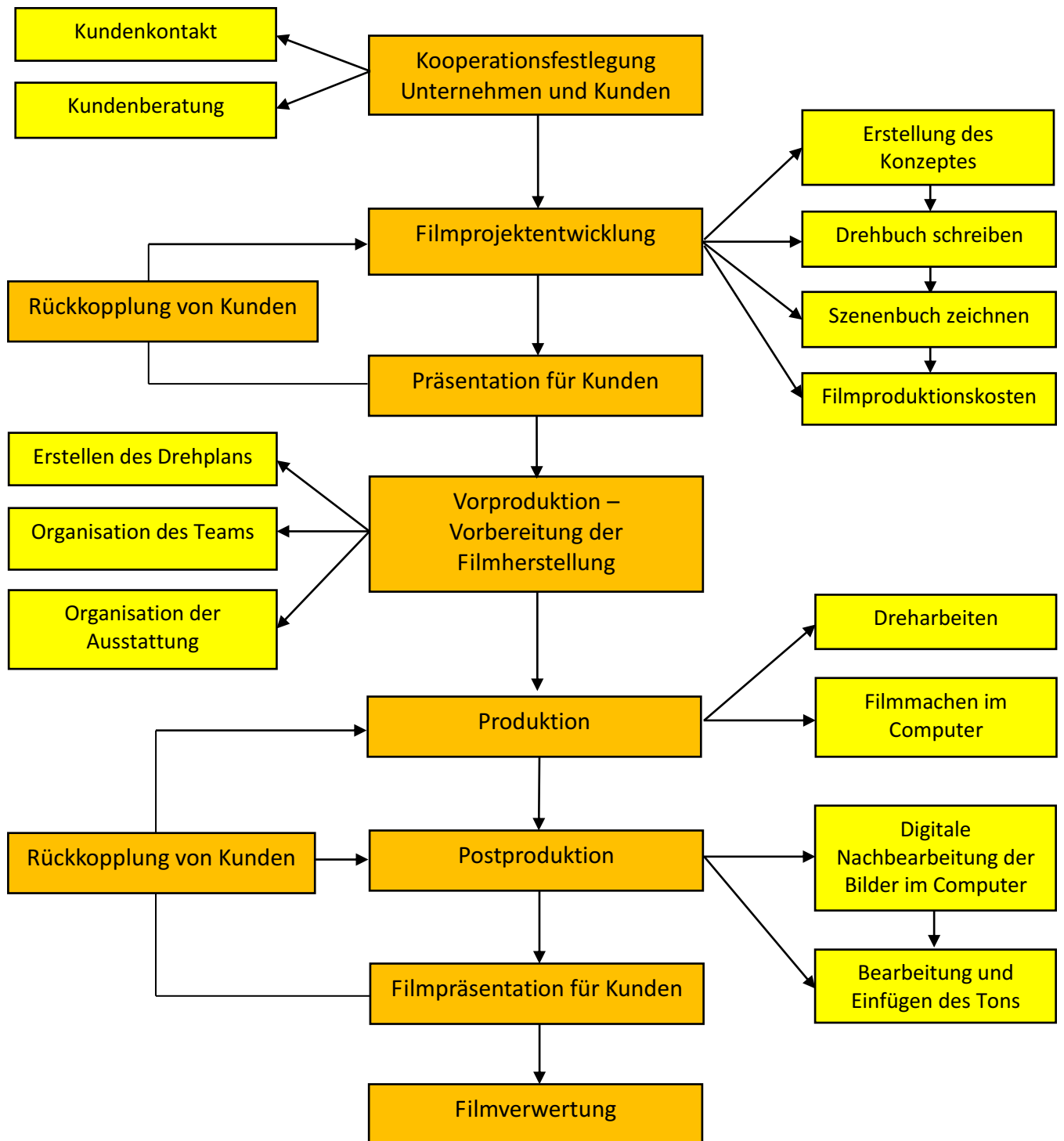


Abbildung 7. Prozesskette des Handlungsfelds Digitalfilmherstellung

Der Digitalfilm ist die moderne Filmart im Zeitalter der Digitalisierung. Fast alle Phasen der Digitalfilmproduktion verlaufen gemäß dem Arbeitsprozess der traditionellen Filmproduktion, aber es gibt auch einige Besonderheiten. In der Phase der Digitalfilmproduktion macht man die Dreharbeit und erstellt den Digitalfilm im Computer. In einigen Digitalfilmen, je nach Szenebuch, wird in der Produktionsphase keine Filmaufnahme durch klassische Dreharbeiten gemacht. In diesem Fall braucht man keine

Schauspieler und keine reale Kulisse zu drehen, sondern stellt den 2D- oder 3D-Animationsfilm mittels Computer her. In anderen Filmprojekten kombiniert man in der Produktionsphase beide Varianten: Aufnahmen mit der Kamera und digitale Produktion mit Software. In der anschließenden Postproduktion im Studio werden beide Darstellungsarten gemischt und bearbeitet. Immer beliebter wird die Online-Vermarktung von Werbefilmen, etwa auf Websites kleiner und großer Unternehmen bis hin zu einschlägigen Videoportalen wie YouTube.

Im Vergleich mit der Herstellung von Printmedien und Webseiten ist die Kundenkette der Digitalfilmproduktion komplizierter. Es gibt unterschiedliche Filmarten, die im Auftrag eines bestimmten Kunden hergestellt werden und sich an verschiedene Zielgruppen richten können.

ARBEITSPHASE: KUNDENAUFTRAG

Filme haben normalerweise auf drei Zwecke: die langen traditionellen Filme zur Unterhaltung sowie unterschiedliche Arten des kurzen Unternehmensfilms für Geschäfte und Schulungen. Mediengestalter für Digitalfilmherstellung übernehmen heute sehr häufig die Gestaltung von Unternehmensfilmen. Anders als bei Filmprojekten zur Unterhaltung werden Unternehmensfilmprojekte in Kooperation zwischen Medienunternehmen und ihren Kunden/Auftraggebern, bestehend aus Unternehmen oder Institutionen für bestimmte Produkte oder Dienstleistungen durchgeführt. Die Zuschauer der Filmprodukte sind die jeweiligen Zielgruppen. Die Kunden der Medienunternehmen und die Zielgruppen werden wie folgt differenziert und beschrieben.

Unternehmensfilme können Imagefilme, Werbefilme, Präsentationsfilme, Produktvideos, Rekrutierungsvideos, Firmenfernsehen/Business-TV, Erklärvideos, Schulungsvideos usw. sein (vgl. <https://www.referenzfilm.de/unternehmensfilm-arten/>).

- Ein Werbefilm ist meistens sehr kurz; mit ihm wird für eine Marke, ein Produkt oder eine Dienstleistung geworben. In einem Spot soll möglichst viel positive Aufmerksamkeit generiert und möglichst viele Leute angesprochen werden. Es gibt Werbefilme für das bereits genannten TV sowie für Kino und Internet. Ein Werbefilm hat zum Ziel, den Verkauf des beworbenen Produkts zu erhöhen und das Produktvertrauen zu steigern (vgl. <http://www.werbefilm-produktion.com/>). Werbefilme sind für die Gewinnung von allen Alt- und Neukunden geeignet. Deshalb sind die Kunden/Auftraggeber des Medienunternehmens die Unternehmen und Institutionen, die für ihre Marken, Produkte oder Dienstleistungen werben möchten. Zielgruppen sind die potenziellen Käufer/Kunden dieser Unternehmen bzw. Institutionen.
- Ein Imagefilm ist ein kurzer Film, der zum werbenden Ziel ein Unternehmen, eine Institution, eine Marke oder ein Produkt abbildet. Ein Imagefilm dauert normalerweise nicht mehr als zehn Minuten. Der werbende Zweck ist ähnlich wie ein Werbespot und das Porträthafte verbindet ihn mit journalistischen

Filmbeiträgen oder Dokumentationen, von denen ihn wiederum die werbende Absicht unterscheidet. Im Unterschied zum Werbespot wird das Produkt nicht angepriesen. Der Entwicklungsprozess eines Produkts für Kunden wird zur firmeninternen Verwendung verfilmt. Die imagebildenden Elemente werden mit Corporate Identity auf das Unternehmen abgestimmt. Imagefilme werden oft auf Messen gezeigt, auf einen Bildschirm oder als Projektionen. Durch das Internet erzielen Imagefilme bei den Onlineportalen wie YouTube eine große Aufmerksamkeit. Imagefilme sind weniger für die Gewinnung der neuen Kunden geeignet, sondern viel mehr für die Kundenbindung und die Informationsvermittlung (vgl. <http://www.werbefilm-produktion.com/>). Deshalb sind die Kunden/Auftraggeber des Medienunternehmens die Unternehmen bzw. Institutionen, die ihr Selbstbild oder ihre Marken, Produkte, Dienstleistungen porträtieren möchten. Zielgruppe sind am häufigsten die bekannten Käufer/Kunden dieser Unternehmen bzw. Institutionen.

- Ein Präsentationsfilm ist der Unternehmensfilm, der für den Einsatz in Präsentationen gedacht ist. Im Klartext bedeutet das, dass in Form und Stil fast keine Grenzen gesetzt sind. Ein Präsentationsfilm für eine Mitarbeiterveranstaltung wird grundsätzlich anders aussehen als ein Film, der eine Produktpräsentation im Verkaufsgespräch unterstützt (vgl. <https://www.referenzfilm.de/filmzweck/>). In diesem Fall sind Kunden/Auftraggeber des Medienunternehmens die Unternehmen, die den Auftrag des Präsentationsfilms geben, und Zielgruppe sind die Mitarbeiter.
- Ein Rekrutierungsvideo soll neue Mitarbeiter für ein Unternehmen werben. Dabei zeichnet es ein positives Image eines Unternehmens. Allerdings liegt das Hauptaugenmerk dabei nicht auf allen Aspekten des Unternehmens, sondern gezielt bei den Mitarbeitern, die für eine Karriere bei Rekrutierungsunternehmen gewonnen werden sollen (vgl. <https://www.referenzfilm.de/unternehmensfilm-arten/>). Deshalb sind die Kunden/Auftraggeber des Medienunternehmens die Unternehmen, die Mitarbeiter rekrutieren möchten und Zielgruppe sind die potenziellen neuen Mitarbeiter.

Business-TV, Corporate-TV oder „Firmenfernsehen“ hat heute durch die Technik des Internetstreamings einen Teil seiner Bedeutung verloren. Business-TV wird in der Regel für Mitarbeiter, in Ausnahmefällen auch für Handelspartner oder Kunden produziert (vgl. <https://www.referenzfilm.de/unternehmensfilm-arten/>). Sie sind die Zielgruppen der Kunden/Auftraggeber an das Medienunternehmens.

- Erklärungsvideo: Viele Produkte sind komplex, so dass Kunden/Käufer sie nicht auf Anhieb verstehen. In diesem Fall können Erklärungsvideos dabei weiterhelfen. Die Unternehmen, die ihre Produkte bewerben möchten, geben als Kunden dem Medienunternehmen den Auftrag, ein Erklärvideo herzustellen damit die

Kunden/Käufer der Auftraggeber das Erklärvideo sehen und daher die Produkte verstehen. Komplizierte Themen lassen sich anschaulich in der gebotenen Kürze darstellen, auf das Wesentliche reduzieren und dem Kunden/Käufer so verständlich machen (vgl. <http://www.werbefilm-produktion.com/>). Zielgruppen sind die Zuschauer des Erklärvideos, die potenziellen Kunden/Käufer von Auftraggebern des Medienunternehmens.

- Schulungsvideos können komplexe Vorgänge sehr einfach darstellen. So sind beispielsweise Montageanleitungen oder Sicherheitsvorschriften in kurzen Filmsequenzen sehr einfach und vor allem einprägsam vermittelbar (vgl. <https://www.referenzfilm.de/unternehmensfilm-arten/>). Die Kunden von Medienunternehmen sind die Schulen, an denen die Lehrer im Unterricht Schulungsvideos nutzen, und die Unternehmen, in den die Mitarbeiter geschult werden. Deshalb sind Zielgruppen die Auszubildenden und die Mitarbeiter.

„Der Produzent organisiert hauptsächlich die Entwicklung einer Filmidee bis zum Drehbuch, aber auch dessen Umarbeitung bis zum drehreifen Skript. Er bringt dann die Schlüsselfiguren für das Projekt zusammen. Er arbeitet eng mit dem Regisseur zusammen und hält diesem den Rücken frei, damit er sich künstlerisch möglichst frei entfalten kann. Da Kontrolle beim Film alles ist, kommt es häufig vor, dass ein und dieselbe Person den Film schreibt, produziert und inszeniert.“

„Der Produktionsleiter trägt die Verantwortung an der täglich modifizierten Planung der Produktion, aber er ist gleichzeitig auch der Manager des geschäftlichen Bereichs. Er errechnet das Budget aufgrund der Anforderungen, die alle Abteilungen zur Erfüllung ihrer Aufgaben stellen.“ (vgl. Blumenberg et.al, 1996, 312). Dies zeigt, dass der Produktionsleiter als Vertreter des Medienunternehmens mit Kunden arbeitet und ihnen Vorschläge zum Budget macht.

Der Kundenauftrag stellt die erste Phase bei einer Filmproduktion dar. Der Produktionsleiter arbeitet von Beginn an mit den Kunden zusammen, um eine Strategie für eine erfolgreiche und zielorientierte Darstellung des Unternehmens oder Produktes zu suchen. Er muss das Geschäft seines Kunden verstehen. Hier werden einige wichtige Fragen gestellt, die für eine spätere effiziente Konzeption des Unternehmensfilms beantwortet werden müssen. Dieses Konzept wird an die Beteiligten herausgegeben und alle organisatorischen Vorbereitungen getroffen, um einen reibungslosen Ablauf der Filmproduktion zu gewährleisten. Beim ersten Kontakt, entweder telefonisch oder persönlich, stellt der Produktionsleiter sicher, dass sich die Kunden die nachfolgenden Fragen stellen:

- Wie hoch ist das Budget der Kunden für dieses Filmprojekt?
- Was ist das Kommunikationsziel?
- Was sind der Marketingplan und der Social-Media-Plan?
- Wann wird der Film ausgestrahlt?

Kunden als Auftraggeber für Filmprojekte haben die allgemeine Vorstellung, dass sich mit einer Bewegungsbildproduktion bestimmte Informations- und Marketingziele oder auch Ziele zur Aufklärung bestimmter Sachverhalte (z. B. Produktinformationen) anschaulicher, aufklärungswirksamer oder auch werbeeffectiver erreichen lassen. Hier knüpfen die gemeinsamen Gespräche zwischen Kunden als Auftraggeber mit Medienunternehmen an und stellen fest, welche inhaltlichen und formalen Anforderungen optimal umgesetzt werden könnten. Zu diesen Punkten treffen die Kunden folgende Entscheidungen:

- Zieldefinition
- Zielgruppe/n
- Thema/Botschaft
- Filmart (Imagefilm, Produktfilm, Schulungsfilm etc.)
- Filmlänge
- Anzahl der Filme
- Budget
- Erste kreative Ideen und Ansätze (optional)
- Zeitplan aller Phasen bis zur Veröffentlichung
- Prüfung des kalkulierten Angebots und Beauftragung

(vgl. <https://www.marketing-boerse.de/Fachartikel/details/1705-Prozess-einer-Filmproduktion-in-vier-Phasen/136839>)

Der Produktionsleiter versucht, Bilder zu liefern, die der Fantasie der Kunden entsprechen. Er sollte sich daran an den Kundenvorstellungen orientieren, aber muss aber auch erklären, was innerhalb der Kosten und der Zeit der Dreharbeiten möglich ist. Die Anforderungen der Kunden sind zuweilen schwierig und in einigen Fällen sind diese so allgemein gehalten, dass sie keine Handlungsorientierung für die Filmgestaltung darstellen. Deshalb muss der Produktionsleiter die verschiedenen Elemente der Filmgestaltung in ihrer Darstellungswirkung sowie im Verhältnis zu den Kosten erläutern. Die meisten der Kunden haben keine genauen Kenntnisse der Filmproduktion oder wissen nicht, was für die Erstellung der Bilder konzeptionell an geistiger Arbeit erforderlich ist. Der Produktionsleiter berät die Kunden so früh wie möglich vor Beginn der offiziellen Filmproduktion über den Rahmen der Möglichkeiten. Er muss klare Kundenerwartungen in Bezug auf Zeitplan, Budgets und Produktionswert festlegen und dann alles schriftlich als Basis für einen Vertrag festhalten.

ARBEITSPHASE: PROJEKTENTWICKLUNG

Projektentwicklung besteht nicht nur in der Erstellung eines produktionsreifen Drehbuchs (Entwicklung eines Drehstoffes), sondern auch der Filmfinanzierung oder der Besetzung der wichtigen kreativen Positionen im Filmstab (Regie, Kamera, Schnitt) (vgl. <http://filmlexikon.uni-kiel.de/index.php?action=lexikon&tag=det&id=2729>).

Besondere Arbeitsanforderungen bei der Erstellung des Konzeptes

Im Werbefilmprojekt ist das Ziel des Films auf die Geschäftsprozesse des Kunden gerichtet. Wie bereits erwähnt, schließt das neben Werbung und Marketing häufig auch informelle Aufklärung, z. B. Produktbeschreibungen, für Zielgruppen von Kunden ein. Deshalb spielen Zielgruppen und Markt im Werbefilmprojekt eine sehr wichtige Rolle bei der Analyse des Kundenauftrages, da sich hieraus wesentliche Inhalte bzw. Inhaltsdifferenzierungen ergeben. Wenn bspw. ein Film über einen Hochhausneubau produziert wird, so wird er anders aussehen, wenn als Zielgruppe Architekten mit ihren Baukompetenzen angesprochen werden sollen oder das Ziel darin besteht, das Interesse zukünftiger Investoren zu erwecken (vgl. <https://www.referenzfilm.de/filmwissen/qualitaet-von-filmproduktionen/>).

In folgender Quelle heißt es: „Welche Merkmale zeichnen das Unternehmen und seine Produkte/Dienstleistungen besonders aus? Besteht ein erkennbares Corporate Design oder eine aktuelle Werbekampagne, in deren Kontext sich der Werbefilm einfügen soll? An welche Personengruppen richtet sich das beworbene Angebot, welche Vorlieben bestehen bei diesem? Sind im Zusammenhang mit der Zielgruppe bereits bestimmte ästhetische oder psychologische Richtlinien zur Konvention geworden?“ (vgl. <http://www.trilightvisions.de/leistungen/werbefilm-produktion-ablauf.html>)

Auf Basis dieser komplexen Auftragsanalyse wird für den Auftraggeber (als Kunde des Medienunternehmens) ein zielgruppenorientiertes Konzept (für dessen Kunden) zur Filmgestaltung entwickelt. Zu betonen ist, dass diese Analysen zunächst noch relativ unabhängig von Überlegungen zur Filmgestaltung durchgeführt werden und zu einem inhaltlich strukturierten Konzept führen. Anschließend führt das Filmproduktionsteam beim Kunden vor Ort eine differenzierte Bedarfs- und Zielgruppenanalyse durch. Mittels standardisierter Aufgabenstellungen, z. B. für einen Workshop, kommt einerseits ein authentisches Bild für das Team zustande, aber andererseits gestaltet der Kunde selbst aktiv die Filminhalte mit. Damit ist sichergestellt, dass ein darauf aufbauendes Konzept den Kunden auch wirklich repräsentiert. Die Identität der Kunden bildet dabei den Pfeiler des Storytellings. Auch hierbei stehen Formfragen der Filmgestaltung zunächst noch nicht im Mittelpunkt. Es werden, z. B. mit Mindmaps Optionen besprochen, Ideen strukturiert, emotionale Geschichten entworfen, etc. Auf dieser Grundlage erfolgen später Drehbuchentwicklung, Storyboard etc. Im Kontext zu Möglichkeiten und Auswahl von Elementen der Formgestaltung des Filmes, womit alle konzeptionellen Grundlagen für eine effiziente Produktion des Filmprojektes gesichert werden.

Besondere Arbeitsanforderungen beim Schreiben des Drehbuchs - Entwicklung der Ideen

Die Ergebnisse der konzeptionellen Arbeit werden in Form eines schriftlichen Drehbuches festgelegt. Beim Feinplanen und Ausformulieren der strukturierten Ideen, Szenarien, zuordenbaren Gestaltungselemente usw. ergeben sich häufig neue Perspektiven, die zum

Konzeptentwurf rückkoppeln und zu Präzisierungen führen. In der schriftlichen Fixierung wird eine Methode gesehen, die Ideen für alle Kooperationspartner verbindlich "auf den Punkt" zu bringen.

(vgl. https://www.mediamanual.at/mediamanual/workshop/video/animation/animat_06.php)

Das Drehbuch ist die präzise Vorlage für die Filmproduktion. Es umfasst die wichtigen Angaben für alle Mitglieder: Bestimmung der Drehorte, Handlungstext und -anweisung, die Beleuchtung, Vorbereitung und Ausstattung der Szenen. Anhand des Drehbuchs kann jeder Beteiligte an unterschiedlichen Phasen des Projekts teilnehmen. Die Stoffentwicklung bezeichnet einen Zeitraum von der Erkundung einer Geschichte bis zur drehreifen Fassung des Drehbuchs. Im Verlauf dieser Entwicklung wird der Drehbuchautor mit dem Produzenten und dem Regisseur eine Drehbuchlösung (Handlungsanweisung ohne Gespräch) abstimmen. Am Ende steht das fertige Drehbuch mit dem Gespräch.

Der Mediengestalter selbst schreibt das Drehbuch nicht, sondern die Redakteure. Mediengestalter können aber mehr oder weniger in den Prozess einbezogen sein. Sie lesen das Drehbuch, müssen es verstehen und rückkoppelnd ihre Überlegungen zur Umsetzung einbringen, die am besten in schriftlicher Form im Drehbuch festgehalten werden. Die Entwicklung des Drehbuchs verläuft in mehreren, aufeinander aufbauenden und rückkoppelnden Schritten. Dies hat den Vorteil, dass eine Fehlentwicklung frühzeitig erkannt und korrigiert werden kann, bevor es zum größeren zeitlichen Aufwand kommt. Das Drehbuch dient als präzise Arbeitsvorlage für die Produktion. Es enthält wichtige Angaben für alle an der Produktion mitwirkenden Teilnehmer:

- Handlungsanweisungen und Text
- Information über Drehort und Beleuchtung (Tages- oder Nachtaufnahmen)
- Ausstattung der Szenen

(vgl. Hintermaier 2012)

Bei den professionellen Agenturen/Unternehmen für Filmproduktion ist der Mediengestalter nicht verantwortlich für das Drehbuch, ist aber am nächsten Schritt beim Hinzufügen der Bilder u. a. Gestaltungselemente zum Drehbuch beteiligt.

Besondere Arbeitsanforderungen bei der Erstellung des Storyboards/Szenebuches

Nach dem Schreiben des Drehbuchs erfolgt mit der Erstellung eines Storyboards der wichtigste und schwierigste Planungsschritt bevor die Filmproduktion starten kann. Hier werden die Ideen nicht nur aufgeschrieben, sondern gezeichnet und illustriert. Vor dem Verfilmen müssen das Thema und die Geschichte des Films deutlich sein. Durch die Erklärung der Thematik und der Abfolge können die Filmaufnahmen dann themenbezogen durchgeführt werden.

Ein Storyboard/Szenebuch ist eine visuelle Version des Drehbuchs. Es beinhaltet normalerweise eine Reihenfolge von Illustrationen, wobei jede Illustration eine für den

Film zu drehende Einstellung darstellt. Anhand derer kann man seine Vorstellungen bereits lange vor dem Drehen sehr präzise festlegen. Aber ein Storyboard muss nicht unbedingt gezeichnet sein. Man kann auch Fotografien, 3D Bilder oder sogar vorhandenes Filmmaterial verwenden. Eine Sonderform der bewegten Storyboards, sogenannte Animatics, zeigen Videoaufnahmen oder 3D-animierte Rohversionen einiger Schlüsselszenen, um z. B. das Timing von einem bestimmten Lied besser abzustimmen oder um Geldgeber zu überzeugen (vgl. Hintermaier 2012).

Die wichtigsten Szenen werden in der ersten Spalte des Szenebuches in kleinen Skizzen gezeichnet. Die Kamerapositionen und die Positionen der handelnden Figuren werden festgelegt. In der zweiten Spalte geht es um nähere Erklärungen des Bildinhaltes oder die Beschreibung des Geschehens bis zur nächsten Szene. In der dritten Spalte werden die akustischen Geschehen beschrieben, bestehend aus Dialogen, Musik und Geräuschen (vgl. https://www.mediamanual.at/mediamanual/workshop/video/animation/animat_06.php).

Das Storyboard besteht in der Regel aus:

- der Einstellungs- und Szenennummer
- einer Darstellung der Einstellung aus der Kameraperspektive
- einer kurzen Beschreibung, was in der Einstellung passiert (Text, Personen und Bewegungsrichtung)
- kurzen Notizen über Kamerabewegung und Beleuchtung

(vgl. Hintermaier 2012)

Besondere Arbeitsanforderungen bei der Kalkulation der Filmproduktionskosten

Die Phase Projektentwicklung erfordert im professionellen Bereich einigen Aufwand, die Koordination vieler Beteiligter und einige vertragliche und finanzielle Vorbereitungen und Vorleistungen, etwa für die Drehbuchentwicklung. Die Finanzierung der Projektentwicklung wird in der Regel aus Eigenmitteln, Filmförderungen, Mitteln von Fernsehsendern oder durch Rückstellungen der Drehbuchautoren bezahlt. Im Falle eines Werbefilms trägt der Kunde die Produktionskosten.

Die Kosten für die Filmproduktion umfassen normalerweise das Gehalt des Produzenten für Besprechungen, die Einstellung von Besetzungen, die Besetzung der Schauspieler für alle möglichen Rollen, die Koordinierung von Aktionen, die Planung des Drehplans, die Buchung von Hotels, Mahlzeiten und Reisen, die Recherche und die allgemeine Planung des Projekts. Die ständige Kontrolle der Finanzen sollte mit großer Aufmerksamkeit durchgeführt werden, um zu verhindern, dass das Budget während des Drehs ausgeht.

ARBEITSPHASE: PRÄSENTATION FÜR KUNDEN

Besondere Arbeitsanforderungen bei der Präsentation

Die erste Präsentation für Kunden im Filmproduktionsprojekt nennt man "Pitch". Pitch ist ein sehr kurzer Text, der die Handlung einer Filmproduktion oder eines Buches

zusammenfasst (vgl. <https://nur-muth.com/filmlexikon/pitch/>). In der Sprache der Medien ist mit Pitch / Pitching eine kurze mündliche Propagierung der Ideen zu einem Film vor Repräsentanten eines Studios bzw. Produzenten der Film- und Fernsehindustrie gemeint (pitch meeting). Diese sollen von der Präsentation des Filmkonzepts soweit überzeugt werden, dass sie bereit sind, in das geplante Projekt finanziell zu investieren (vgl. <http://filmlexikon.uni-kiel.de/index.php?action=lexikon&tag=det&id=6401>).

Im Sinne der modernen Filmproduktion, bei der die Kunden für den Werbefilm bezahlen und somit dem Filmprojekt zustimmen oder es ablehnen können, ist ein Pitch auch eine kurze verbale (und manchmal visuelle) Präsentation der Ideen für Kunden. „Pitch meetings“ werden oft vor Repräsentanten eines Studios, eines Kunden oder einer Agentur gehalten. Das Ziel ist die Verantwortlichen davon zu überzeugen, finanziell in das Projekt zu investieren oder um den Zuschlag für einen Job aus einer Ausschreibung zu erhalten. Einem Pitch kann eine schriftliche Zusammenfassung vorausgehen, das sogenannte „proposal writing“ (vgl. <https://nur-muth.com/filmlexikon/pitch/>).

Filmautoren vermitteln ihre Ideen durch das Pitching. Ein Pitch dauert ungefähr zehn bis zwanzig Minuten, in denen ein Autor das Konzept oder seine Idee, die Figuren und die grundlegende Geschichte des Films ausdrückt. Wenn die Filmautoren die Idee einem Büro oder den Kunden vermitteln, versuchen sie das Gegenüber von ihrer Idee zu überzeugen. Sie versuchen, die wichtigen Punkte und Details der Handlung zu vermitteln, ohne den Zuhörer zu langweilen. Sie müssen vermeiden, die ganze Geschichte des Films zu erzählen. Es gibt drei Varianten des Pitches: Elevator Pitch, Startup Pitch und Speed-Pitching-Sessions. Elevator-Pitch ist die kürzeste Form einer Präsentation. Innerhalb von ca. 30 Sekunden werden dem Kunden alle Geschäftsideen erläutert. Früher hatten junge Unternehmer nur während kurzen Aufzugfahrten Zeit und die Möglichkeit, den Kunden von ihrer Idee zu überzeugen. Daher kommt der Name Elevator Pitch. Beim Startup Pitch verwendet man meist zusätzliche Hilfsmittel wie Unterlagen oder Präsentationen. Zeitlich sind sie auch etwas länger. So lassen sich Zusammenhänge besser aufführen. Auch wenn mehr Zeit zur Verfügung steht, sollte der Pitch trotzdem kurz sein. Speed-Pitching Sessions finden im Rahmen von Veranstaltungen statt. Drei bis fünf Minuten haben die Filmunternehmen Zeit dem Kunden ihren Vorschlag zu unterbreiten (vgl. <https://nur-muth.com/filmlexikon/pitch/>).

Außer der Software für Präsentation, der Videos oder der großen Leinwand können Filmautoren bei der Präsentation ein Moodboard benutzen. Wenn sie ihr Videokonzept vorbereiten, ist eine visuelle Untermalung z. B. in Form von Bildern von Vorteil. Wenn sie sich mit Kunden treffen, sollten sie daher ein Moodboard vorbereiten. Ein Moodboard ist als eine Sammlung von Inspirationsbildern zu verstehen. Sie können mit der Farbpalette, dem Gefühl des Projekts oder dem Aussehen eines Charakters sprechen. Hilfsmittel wie Moodboard-Apps sparen Arbeitsaufwand und erzeugen geeignete Resultate, um den Kunden von einer Idee zu begeistern.

ARBEITSPHASE: VORPRODUKTION – VORBEREITUNG DER FILMHERSTELLUNG

Die Vorproduktion besteht aus inhaltlicher und organisatorischer Planung des Films. „In der Vorproduktion werden sämtliche technischen und organisatorischen Schritte, die den eigentlichen Dreharbeiten vorausgehen, durchgeführt.“ (vgl. Vorproduktion. Lexikon der Filmbegriffe, Hrsg. von Hans. J. Wulff und Theo Bender). In der Vorproduktion werden die Kostüme vorbereitet, die Drehorte bestimmt, der genaue Drehplan erstellt und die Schauspieler gecastet.

Besondere Arbeitsanforderungen beim Erstellen des Drehplans für effiziente Zeitabläufe

Ein Drehplan ist ein genaues Zeitraster. Er legt nicht nur fest, wieviel Zeit insgesamt für die Aufnahme benötigt wird, sondern auch, an zu welcher Zeit die verschiedenen Szenen gedreht werden. Jede an der Produktion beteiligte Person hält den Drehplan ein. Ein Aufnahmezeitplan wird benötigt, um die Aufnahme der Szenen zu planen. Es wird eine Anzahl von Szenen X geben, die am Standort Y aufgenommen werden. Der Zeitplan hilft dem Kamerateam bei der Organisation des Drehprozesses und der effizienten Koordination von Dreharbeiten an verschiedenen Standorten. Die folgenden organisatorischen Fragen resultieren aus den Arbeitsanforderungen:

- Welche Locations werden benötigt?
- Welche Tages- und Uhrzeit ist ideal? Neben dem besten Sonnenstand spielen hier auch Faktoren wie Mitarbeiterarbeitszeiten, Lärmbelästigung oder Verfügbarkeit des Drehorts eine Rolle.
- Welche eventuellen Vorbereitungen müssen am Drehort umgesetzt werden (zum Beispiel Buchung, auf- und umräumen)?
- Funktionieren zum Drehtermin alle zu zeigenden Produkte?
- Welche Personen müssen beim Dreh vor der Kamera dabei sein?

(vgl. <http://www.diefilmagentur.de/ablauf-imagefilmdreh>)

Der Produktionsmanager sollte einen Backup-Plan und eine Anrufliste haben, um adäquat auf unerwartete Ereignisse reagieren zu können. Es könnte sein, dass eine größere Anzahl von Mitarbeitern am Filmdrehen beteiligt sind. Daher ist es sehr wichtig, genaue Angaben zu jedem einzelnen Mitglied der Besetzung und der Crew zu erhalten. Anruflisten dienen nur dazu, sicherzustellen, dass der Produktionsmanager in Notsituationen die gewünschte Person erreichen kann. Er hält die Liste der Personen und die richtigen Kontaktinformationen bereit, so dass sie ihm jederzeit zur Verfügung stehen. Mediengestalter sind nicht in das Erstellen des Drehplanes einbezogen.

Besondere Arbeitsanforderungen bei der Organisation des Teams

Im Prozess der Vorproduktion sind zumeist die Hauptbeteiligten einer Filmproduktion involviert, unter anderem der Regisseur und der Produzent des Films. Der Produktionsmanager oder Produktionsleiter, der dem Produzenten untersteht, leitet in der

Regel die Organisation der Vorproduktion in Bezug auf Arbeitsorganisation, Materialbeschaffung, Budgetierung, Kostenkontrolle und Koordinierung des Drehplans (vgl. <http://filmlexikon.uni-kiel.de/index.php?action=lexikon&tag=det&id=4882>). Bei größeren Filmprojekten besteht das Team zusätzlich aus Mediengestaltern als 3D-Filmhersteller und Koordinatoren für Spezialeffekte, Spezialisten und Kameramännern für Steadycams, Beleuchtern, Kulissenbauern, Kulissenmalern, Kostümbildnern, Maskenbildnern, Tonmeistern, usw. Ein Kameramann übernimmt das Filmdrehen. Mediengestalter übernehmen das Digitalfilmmachen und die Filmbearbeitung im Computer, was vor und nach der Bearbeitung für eine Implementierung in das gesamte Filmprojekt mit den anderen Akteuren abgestimmt werden muss. Hierbei ist der Mediengestalter nicht nur „Ausführender nach Anleitung“, sondern ein aktiver Mitgestalter.

Besondere Arbeitsanforderungen bei der Organisation der Ausstattung und Technik

Filmprojekte erfordern bestimmte thematische Vorgaben. Wenn der Film beispielsweise in einer anderen Zeitepoche spielt, gibt es Richtlinien für eine einheitliche Kleidung oder entsprechende Requisiten benötigt. Je nach geplanter Farbkorrektur dominieren außerdem bestimmte Farbtöne in der Ausstattung.

Der Kameramann bestimmt, welche Kamera sich für die Gegebenheiten der Drehorte eignet (z. B. wenn bei schlechten Lichtverhältnissen gedreht werden soll oder ein Green Screen in der Postproduktion durch einen digitalen Hintergrund ersetzt werden soll). Auch spezielle Einsatzzwecke (z. B. Slow- Motion- Aufnahmen) oder die Wahl der Kamerabühne (z. B. Kamerawagen) sowie die Wahl geeigneter Lichtaufbauten spielen eine Rolle. Der Produktionsleiter ist verantwortlich für die Organisation von Fahrtmöglichkeiten, Unterkunft, Kostüme sowie Catering für Team und Darsteller. Der Produktionsdesigner ist verantwortlich für den optischen Gesamteindruck des Films, setzt die Ideen des Regisseurs im dreidimensionalen Raum um und korrespondiert die Farbumgebung mit der Dekoration der Sets. Der Kulissenbauer ist zuständig für die Realisierung des geplanten Designs der Kulisse. Er erstellt künstliche Wände und spezielle Möbel. Der Kostümbildner entwirft die Kleidung, die die Schauspieler/innen im Film tragen. Er muss bei seiner Arbeit eng mit dem Maskenbildner und dem Friseur zusammenarbeiten. Der Maskenbildner ist verantwortlich für die kosmetische Veränderung der Darsteller. Er liest das Drehbuch und entwirft das Make-up der Darsteller in Absprache mit Regisseur und dem Kameramann (vgl. Blumenberg et.al, 1996, 309-312). In dieser Arbeitsphase hat der Mediengestalter keine oder wenige Arbeitsaufträge. In einigen Fällen kann er die Voraussetzungen mit Regisseur und Produzent diskutieren, das Budget erstellen und die anderen Experten dazu bringen, an einem Strang zu ziehen (vgl. Blumenberg et.al, 1996, 313).

ARBEITSPHASE: PRODUKTION – DREHARBEITEN UND ANIMATIONSFILM-HERRSTELLUNG

Es gibt zwei Arten der Filmproduktion: analoger Film und digitaler Film. Die meisten heutigen Filme werden digitalisiert. Das digitale Filmmaterial kann durch Einsatz bestimmter Kameras, Konvertierung des analogen Films oder durch Verwendung geeigneter Software erstellt werden. Die eigentliche materielle Filmproduktion ist die mit Abstand kürzeste Phase im Verlauf einer Filmerstellung sofern analog mit der Kamera gedreht wird. Wenn der digitale Film durch die 3D-Software im Computer hergestellt wird, dauert diese Phase länger. Zudem ist die digitale Filmerstellung oft preisintensiver und somit meist für die Filmproduktion zu teuer.

Besondere Arbeitsanforderungen bei der Erstellung des digitalen Filmmaterials durch Drehen mit der Kamera

Filmproduzenten und Kamerateams gestalten Dreharbeiten mit individuellen technischen und gestalterischen Finessen. Die Dreharbeit kann im Filmstudio oder an den ausgewählten Drehorten und Kulissen durchgeführt werden. Während der Dreh im Filmstudio die größte Planungssicherheit bietet, ist die Produktion der Kulissen bisweilen mit einem großen finanziellen Aufwand verbunden. Das Team bestimmt die Drehorte aufgrund der künstlerischen und ökonomischen Faktoren. Aus künstlerischen Gründen wird der Film oft an Originalschauplätzen gedreht, obwohl dies einen höheren Aufwand als im Studio erfordert, weil z. B. die Ausrüstung an den Drehort transportiert werden muss.

Nach dem Wissensportal der deutschen Filmakademie werden die einzelnen Szenen eines Films in der Regel nicht in ihrer chronologischen, erzählerischen Reihenfolge gedreht, sondern die Drehreihenfolge richtet sich nach organisatorischen Aspekten. Zu diesen gehören Motive, Darsteller und gewünschte Jahreszeit, Wetter und Lichtsituation (vgl. <https://web.archive.org/web/20140429045646/http://www.vierundzwanzig.de/glossar/drehplan>).

Mit dem Beginn der Dreharbeiten ist die komplexe Konzeption in all ihren Teilen fertig, das heißt, das Drehbuch liegt in seiner Endfassung vor, die Besetzung steht fest, die Bauten am Set sind weitestgehend abgeschlossen und die Motive der Außenaufnahmen festgelegt. Unter der Leitung von Aufnahmeleiter/Regisseur und Regie/Regieassistenten läuft die Filmaufnahme ab. Jede Aufnahme wird so oft wiederholt, bis der Regisseur mit ihr zufrieden ist. Digitaler Film wird normalerweise von einem professionellen Kameramann gedreht. Er wird im Team von Mediengestaltern unterstützt. Wenn das Filmprojekt nicht zu groß und das Budget somit zu klein ist, einen Kameramann einzustellen, kann ein Mediengestalter auch als unprofessioneller Kameramann arbeiten. Erfahrungen aus der Mitarbeit in anderen Projekten sind hier von Vorteil. Die technischen Entwicklungen und erweiterten Funktionalitäten bei digitalen Kameras schaffen für solche Arbeitsaufträge in einem Filmprojekt neue Bedingungen, was schon kurzfristig zu einer Erweiterung solcher

Einsatzmöglichkeiten für den Mediengestalter führen kann. Mit einem entsprechend erweiterten Berufsbild kann dieser Entwicklung vorausschauend entsprochen werden.

Besondere Arbeitsanforderungen bei der Erstellung des digitalen Filmmaterials durch Konvertierung des analogen Films

Der analoge Film ist der gedrehte Film, der von analogen Kameras hergestellt wird. Diese Filmart ist das lichtempfindliche Aufnahmemedium einer Kamera. Früher war der optisch zu belichtende Film die führende Methode der analogen Bildaufzeichnung, wurde aber in den meisten Bereichen seit Anfang des 21. Jahrhunderts von digitalen Aufnahmemethoden verdrängt. Analoge Filme werden fast immer abgetastet/gescannt. Wenn die Filmproduktion durch eine Kombination zwischen dem digitalen Film und dem analogen Film hergestellt wird, muss der Mediengestalter mit Hilfe von Softwaretechnologie den analogen Film in den digitalen Film konvertieren und kann dann die Filmabschnitte zusammensetzen und bearbeiten. Diese Arbeiten sind mit recht komplexen Arbeitsaufträgen unter Einsatz verschiedener Hard- und Softwaretechnik verbunden, was im Folgenden kurz beschrieben werden soll.

„Um analoge Videos direkt auf den Rechner zu übertragen, gibt es spezielle Video-Digitalisierer, oft auch Video-Grabber genannt. Die beiden Geräte von MSI und Terratec verbindet man auf der einen Seite mit dem Ausgang eines Videorekorders oder Camcorders, auf der anderen über ein USB-Kabel mit dem PC. Die digitale Aufnahme steuert man dann von einem Computerprogramm aus.“ (vgl. <https://www.test.de/Filme-digitalisieren-Alte-Streifen-ganz-neu-1854525-2854525/>).

„Filmstreifen und analoge Videobänder funktionieren sehr verschieden (Zelluloid, Kassette, Festplatte), entsprechend unterschiedlich ist der Aufwand, sie zu digitalisieren. Um klassischen Film auf DVD oder Rechner zu bringen, müssen zunächst die optischen Informationen in ein elektronisches Signal gewandelt werden. Analoge Videosignale liegen dagegen bereits in elektronischer Form vor und können recht leicht digitalisiert werden.“ (vgl. <https://www.test.de/Filme-digitalisieren-Alte-Streifen-ganz-neu-1854525-2854525/>).

Besondere Arbeitsanforderungen bei der Erstellung des digitalen Films durch Anwendungssoftware im Computer

Heute, im Zeitalter der Computersimulationen und der digitalen Produktion, dominiert die Verwendung der digitalen Filme. Außer der Dreharbeit, kann man filmähnliche Szenen in einem Computer mit der Hilfe von 2D und 3D-Computeranimationen herstellen. Bei der Produktion des digitalen Films erstellt der Mediengestalter unter Verwendung der Softwaretechnologie im Computer die 2D- und 3D-Figur und animiert schließlich deren Bewegungen, um den digitalen 2D- und 3D-Animationsfilm zu produzieren. Jede Art von 2D und 3D-Filmen hat ihren spezifischen Wert. Man kann entweder jeweils nur 2D- bzw. 3D-Techniken nutzen oder beide kombinieren.

Zur Erstellung des digitalen 2D-Films im Computer

Der traditionelle 2D-Zeichentrickfilm ist die klassische Form des Animationsfilms. Hierbei wird eine Technik angewendet, bei der gezeichnete Bilder in einer festgelegten Abfolge aufgenommen und in einer Geschwindigkeit von 24 Bildern pro Sekunde wiedergegeben werden. Ein heutiger Trickfilm kann mit dem Tablett oder Smartphone und der passenden App erstellt werden. Neben der Möglichkeit zweidimensionale Pappfiguren zu animieren, gibt es zahlreiche weitere Techniken, wie Legetrick, Puppentrick, Knetanimation, Brickfilm, Pixilation, Sand-/Salzanimation, Lichtanimation oder Zeichentrick. (vgl. <https://www.filmothek-nrw.de/tutorials/trickfilm-animationstechniken/>). Heutzutage entstehen viele 2D-Animationen mittels spezieller Software ganz oder teilweise im Computer, oder das in klassischer Manier aufgenommene Material wird digitalisiert und im Computer weiterbearbeitet.

Falls das Filmprojekt geeignet für die Verwendung der 2D-Filmstechnik ist, übernimmt der Mediengestalter die Text- und Grafik-Animation, Zeichentrick (mit Charakteren), Collagenanimation (Fotos...) und Stop-Motion (reale Objekte verschieben). Die heutige Produktion des digitalen 2D-Films verläuft so, dass der Mediengestalter ein 2D-Animationsprogramm verwendet, das eine Spezialsoftware für das Erstellen von grafischen Inhalten und 2D Animation enthält und sich an alle Elemente richtet, die als digitales Zeichnen, Malen und Animation vorliegen. Unter Verwendung der 2D-Animationssoftware benutzt ein Mediengestalter den kompletten Werkzeugkasten, sowohl für das einfache Skizzieren als auch zur papierlosen Erstellung von handgezeichneten Trickfilmen auf rein digitaler Basis.

Traditionelle Arbeitstechniken und Einsatz digitaler Technologien sind im Arbeitshandeln des Mediengestalters stark eingebunden. Der Mediengestalter kann die Bilder aus anderen Anwendungen importieren, um animierte Filme zu erstellen oder er erstellt die jeweiligen Bilder bzw. Grafiken. Dafür kann er verschiedene Programme nutzen. Die Zeichnungen können auf unterschiedliche Weise angefertigt werden. Der Mediengestalter kann entweder mit der Maus auf dem Bildschirm zeichnen, oder aber auch die Zeichnungen analog auf einem Stück Papier anfertigen und dann einscannen. Die am meisten bevorzugte Variante beim Erstellen von Zeichnungen ist aber, sie per Zeichenpad digital in einem kompatiblen Programm zu zeichnen. Wenn alle Grafiken fertig erstellt sind, kann der Mediengestalter die Grafiken in das Videoprojekt einfügen und ein Videoprojekt anlegen (vgl. <https://www.referenzfilm.de/filmwissen/film-magazin/das-erstellen-einer-2d-animation/>).

Ausgangsmaterial der Einzelbilder sind viele Zeichnungen, die sich Bild für Bild voneinander unterscheiden und in der richtigen Reihenfolge auf Film aufgenommen, eine flüssige Bewegung erzeugen. Diese werden heutzutage üblicherweise eingescannt und digital weiterbearbeitet. Die Zeichnungen können aber auch direkt von der Kamera

aufgenommen werden und es kann nicht nur mit Bleistift auf Papier gezeichnet werden, sondern jede zeichnerische oder malerische Technik ist möglich.

Um ein Animationsvideo zu erstellen, wird zunächst eine Handlung oder ein Sprechertext erstellt. Aus dem geht dann hervor, welche Grafiken benötigt werden, um den Text zu bebildern. Anschließend wird ein grafischer Stil für die Grafiken entwickelt und abgestimmt. Wenn alle Grafiken gezeichnet sind, werden diese entsprechend des Textes oder der Handlung in der Animationssoftware angelegt, animiert und im Raum bewegt. Wenn der Film bildlich feststeht, wird der Film mit Musik, Sprecher und Geräuschen vertont (vgl. <https://www.diefilmagentur.de/referenzen/709-animationsfilm-agentur>).

Zur Erstellung des digitalen 3D-Films im Computer

Um einen digitalen 3D-Film herzustellen, muss der Mediengestalter die entsprechende Software verwenden. Zunächst modelliert der Mediengestalter die 3D-Figur, d.h. erstellt zunächst ein statisches 3D-Objekt. Danach passt er die Beleuchtung an und animiert die Bewegungen der Figur. Schließlich werden die Ergebnisse in eine digitale Filmdatei gerendert. Diese Zusammenhänge in der Prozesskette werden im Folgenden näher beschrieben (vgl. Abb. 7).

a. Modellbau/Modellieren: der Mediengestalter erstellt die 3D-Figur anhand von einigen entsprechenden Werkzeugen im Computer, z.B. Modellieren in 3D, 3D-Scanning, prozedurales Modellieren, bildbasiertes Modellieren. Um dieses Ziel zu erreichen, muss er die 3D-Spezialsoftware oder die Software für Bildbearbeitung und 3D-Scanning verwenden.

- Beim Modellieren in 3D erstellt der Mediengestalter mit den Werkzeugen in der 3D-Software die 3D-Modelle. Geeignete Werkzeuge sind z. B. Polygonen, Grundformen, NURBS oder Subdivision Surfaces.
- Beim 3D-Scanning tastet ein Laserstrahl das Objekt in einem Winkel von 360° ab, wird dort reflektiert, von einem CCD (charge-coupled device) aufgezeichnet und ermittelt so die Position jedes Punkts auf der Oberfläche. 3D-Scanning findet jedoch nicht nur beim Abtasten von Schauspielerkörpern Verwendung. Oft ist es auch notwendig Modelle zu scannen.
- Beim prozeduralen Modellieren geht es um die Fraktale, d.h. das Modellierungsprinzip zur Darstellung der Naturerscheinungen wie beispielsweise in Küstenlinien, in Wolkenformation, in Pflanzen oder in neuronalen Netzen. Es basiert auf mathematischen Funktionen oder Programmen, welche den Verlauf bestimmen. Prozeduren bezeichnen die komplexen und oftmals organisch wirkenden Muster – Objekte oder Verhaltensmuster – die nach prinzipiellen Regeln erzeugt werden. Die Algorithmen erlauben es, zufällige Verknüpfung durch stochastische Variablen zu systematisieren, komplexe organische Wachstumsprozesse durch Rekursion oder Iterationen zu beschreiben und zu

implementieren und auf diese Weise elegant jedes Gestaltungselement in den Modellierungsprozess zu integrieren.

- Das bildbasierte Modellieren ist ein Modellierungsverfahren zur interaktiven Rekonstruktion von 3D-Modellen aus Fotografien. Die Technik geht auf ein Vermessungsverfahren, die sogenannte Photogrammetrie zurück. Mediengestalter verwenden die Panoramafotografie, mit der die 360°-Umgebungen in der Tradition des Dioramas hergestellt werden. Sie nehmen ein Objekt aus fünf verschiedenen, orthogonal angeordneten, Positionen auf und projizieren es auf einen Würfel. Auf diese Weise entsteht ein voll fotografisch texturiertes Modell in 3D.

(vgl. Flückiger 2008)

b. Materialisierung: der Mediengestalter bearbeitet die Eigenschaft der Oberflächen von Materialien, z.B. Farbe, Rauigkeit und ihre Reaktion auf Licht wie Reflexion, Glanz oder Transparenz, und bindet Materialien in die 3D-Figur ein. In einigen Fällen, z. B. wenn die gewünschte Oberfläche in der 3D Software nicht vorhanden ist, müssen Mediengestalter mit Software für Bildbearbeitung die Oberfläche überarbeiten. Es kann entweder ein Foto gemacht werden oder aber die Oberflächen auf Papier gezeichnet werden. Diese Gestaltungselemente werden dann in den Computer übertragen und die Materialien erstellt (vgl. Flückiger 2008).

c. Beleuchtung: Ohne Beleuchtung kann man die Figuren und den Hintergrund nicht sehen. Der Mediengestalter erstellt durch 3D-Software die Lichttypen und platziert die Lichtquellen im 3D-Raum. Er muss die verschiedenen Lichttypen nach ihrer Verwendung unterscheiden, d. h., in welchem Fall er das Umgebungslicht, das Punktlicht, das Flächenlicht, Spot, gerichtetes Licht oder volumetrisches Licht auswählt oder ob eine Kombination der Lichttypen sinnvoll ist. Sein Verständnis zu den Eigenschaften jedes Lichttyps ist erforderlich. Außerdem verwendet er auch Lichtschemata, Lichtanimationen und bildbasierte Beleuchtung (vgl. Flückiger 2008).

d. Animation: Ohne Erstellung der Animation sind alle Figuren regungslos und ist das Endprodukt ein Foto, kein Film. Der Mediengestalter erstellt und reguliert das zeitliche Verhalten der Figuren und Objekte im Raum. Die Animation am Computer ist ein extrem weitläufiges und komplexes Gebiet, das viel Wissen über Bewegungsabläufe erfordert, aber auch künstlerisches Gespür für die Ausdrucksqualität von Bewegung und die proxemische Anordnung der Figuren und Objekte im Raum. Er verwendet die Keyframe-Animation, die einige Schlüsselposen definiert und ihre Position auf der Zeitachse festlegt. Ein anderes Animationsverfahren ist die Anwendung von Skeletten und Muskeln, damit die Bewegungsabläufe von Menschen oder Tieren natürlich und plausibel wirken. Bei Forward Kinematik (FK) arbeitet sich der Mediengestalter die Skeletthierarchie hinunter, d. h. bewegt zuerst die oberen Stufen der Hierarchie und passt dann die unteren Stufen an. Beispielsweise wird zunächst der Oberarm bewegt, dann den Unterarm, dann die Hand und schließlich die Finger. Umgekehrt passiert die Bewegung von Inverse

Kinematik (IK). Der Mediengestalter muss die FK und IK in der 3D-Software beherrschen und auch noch die Entwicklung der Softwaretechnologie aktualisieren. Das dritte Animationsverfahren im Computer ist die Animation der virtuellen Kamera, die Mauern und Objekte durchdringen und potenziell unendliche Dimensionen der Räume durchmessen kann (vgl. Flückiger 2008).

e. Rendern: Am Ende des ganzen Prozesses der digitalen 3D-Filmherstellung führt das Render-Verfahren alle Informationen aus der Objekt- und Szenengeometrie, den Shadern und der Beleuchtung zusammen. Der Mediengestalter berechnet das 3D-Bild aus einer bestimmten Kameraposition unter Berücksichtigung sämtlicher oben beschriebener Parameter. In den meisten Fällen rendert er jedoch zumeist in fotorealistischer und optimaler Qualität und verlässt erst im weiteren Schritt „Compositing“. Es gibt verschiedene Render-Verfahren wie Lokale und globale Beleuchtungsmodelle, Raytracing, Photon Mapping, Radiosity, Hybride Verfahren und Multipass-Rendering (vgl. Flückiger 2008).

ARBEITSPHASE: POSTPRODUKTION

In der Phase Postproduktion wird der Film bearbeitet und nachbearbeitet. Dazu gehört bei vielen Filmen auch die Verwendung von Spezialeffekten. Außerdem wird der Film zusammengeschnitten und der Ton in den Film eingefügt. Falls der Film in anderen Ländern gezeigt wird, erfolgt die Synchronisation bzw. die Erstellung von Untertiteln in der jeweiligen Landessprache. Die Arbeitsschritte sind in der Postproduktion zumeist digital. Die Arbeitsprozesse unterscheiden sich zum Teil erheblich, je nachdem, auf welchem Filmmaterial (von der Kamera oder von der 3D-Software) hergestellt wurde, wie groß der Anteil von computergenerierten Effekten und Bildern ist. Das analoge Filmmaterial muss auf einem Filmscanner digitalisiert werden. Die Daten werden zusammen mit den schon digital aufgenommenen Original-Tondaten auf Festplatten geladen, um dort mit einem digitalen System geschnitten zu werden. Falls das Filmmaterial mit digitaler Kamera gedreht wird, gibt es keine Arbeitsschritte des Scannens. Danach erfolgt die Farbkorrektur.

Besondere Arbeitsanforderungen bei der digitalen Nachbearbeitung der Bilder im Computer

a. Filmschnitt und -mischung

Compositing bezeichnet die Zusammenfügung des gesamten Materials (Computergeneriertes- und reales Material), d.h. das Zusammenfügen verschiedener Bildelemente zu einem Ganzen, z. B. Keying (Entfernen) des Green Screens im Bild, 2D/3D Tracking des Videomaterials (Analyse und Übertragung der Bewegungsdaten einer realen Kamera auf digital erstellte 3D-Elemente) sowie Einfügen digitaler Hintergründe oder realer Elemente, die im ursprünglichen Material nicht enthalten sind (z. B. Sky Replacement bei Aufnahmen, in denen der Himmel auf Grund des hohen Kontrasts weiß

überstrahlt). (vgl. <http://www.trilight-visions.de/leistungen/musikvideo-produktion-ablauf.html>).

Ein Mediengestalter kann die verschiedene Bild- und Filmelemente sammeln, oder die Bewegungsdaten einer gedrehten Kamera auf digital erstellte 3D-Elemente übertragen. Er nutzt die digitale Bildbearbeitung wie Bildschnitt, Bildmischen, Bild- und Filmtechnik, um die Figuren und digitalen Hintergründe einzufügen:

- analoge optische Verfahren wie die Kombination mehrerer unabhängig voneinander aufgenommener Bilder auf der optischen Bank
- Wandermasken (travelling mattes), die auf der Basis von Blue- oder Greenscreen-Aufnahmen hergestellt werden und die Kombination von bewegten Vordergrund- mit Hintergrundbildern erlauben
- digitale Verfahren der Bilderzeugung, so genannte computergenerierte Bilder (computer generated imagery, kurz CGI)
- digitale Verfahren der Bildbearbeitung wie Compositing, die Verknüpfung von mehreren Bildteilen zu einem Ganzen, und Image Processing, die Veränderung von Bildern mittels Filtern oder komplexeren Programmen.

(vgl. Flückiger 2008)

Um diese Ziele zu erreichen muss der Mediengestalter die Computergrafiksoftware im Filmstudio mit Blue- oder Greenscreen verwenden.

b. Effekte und Techniken hinzufügen

Ohne Nachbearbeitung und ohne visuelle Spezialeffekte erscheinen Filme häufig langweilig, erzeugen wenig Spannung und können reale Darstellungen (Erscheinungsformen im Makrobereich) nicht tiefer (z. B. Animation von Mikroprozessen) verdeutlichen. Aber gerade bei Filmen zu Produktinformationen durch Unternehmen an ihre Kunden, für solide Werbungen, auch für Filme mit einem gesellschaftlichen Interesse zur öffentlichen Aufklärung (z. B. zur gesunden Ernährung) oder in Märchenfilmen ist diese Zusammenführung von Realität und virtuellen Ergänzungen besonders vorteilhaft für die Veranschaulichung der Inhalte (erweiterte oder aufgewertete Realität oder „augmented reality“). Hier liegen neue Potenziale in der softwaregestützten Filmproduktion. In der Postproduktion nimmt der Mediengestalter all die Schritte vor, die zur Nachbearbeitung eines Films erforderlich sind. Dazu gehört bei vielen Filmen auch das Hinzufügen von visuellen Effekten. In dieser Anforderung ist die Arbeitstätigkeit des Mediengestalters sehr umfangreich und variabel.

Die Postproduktion unterscheidet sich in ihrem Verlauf und Umfang zum Teil erheblich, je nachdem, auf welchem Material gedreht wurde, wie groß der Anteil von computergenerierten Effekten und Bildern ist und welches Endprodukt herzustellen ist. Bei der digitalen Nachbearbeitung der Bilder im Computer unterteilt das klassische Ordnungssystem der visuellen Effekte die Verfahren anhand ihrer zeitlichen Organisation in die Bereiche vor der Kamera und in der Kamera. Man sollte die Kamera bei der

Computeranimation und die reale Kamera unterscheiden. Hier hebt man die Kameratechnik von 3D-Software in der Phase „Postproduktion“ hervor. Die professionelle Handhabung der realen Kamera könnte der Mediengestalter nicht bewältigen. Dies ist, wie bereits erwähnt, abhängig von der Komplexität des Filmprojektes und besonders auch von der Arbeitsteilung zur Filmgestaltung, aber er muss die Fähigkeit der Bearbeitung des Filmmaterials im Computer beherrschen. In vielen Fällen kann man „gedachte“ Szenen im Drehbuch in der Realität nicht „eins zu eins“ durchführen, z. B. die Außen- und Innenarchitektur eines fiktionalen Märchenschlosses. Der Mediengestalter muss am Computer die Figur und die Architektur modellieren sowie die visuelle Kamera zur Beobachtung dieses Modellbaus verwenden und regulieren. Dies erfordert die Anwendung der virtuellen computergesteuerten Kamera. Diese allgemeinen Anforderungen sollen im Folgenden durch die Veranschaulichung der Vielzahl der einzusetzenden Werkzeuge und Methoden vertieft werden.

Visuelle Effekte vor der Kamera:

- „Physical Effects, bestehend aus: mechanischen Effekten wie hydraulische Plattformen, spezielle Fahrzeuge oder präparierte Bühnenteile, pyrotechnischen Effekten wie Feuer und Explosionen, Wettereffekten wie Nebel, Schnee, Regen.
- Matte Paintings, die gemalt wurden, ins Filmbild einkopierte Hintergrundbilder und Rücksetzer, ebenfalls gemalte Hintergründe, die im Studio aufgestellt werden.
- Spiegeltricks, mit denen über einen partiell durchlässigen Spiegel Teile des Sets oder Objekte eingeblendet werden.
- Glasvorsatz, der wie mattes Painting ebenfalls gemalte Bildteile enthält, wird allerdings vor den agierenden Schauspielern und vorhandenen Set- oder Landschaftsteilen platziert.
- Filter, Masken, Vignetten vor dem Objektiv.
- Rück- und Frontprojektion.
- maskenbildnerische Transformationen des menschlichen Gesichts und Körpers, zum Beispiel mittels Prothesen oder anderen Applikationen.
- Lichteffekte wie Blitze oder Feuer.
- Kabeltechnik, bei welcher die Schauspieler von Drahtseilen unterstützt und gesichert werden, um übermenschliche Sprünge oder Drehungen auszuführen.
- Einfache und elektronisch gesteuerte Puppen (animatronics).
- Bluescreen/Greenscreen und andere Matting-Verfahren, bei denen die Schauspieler vor monochromen Hintergründen aufgenommen werden, die man später optisch oder digital ersetzt.“

(vgl. Flückiger 2008)

Visuelle Effekte in der Kamera:

- Mehrfachbelichtungen, Über- und Unterbelichtungen.
- Zeitmanipulationen wie Zeitlupe oder Zeitraffer.

- Motion Control, eine computergesteuerte Kamera, die bildgenau sämtliche Bewegungen und andere Parameter, wie zum Beispiel Blende und Belichtungszeit, aufzeichnet und damit mehrere Durchgänge beim Drehen erlaubt.

(vgl. Flückiger 2008)

c. Farbkorrektur: Diese Technik betrifft die Ästhetik oder auch die visuelle Wahrnehmung des Films. Es geht um die Angleichung unterschiedlicher Helligkeits- oder Farbwerte, die Veränderung der Gesamtfarben zur Verstärkung der visuellen Ästhetik oder der emotionalen Grundstimmung des Films. Optimiert wird die Verstärkung oder Reduzierung einzelner Farbtöne, um den Look auf ein bestimmtes Farbschema zu reduzieren oder Farbsymboliken gesondert hervorzuheben.

(vgl. <http://www.trilight-visions.de/leistungen/werbefilm-produktion-ablauf.html>)

Wenn man Farbkorrektur erwähnt, spricht man von den technischen Aspekten der Farbe eines Films oder Videos. Der Begriff "Weißabgleich" bedeutet, dass der Teil eines Bildes, der eigentlich weiß sein soll, entsprechend der Hauptlichtquelle eingestellt wird, sei es künstliches Licht oder natürliches Sonnenlicht etc. Wenn es nicht korrekt ist, kann es nachträglich korrigiert werden.

(vgl. <http://daveperry.net/what-is-color-grading-and-why-is-it-important/>; übersetzt vom Verfasser)

Bei Filmaufnahmen entspricht die Farbwiedergabe des Produkts häufig nicht den Vorstellungen des Kameramanns. Bei der Kamertechnik und durch einen manuellen Weißabgleich oder Verwendung von geeigneten Farbfiltern kann es trotzdem zu Widersprüchen beim Ergebnis führen. Wegen der besonderen Lichtverhältnisse und des unzureichend angepassten Filmmaterials muss die Farbkorrektur durchgeführt werden. Diese richtet sich nach ästhetischen Gesichtspunkten und Aspekten der menschlichen Wahrnehmung. Ein Ziel der Farbkorrektur ist ein ausgewogenes Verhältnis der zu erreichenden Farbstimmung.

Besondere Arbeitsanforderungen bei der Bearbeitung des Geräusches und der Musik

Ein Film besteht im Grunde immer aus zwei Teilen – den Bildern und dem Ton. Der Klang und der Soundtrack machen die Videos und Filme erst vollständig. Die Tonspur ist extrem wichtig für jeden Film. Wenn der Film über keinen Ton verfügt, kann man die Hintergrundmusik einfügen, um das Ambiente interessanter zu gestalten. Im Film gibt es nicht nur Bewegungsbilder zu sehen, sondern auch Dialoge, Geräusche und Musik zu hören. Tongestaltung und -bearbeitung sind bei der Filmproduktion unverzichtbare Aufgaben. Sie umfassen die Aufnahme und Bearbeitung in allen Aspekten des Hörens wie Dialoge, Geräusche, Musik, Soundeffekte und Effektgeräusche.

Der Ton des Filmes erfüllt folgende Aufgaben:

- zu einer realistischen Wahrnehmung beitragen,

- die Realität des Films verstärken oder überspitzen,
- die Gefühlsebenen der Zuschauer ansprechen,
- eine Handlung unterstützen.

Aus diesen Gründen ist die Tonebene und folglich eine hervorragende Tongestaltung von großer Bedeutung. Tongestaltung wird von dramaturgischen Anforderungen bestimmt und soll die Bildwirkung unterstützen (vgl. <https://www.kgmediafactory.com/glossar/sound-design-2/>).

Tonbearbeitung ist ein umfangreiches Gebiet des Klangs und gehört zur Aufgabe des Tonmeisters. Der Mediengestalter für Digitalfilmherstellung hat keine tiefen Kenntnisse in der Tonbearbeitung. Es kommt jedoch vor, dass der Mediengestalter für Digitalfilme die einfachere Aufgabe hat, die schon bearbeiteten Klangelemente, wie Dialog, Geräusche, Atmosphäre, Musik und Soundeffekte, in den digitalen Film einzusetzen.

- **Tonschnitt:** der Tonschnitt arbeitet zum einen mit den Tonaufnahmen von den Dreharbeiten, andererseits mit zusätzlichen Tönen wie Naturgeräuschen, die nicht vor Ort aufgenommen wurden oder künstlich erzeugten Klängen. Der Musikschnitt ist eine eigene Abteilung.
(vgl. <http://www.jungefilmszene.de/filmemachen/praxis.php?id=217&k=13>)
- **Tonnachbearbeitung:** Die verschiedenen Komponenten (originaler Ton, Effekte, Musik, Geräusche) werden auf verschiedenen Spuren aufgenommen und gegeneinander abgemischt. Zunächst werden die Bilder und der originale Ton geschnitten. Dabei wird der originale Ton einheitlich eingeppegelt. Danach sollte ein Mischplan erstellt werden, in dem dargestellt wird, welche zusätzliche Musik, notwendige Geräusche oder besondere Atmosphären für die jeweiligen Szenen benötigt werden und wie die Übergänge aussehen sollen.
(vgl. <http://www.jungefilmszene.de/filmemachen/praxis.php?id=216&k=13>)

ARBEITSPHASE: FILMVERWERTUNG

Bei der Filmverwertung geht um die Veräußerung der Nutzungsrechte des Films, wobei zu beachten ist, dass ein Film in den häufigsten Fällen mehrere Absatzwege durchläuft. Nachdem die Filme final abgenommen sind, wird eine Lösung zur optimalen Distribution gesucht. Man nutzt die Werbefilme in sozialen Netzwerken. Filmhersteller helfen den Kunden bei der optimalen Verbreitung der produzierten Filme: auf der eigenen Internetpräsenz, in sozialen Medien, im Kino oder TV. Die typische Verwertungskette besteht aus Kinopraesentation, Verleih und Verkauf auf DVD oder Blue-Ray, Pay-TV-Ausstrahlung und Free-TV-Ausstrahlung. Heutzutage erscheinen Filme zudem vermehrt auf kostenpflichtigen Onlineportalen.

(vgl. <http://filmlexikon.uni-kiel.de/index.php?action=lexikon&tag=det&id=9452>)

Filmhersteller stellen den Film der Kunden für deren Zielgruppen zur Verfügung. Es gibt zwei Möglichkeiten der Distribution von Filmprodukten: ohne das Internet und durch das Internet.

Distribution der Filmprodukte ohne das Internet

Kunden können verschiedene Distributionsformen ohne das Internet zum Zweck des Marketings nutzen, um ihre Produkte wie auch ihre Dienstleistungen zu ihren Zielgruppen zu bringen. Heutzutage werden Filme meist online angesehen. Jedoch passieren einige wenige Fälle, bei denen der Film offline ist. Folgende Verwertungen des Films zählen zur Offline-Distribution des Videos und erfüllen die klassischen Kanäle im Handel und Außendienst:

- Film auf einem Terminal in einem Firmengebäude.
- Film bei einem Zwischenhändler der Produkte.
- Film auf einer Messe.
- Film auf der großen Leinwand als Kinowerbung.

(vgl. <https://www.aspekteins.com/distribution-zeigen-sie-ihren-kunden-ihren-film/>)

Distribution der Filmprodukte in der digitalen Welt im Internet

Der Digitalfilm existiert in der virtuellen Welt als Online anzuschauer Video-Clip zu jeder Zeit, von jedem Ort der Welt und das auch parallel von einer nahezu unbegrenzten Anzahl von Zuschauern. Der Film der Kunden ist nicht der einzige Film, sondern einer von Millionen von Filmen, die online abgerufen werden können. Man soll die relevanten Zuschauer identifizieren und den Film dort platzieren, wo er sein geplantes Ziel erreicht.

YouTube und Google sind zwei der größten Suchmaschinen der Welt. Sie bieten die Möglichkeit einer Abstufung der gewünschten Zielgruppe, die das Video der Kunden zu sehen bekommen wird. Kunden können auswählen nach:

- Geographischer Lage, zum Beispiel eine bestimmte Region.
- Alter der gewünschten Zuschauer
- Vorlieben der Zuschauer – welchen Film schauen sich die Zielgruppen der Kunden an?

Dieses Vorgehen wird als Pre-Roll-Werbung (Pre-Rolls Ads) bezeichnet. Es sind klassische Werbespots, die exklusiv vor dem Ausstrahlen des Videos gezeigt werden und eine hohe Aufmerksamkeit der Zuschauer erzielen sollen. Auf YouTube gibt es zwei verschiedene Arten von Pre-Roll-Werbung: Zuschauer können die Werbung nach einigen Sekunden überspringen oder müssen sich die Werbung bis zum Ende anschauen. Mit den unterschiedlichen Kampagnenarten auf YouTube (Pre-Roll, Mid-Roll, Post-Roll) orientieren sich die Kunden genau an ihrer Zielgruppe.

(vgl. <https://www.aspekteins.com/distribution-zeigen-sie-ihren-kunden-ihren-film/>)

Bemerkung des Verfassers zur Literatursituation in Vietnam:

1. Es gibt viele Fachbücher aus der internationalen Literatur, die in die vietnamesische Sprache übersetzt wurden. Eigene Literaturen vietnamesischer Autoren gibt es bisher nur wenig.
2. Auch Literatur zur Beschreibung von Prozessketten zur Herstellung von Medienprodukten gibt es nicht.
3. Literatur zur Fachdidaktik für Berufe der Mediengestaltung gibt es bisher nicht.
4. Mit den Primäranalysen bei insgesamt 110 Unternehmen wurde erkannt, dass die Unternehmen versuchen einzelne Abläufe, die ihnen wichtig erscheinen zu dokumentieren. Beschreibungen zur gesamten Prozesskette wurden nicht gefunden. Auch liegen keine Verallgemeinerungen vor.

3.3. Einbeziehung der Mediengestalter in die Arbeitsprozesse - eine Zusammenfassung der Primäranalysen

3.3.1 Untersuchung von 30 Unternehmen für Printmedien in Vietnam

	Phasen Unternehmen	Kooperation	Bestimmung des Projekts		Planung	Analyse der Kundenvorgabe			Entwicklung des Konzeptes			Präsentation	Bearbeitung	Bewertung
		Erfassung des Kundenauftrags	Spezifizierung des Projektes – Kommunikation zwischen Kunden und Zielgruppe	Abfassung des Projektes		Bestimmung der Hauptaspekte	Struktur des Inhalts	Kreativ-Briefings	Konzept	Visualisierung	Formalisierung		Bearbeitung nach Rückkopplung des Kunden	Analyse des Ergebnisses
1	SAO KIM	X				X		X	X	X	X		X	
2	UPLEVO	X	X			X	X		X	X	X			X
3	INANAZ	X	X			X	X			X	X		X	
4	ANGITO	X	X			X		X	X		X	X	X	X
5	DGS – DO HOA SO	X				X				X	X		X	
6	ISTAR	X		X				X	X		X	X	X	
7	ERATO	X						X	X	X	X	X	X	
8	BRANDS Vietnam	X				X	X		X	X	X		X	
9	VIAM DESIGN	X	X			X				X	X	X	X	
10	DMA STUDIO	X	X			X	X			X	X			
11	VINH THINH	X	X			X			X	X	X			
12	BRACO	X	X	X	X	X				X	X		X	
13	THIETKELOGOPRO	X				X	X		X	X	X		X	
14	BLUESKY	X				X	X			X	X			
15	LOGOAZ	X	X				X			X	X		X	

	Phasen Unternehmen	Kooperation	Bestimmung des Projekts		Planung	Analyse der Kundenvorgabe			Entwicklung des Konzeptes			Präsentation	Bearbeitung	Bewertung
		Erfassung des Kundenauftrags	Spezifizierung des Projektes – Kommunikation zwischen Kunden und Zielgruppe	Abfassung des Projektes		Bestimmung der Hauptaspekte	Struktur des Inhalts	Kreativ-Briefings	Konzept	Visualisierung	Formalisierung		Bearbeitung nach Rückkopplung des Kunden	Analyse des Ergebnisses
16	KHAI NGUYEN	X	X			X		X	X	X	X		X	
17	BIGSOUTHBRAND	X	X				X	X	X	X	X		X	
18	ADINA	X				X		X	X	X	X	X	X	X
19	LAVIN	X				X				X	X		X	X
20	THEGIOIDHOA	X				X		X		X	X		X	
21	DAC HOA AN	X						X			X		X	
22	HONGTHIENAM	X	X					X		X	X	X	X	
23	THANHS	X	X		X			X	X		X			
24	SINHVU	X			X	X				X	X		X	
25	HANI COSMETIC	X						X	X	X	X		X	
26	FRESHBRAND	X	X			X	X		X	X	X		X	
27	CHUYENTHIETKE	X								X	X		X	
28	ALONA	X	X		X					X	X			
29	OHHADESIGN	X						X	X	X	X		X	
30	VISLOGO	X	X					X		X	X	X		
% von 30 Unt.		100%	50%	6,7%	13,3%	60%	30%	46,7%	50%	86,7%	100%	23,3%	76,7%	13,3%

Tabelle 1. Reale Arbeiten von Unternehmen für Printmedien

Die Ergebnisse der Primäranalyse soll im Folgenden entlang der Phasen des Arbeitsprozesses ausgewertet werden. Dabei fließen bei der Bewertung der Ergebnisse und deren Verallgemeinerung für Vietnam auch Erfahrungen des Verfassers mit ein.

Arbeitsphase Kooperation

Erfassung des Kundenauftrages: 100% der genannten Medienunternehmen geben an, dass die Analyse des Kundenauftrages immanenter Bestandteil einer Projektbearbeitung ist. Dieses Ergebnis war vorhersehbar, weil alle Medienunternehmen vor der Gestaltung für die Kunden unbedingt die Anforderung des Kunden ernst nehmen müssen. Ohne diese Kundenorientierung, zu Beginn einer Auftragsbearbeitung, könnten sie nicht existieren und sich nicht weiterentwickeln.

Arbeitsphase Bestimmung des Projekts

Spezifizierung des Projektes - Kommunikation zwischen Kunden und Zielgruppe: 50%

Obwohl sich alle Medienunternehmen auf den Kundenauftrag konzentrieren, berücksichtigt nur die Hälfte von ihnen die Nachfrage der Zielgruppen und die Kommunikationslösung zwischen den Kunden und den Zielgruppen. Die übrigen Unternehmen könnten möglicherweise den bedeutenden Aspekt der Marktforschung, unter Beachtung der Anforderungen der Zielgruppen, nicht erkennen. Ebenso könnten sie nicht genügend wirtschaftliche Kraft haben um die Ansprüche der Zielgruppen zu untersuchen und sind somit von den Vorgaben der Kunden abhängig.

Abfassung des Projektes: 6,7%

Nur eine sehr geringe Zahl der Medienunternehmen legt Wert darauf das Projekt in Form eines schriftlichen Dokumentes ernsthaft d. h. strukturiert und verbindlich abzufassen. Basierend auf der schriftlichen Erfassung des Kundenauftrags oder auf der Spezifizierung des Projektes nehmen sie sofort die Gestaltung vor. Dies ist meist das Arbeitsverfahren von kleinen und/oder unerfahrenen Unternehmen.

Arbeitsphase Planung: 13,3%

Normalerweise arbeiten alle Unternehmen nach einem Zeitplan. Jedoch erwähnen nur 13,3% der Unternehmen die Anforderung an einem professionellen Zeitplan, bei dem die Beziehungen von allen Aspekten des Projektmanagements berücksichtigt werden. Das heißt, viele Unternehmen gehen sofort nach den mehr oder weniger gut erfassten Kundeninformationen, z.B. in Form von Notizen auf dem Notizbuch, an die Projektbearbeitung.

Arbeitsphase Analyse der Kundenvorgabe

Bestimmung der Hauptaspekte: 60%

Struktur des Inhalts: 30%

Kreativ-Briefings: 46,7%

Diese drei Statistiken zeigen, dass ungefähr die Hälfte der Unternehmen für Printmedien die Bedeutung einer tieferen Analyse der Kundenvorgabe nicht erkennt. Zwar legen mehr als die Hälfte der Unternehmen Wert auf die Auswahl der Hauptaspekte der Kundenvorgaben, aber weniger als ein Drittel berücksichtigen die Inhaltsstruktur zum Design. Nur 46,7% Unternehmen, die im Projekt das kreative Briefing entwickeln, zeigen ein professionelles Profil für die Printmediengestaltung. Das kreative Briefing ist sehr wichtig für die Gestaltungsorientierung. Alle Agenturen/Unternehmen müssten diese Anforderung durchführen. Nach den Erfahrungen des Verfassers gibt es in Vietnam meistens die Situation, dass viele Mediengestalter sofort nach der Sammlung der Information vom Kunden, also ohne kreatives Briefing, die Gestaltung vornehmen. Dies ist nicht effektiv.

Arbeitsphase Entwicklung des Konzeptes

Konzept: 50%

Visualisierung: 86,7%

Formalisierung: 100%

Diese Statistiken besagen, dass nur die Hälfte der Medienunternehmen ein Konzept zur Visualisierung der Ideen aufbauen. In fast allen Unternehmen werden die Ideen auf Papier erst vor der offiziellen Formalisierung visualisiert und skizziert. Typische Aufgabe des Mediengestalters ist es, die Gestaltungselemente des Medienprojektes vom Papier in den Computer zu übertragen.

Arbeitsphase Präsentation: 23,3%

Nur in 23,3% der untersuchten Unternehmen präsentiert die Arbeitsgruppe die Gestaltungsideen. Aus Sicht des Verfassers ist es in Vietnam noch weit verbreitet, dass die meisten Unternehmen ein schriftliches Dokument als Erklärung der Designideen an die Kunden senden oder sich mit den Kunden im Büro am Computer treffen, um zu diskutieren. Manchmal fordern einige neue oder schon bekannte Kunden keine Präsentation, da sie völlig an die Gestaltung des Mediengestalters glauben. Dieses „Vertrauen“ erscheint als eine Vereinfachung, ist aber nicht professionell und sehr riskant für die „unkomplizierten“ Kunden.

Arbeitsphase Bearbeitung

Bearbeitung nach Rückkopplung des Kunden: 76,7%

Nach dem Feedback der Kunden sollten Mediengestalter das Design überarbeiten. Die Kunden entscheiden sich für den Erfolg des Projektes und stimmen den Ergebnissen zu. Dies wird durch 76,7% der Medienunternehmen gezeigt. Wenige andere Firmen erwähnen diese Arbeitsanforderung nicht, weil sie und ihre Kunden ohne Feinabstimmung an das Design glauben.

Arbeitsphase Bewertung:

Analyse des Ergebnisses 13,3%

Nur bei 13,3% der analysierten Unternehmen wird das Ergebnis der Arbeit bewertet. Diese niedrige Anzahl macht auf ein allgemeines Problem bei den Printmedienunternehmen in Vietnam aufmerksam. Die Arbeitsgruppe sollte selbst analysieren, wie optimal der Prozess zur Gestaltung des Medienproduktes ist, was bei zukünftigen Projekten optimiert werden kann und inwieweit der Kunde mit dem Projekt zufrieden ist. Durch die Bewertung der Ergebnisse erwirbt das Designteam mehr Erfahrungen.

Zusammengefasst: Für die untersuchten Unternehmen in Vietnam ergibt sich ein differenziertes Bild. Viele Unternehmen beachten wichtige Anforderungen des idealtypischen Arbeitsprozesses im Handlungsfeld Printmediengestaltung gar nicht, unterschätzen diese oder haben zu wenig Erfahrungen bei deren Realisierung im Arbeitsprozess. Allgemeingültig anerkannte Prinzipien zur Realisierung einer optimalen Prozessgestaltung durch eine ergebnisorientierte Kommunikation in Kundenketten sind bisher kaum verbreitet.

3.3.2. Untersuchung von 50 Unternehmen für Webdesign in Vietnam

	Phase Unternehmen	Kooperation	Planung des Projektes		Design-Phase	Präsentation	Programmierung	Launch-Phase	Post-Launch-Phase	
		Erfassung des Kundenauftrages	Analyse der Kundenvorgabe	Flussdiagramm / Flowchart	Datenbank und Technologie	Gestaltung der Web-Struktur		Dokumentation und Programmierung	Webseite im Betrieb probieren	Schulung für Kunden
1	VIETSOLUTION	X			X		X	X	X	X
2	NON Vietnam	X	X	X		X	X	X	X	X
3	TRUST.vn	X				X	X	X		X
4	VNT Tech	X	X		X	X	X	X	X	X
5	MAX Design	X	X	X	X		X	X	X	X
6	WEB ANZ	X	X		X	X	X	X	X	X
7	BLUEWAY	X	X			X	X	X	X	X
8	HPRO DIGITAL	X			X	X	X	X	X	
9	SEOTOT	X	X	X	X	X	X	X		X
10	NHATDESIGN	X				X	X	X		X
11	ADC	X			X	X	X	X	X	X
12	WEBICO	X	X			X	X	X		X
13	WORDPRESS	X	X	X		X	X	X	X	X
14	PHONG KIM	X	X	X		X	X	X		
15	GIAO DIEN DEP	X				X	X	X	X	X
16	WEBSO	X	X	X	X	X	X	X	X	X
17	THUONGHIEUTRE	X				X	X	X		

	Phase Unternehmen	Kooperation	Planung des Projektes			Design-Phase	Präsentation	Programmierung	Launch-Phase	Post-Launch-Phase	
		Erfassung des Kundenauftrages	Analyse der Kundenvorgabe	Flussdiagramm / Flowchart	Datenbank und Technologie	Gestaltung der Web-Struktur		Dokumentation und Programmierung	Webseite im Betrieb probieren	Schulung für Kunden	Wartung und Update
18	MEGAWYN	X			X	X		X	X	X	X
19	SKYWEB	X	X	X	X	X		X			
20	HUHO	X	X			X		X	X	X	X
21	BIZMAC	X	X		X	X		X	X	X	X
22	V&V	X	X	X	X	X		X	X	X	X
23	ESUN	X	X		X	X		X		X	X
24	DIGISKY	X				X		X	X	X	X
25	VIPCOM	X	X		X	X		X	X		
26	SVN	X	X			X		X	X		X
27	MEDIA JSC	X			X	X		X	X	X	X
28	TRI VIET	X	X	X		X		X	X	X	X
29	SAIGONPIXEL	X				X		X	X	X	X
30	TAO DO	X			X	X		X	X	X	X
31	TIENICH	X	X			X		X	X	X	X
32	V&A	X			X	X		X	X	X	X
33	WEBCHUYENNGH IEP.INFO	X				X		X	X		
34	SEO-LAT	X				X		X	X	X	X
35	CANH CAM	X	X	X		X		X			

	Phase Unternehmen	Kooperation	Planung des Projektes			Design-Phase	Präsentation	Programmierung	Launch-Phase	Post-Launch-Phase	
		Erfassung des Kundenauftrages	Analyse der Kundenvorgabe	Flussdiagramm / Flowchart	Datenbank und Technologie	Gestaltung der Web-Struktur		Dokumentation und Programmierung	Webseite im Betrieb probieren	Schulung für Kunden	Wartung und Update
36	WEBGIARE	X	X	X		X		X	X		X
37	NGOISAOSO	X	X			X		X	X		X
38	CUU LONG	X				X		X		X	X
39	VICO GLOBAL	X				X		X	X		X
40	KETNOIVIET	X			X	X		X	X	X	X
41	HIGHLAND	X				X		X	X	X	X
42	THUONGHIEU24H	X	X	X		X		X	X	X	X
43	DIEM NHAN	X				X		X	X		X
44	VIETWAVE	X			X	X		X	X	X	X
45	SKY OSS	X	X	X	X	X		X	X	X	X
46	CMAY	X	X			X		X	X	X	X
47	OTIT	X		X		X		X	X		X
48	HOANG KHOA	X				X		X	X	X	
49	SOKA MEDIA	X	X			X		X	X		X
50	TAMNGUYEN	X	X			X		X	X	X	X
% von 50 Unt.		100%	54%	28%	40%	100%	6%	100%	92%	66%	84%

Tabelle 2. Reale Arbeiten von Unternehmen für Webdesign

Die Ergebnisse der Primäranalysen für das Handlungsfeld Webgestaltung soll im Folgenden entlang der Phasen des Arbeitsprozesses ausgewertet werden. Auch hierzu kann der Verfasser, bei der Bewertung der Ergebnisse und deren Verallgemeinerung für Vietnam, langjährige Praxiserfahrungen nutzen.

Arbeitsphase Kooperation

Erfassung des Kundenauftrages: 100%

Das 100% der genannten Medienunternehmen den Kundenauftrag erfassen, zeigt, dass die Kundeninformationen wichtig und unverzichtbar für die Gestaltung der Webseiten sind.

Arbeitsphase Planung des Projekts

Analyse der Kundenvorgabe: 54%

Zu Beginn der Planung sollte die Kundenvorgabe analysiert werden. Dies wird von mehr als der Hälfte der untersuchten Unternehmen erkannt. In anderen Unternehmen nehmen Webdesigner sofort die Gestaltung vor, die nur auf groben und wenig strukturierten Kundeninformation basiert. Dies ist nicht ausreichend für den Erfolg des Projekts. Der Unterschätzung einer gut strukturierten Kundenanforderung und deren Analyse liegt wahrscheinlich die Auffassung zugrunde, dass man implizit die Analyse der Kundeninformationen und die Webgestaltung gleichzeitig durchführen kann.

Erstellung des Flussdiagramms/Flowcharts (Webarchitektur): 28%

Nur 28% Medienunternehmen betonen die Bedeutung des Flussdiagramms. Dies zeigt, dass die Mehrheit von Unternehmen die Sichtweise auf die gesamte Prozesskette zur Projektbearbeitung unterschätzt und nicht professionell arbeitet. Ohne die strukturelle Anordnung verschiedener Seiten und ohne Beachtung des ganzheitlichen Prozessverlaufes sowie der Zusammenhänge zwischen den Seiten, werden die Webseiten einseitig und erfassen nicht die Gesamtlogik des Auftraggebers. Es könnte sein, dass einige Webunternehmen den Schritt „Erstellung des Flussdiagramms“ im Laufe der Zeit mit eigenen Erfahrungen unterstützen. Dies ist allerdings keine optimale volkswirtschaftliche Lösung. Nach Auffassung des Verfassers ist die gesellschaftliche Unterstützung für die Entwicklung von mehr Professionalität durch qualifiziertes Personal erforderlich.

Auswahl der Datenbank und Technologie: 40%

Nur 40% der Unternehmen sind der Auffassung, dass sich die ausführliche Vorbereitung der Datenbank und Technik unmittelbar auf den Erfolg der weiteren Arbeitsphasen auswirkt. Diese Unternehmen unterschätzen, dass sich die Datenbanken, Techniken und Arbeitsmittel im Laufe der Projektbearbeitung verändern und prozessbegleitend optimiert und spezifiziert werden müssen. Dies führt zu einem unerwarteten Zeit- und Ausstattungsaufwand.

Arbeitsphase Gestaltung der Webstruktur – Die Design-Phase: 100%

Die Gestaltung der Webseite ist die unverzichtbare Hauptarbeit. 100% der Unternehmen führen diese Arbeitsanforderung durch.

Arbeitsphase Präsentation: 6%

Nur 6% der Webunternehmen präsentieren den Kunden die Gestaltungsideen der Arbeitsgruppen um Rückkopplungen zu erhalten. Wie in den Printmedienunternehmen Vietnams ist auch in diesem Handlungsfeld die gegenwärtige Situation, dass die Mehrheit der Unternehmen ein schriftliches Dokument als Erklärung der Designideen an die Kunden senden oder dass sich die Kunden mit dem Mediengestalter am Computer im Büro treffen. Manchmal fordern Kunden keine Präsentation und sind von der Professionalität der Mediengestalter überzeugt, die aber gar nicht gewährleistet werden kann.

Arbeitsphase Programmierung: 100%

Die Programmierung und die dafür vorbereitete Dokumentation sind die wesentlichen Hauptarbeiten der Webentwicklung. 100% der Unternehmen führen demzufolge diese Arbeitsphase aus.

Arbeitsphase Erprobung der Webseite im Betrieb – Die Launch-Phase

Webseite im Betrieb probieren: 92%

Die große Mehrheit der Webunternehmen probiert die Webseite durch Hochladen auf den Webserver aus. Ein paar andere Unternehmen führen keinen vorzeitigen Upload durch, sondern lassen die Webseite erst durch den Kunden testen.

Die Post-Launch-Phase

Schulung der Kunden: 66%

Die meisten Webunternehmen haben die Bereitschaft und die Verantwortung, die Kunden auf die Verwaltung und Benutzung der Webseite vorzubereiten. Wenn die Kunden diese Leistung fordern, können andere Webagenturen die Kundens Schulungen übernehmen oder ein schriftliches Dokument zur Anweisung der Webseiten-Nutzung an die Kunden senden.

Wartung und Update: 84%

Dass 84% der Webunternehmen die Wartung und die Aktualisierung der Webseite durchführen, zeigt, dass fast alle Unternehmen die Verantwortung tragen, nach dem Abschluss des Projektes den Betrieb und die Funktion der Webseite weiter zu pflegen, zu korrigieren und evtl. auch zu begleiten.

Zusammengefasst: Fast alle untersuchten Unternehmen im Handlungsfeld Webdesign in Vietnam halten die Arbeitsphasen Gestaltung, Programmierung, Annahmetest und Schulung im Vergleich zum idealtypischen Arbeitsprozess recht gut ein. Die Ergebnisse machen aber auch Defizite deutlich:

- Die Untersuchung der Zielgruppe am Anfang des Projekts wird nicht oder zu wenig berücksichtigt und muss verstärkt werden.
- Die Bedeutung eines ganzheitlichen Flussdiagramms zur Optimierung des Arbeitsprozesses wird unterschätzt und häufig nicht verwendet.
- Eine professionelle Präsentation wird sehr wenig durchgeführt.

3.3.3. Untersuchung von 30 Unternehmen für Digitalfilmherstellung in Vietnam

	Phase	Kooperation		Projektentwicklung			Präsen- tation	Vorproduktion			Produktion - Filmmaking	Postproduktion		Filmver- wertung
		Kun- den- auftrag	Ziel- gruppe	Konzept	Dreh- buch	Szenen- buch		Dreh- plan	Organisation des Teams	Ausstat- tung		Filmmachen durch Dreharbeit und/oder im Computer	digitale Nachbearbeitung der Bilder im Computer	
	Unternehmen													
1	TRONG DONG	X	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X	
2	VIETSTARMAX	X	X	X	X	X			X	X	X	X	X	X
3	DOLEE 3D	X	X	X	X						X	X		
4	SOLUTION MEDIA	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X		
5	ORIENTDRAGON	X		X	X	X		X	X	X	X	X	X	X
6	RAINSTORMFILM	X	X	X	X	X		X		X	X	X	X	X
7	MAO	X		X	X	X	X		X	X	X	X	X	
8	UJET MEDIA	X	X	X	X			X	X	X	X	X	X	X
9	VSCCOM	X		X	X	X		X	X	X	X	X	X	X
10	LANTABEAND	X	X	X	X	X			X	X	X	X	X	
11	FLYPRO	X	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X	
12	AMMA MEDIA	X		X	X	X		X	X	X	X	X	X	
13	LUAVIET MEDIA	X		X	X	X		X		X	X	X	X	
14	GARDEN MEDIA	X	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X	
15	VIETLINK	X		X	X	X			X	X	X	X	X	X
16	VN SOLUTION	X			X	X				X	X	X	X	
17	REC VIETNAM	X			X	X		X	X	X	X	X	X	
18	T&G MEDIA	X	X	X	X	X			X	X	X	X	X	X
19	GREENWAY	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X

	Phase	Kooperation		Projektentwicklung			Präsen- tation	Vorproduktion			Produktion - Filmmaking	Postproduktion		Filmver- wertung
		Kun- den- auftrag	Ziel- gruppe	Konzept	Dreh- buch	Szenen- buch		Dreh- plan	Organisation des Teams	Ausstat- tung		Filmmachen durch Dreharbeit und/oder im Computer	digitale Nachbearbeitung der Bilder im Computer	
Unternehmen														
20	BIGSOUTH MEDIA	X		X	X	X			X	X	X	X	X	X
21	TRUNG SAM	X		X	X	X					X	X	X	
22	THANHLONG C&A	X		X	X	X					X	X	X	
23	DIEM NHAN	X			X	X			X	X	X	X	X	
24	BRASOL	X	X		X						X	X	X	X
25	YOURWEB	X	X		X				X	X	X	X	X	X
26	PRODUCER.VN	X			X	X		X		X	X	X		
27	TVCMEDIA	X		X	X	X		X	X	X	X	X	X	X
28	QUAYPHIMVIET	X	X	X	X	X			X	X	X	X	X	X
29	SACVIET	X		X	X	X			X	X	X	X	X	
30	DREAMTIME	X		X	X	X		X	X	X	X	X	X	
% von 30 Unt.		100%	46,7%	80%	100%	83,3%	16,7%	40%	73,3%	86,7%	100%	100%	90%	43,3%

Tabelle 3. Reale Arbeiten von Unternehmen für Digitalfilmherstellung

Die Ergebnisse der Primäranalysen für das Handlungsfeld Digitalfilmherstellung werden im Folgenden entlang der Phasen des Arbeitsprozesses ausgewertet. Der Verfasser kann bei der Bewertung der Ergebnisse und deren Verallgemeinerung für Vietnam langjährige Praxiserfahrungen nutzen.

Arbeitsphase Kooperation

Kundenauftrag 100%

Alle genannten Medienunternehmen untersuchen den Kundenauftrag. Diese Statistik kann vorhergesehen werden, weil alle Medienunternehmen vor der Gestaltung zwingend die Anforderungen der Kunden kennen müssen.

Zielgruppe 46,7%

Nur die Hälfte der Medienunternehmen berücksichtigen die Bedürfnisse der Zielgruppen ihres Kunden als potenzielle Käufer und Nutzer und verfolgen auf diese Weise eine Marketingstrategie. Das heißt im Umkehrschluss, dass die anderen Unternehmen keine Marktforschung betreiben oder sie von den Auftraggebern nur knappe Informationen erhalten.

Arbeitsphase Projektentwicklung

Konzept 80%

Fast alle Medienunternehmen führen ein Konzept vor dem Erstellen eines Drehbuchs durch. 20% der anderen Unternehmen sind möglicherweise der Auffassung, dass das Konzept in das Drehbuch integriert werden kann. Dies ist bei der Filmproduktion nicht professionell.

Drehbuch 100%

Vor der Filmaufnahme muss durch die Filmunternehmen immer ein Drehbuch erstellt werden. Das gilt als Grundprinzip der Filmherstellung.

Szenebuch 83,3%

Eine große Mehrheit der Medienunternehmen erstellt vor der Filmaufnahme ein Szenebuch/Storyboard. Eine geringe Zahl von ihnen hat die Auffassung, dass man ohne Bilder/Illustration das Drehbuch nutzen kann, um Dreharbeit und Film-Making im Computer vornehmen zu können.

Arbeitsphase Präsentation 16,7%

Nur 16,7% Unternehmen organisieren eine Präsentation des Filmes für die Kunden. In den meisten Fällen findet nur eine Begegnung zwischen Vertretern des Medienunternehmens und den Kunden statt, bei der das Filmteam die „Vorschau“ der Filmideen vorträgt und erläutert. Bei einer solchen „Vorschau“ legen die Vertreter des Medienunternehmens ein schriftliches Dokument der Filmideen vor.

Arbeitsphase Vorproduktion

Drehplan 40%

Nur 40% der Unternehmen erklären ihren konkreten Drehplan. Diese Unternehmen arbeiten professionell bei der Vorbereitung des Filmprojektes.

Organisation des Teams 73,3%

Dass fast drei Viertel der Medienunternehmen eine professionelle Arbeit im Team organisieren, zeigt, dass die Mehrheit der Unternehmen häufig große Projekte bearbeitet, an denen viele Mitglieder beteiligt sind.

Ausstattung 86,7%

Bei großer Mehrheit der Unternehmen wird Wert auf die Ausstattung der Arbeitsbedingungen, Kulissen, Kostüme, etc. gelegt. Deshalb korreliert die hohe Zahl von 86,7% logisch zur Organisation der Teamarbeit.

Arbeitsphase Produktion / Film-Making

Filmmachen 100%

Filmmachen ist die Hauptarbeit der Filmproduktion. Ohne Filmaufnahme existiert keine Filmherstellung.

Arbeitsphase Postproduktion

Digitale Nachbearbeitung der Bilder im Computer 100%

Alle Unternehmen müssen den Grobfilm bearbeiten. Ohne digitale Nachbearbeitung der Bilder erreicht die Filmproduktion keine Ziele im Bereich Marketing, Effekt und Ästhetik.

Bearbeitung des Geräusches und der Musik 90%

Fast alle Filmunternehmen übernehmen das Hinzufügen und die Bearbeitung des Tons. Einige andere Unternehmen besitzen keine Abteilung zur Tonverarbeitung und müssen mit externen Ton-Experten zusammenarbeiten.

Arbeitsphase Filmverwertung 43,3%

43,3% der Unternehmen übernehmen die Distribution der Filme nach Abschluss der Filmproduktion.

Zusammengefasst: Fast alle Unternehmen zur Filmherstellung in Vietnam beinhalten 4 Phasen des idealtypischen Arbeitsprozesses im Handlungsfeld Digitalfilmherstellung: Projektentwicklung, Vorproduktion, Filmmachen, Postproduktion.

Die Unternehmen zur Filmherstellung in Vietnam importierten und aktualisierten sehr schnell die moderne Informatiktechnologie und Technik aus den Entwicklungsländern. Fast alle auf der Welt arbeitenden Unternehmen arbeiten daher im Vergleich zum

Filmproduktionsprozess richtig. Die Zusammenarbeit zwischen den Unternehmen und den Kunden ist jedoch nicht befriedigend. Betrachtung findet hier insbesondere der Konzentrationsmangel an die Zielgruppen, die unzureichenden Präsentationen der Filmideen sowie deren Umsetzung vor Beginn der Produktion des Filmes.

Kapitel 4 Gegenwärtige Situation der beruflichen Ausbildung in Vietnam

4.1 Zur Gesamtsituation der Berufsausbildung in Vietnam als Bedingung für die Weiterentwicklung des Berufes „Mediengestalter Digital und Print“

4.1.1 Zum System der Berufsbildung in Vietnam

Das vietnamesische Berufsbildungssystem besteht aus zwei Hauptzweigen: dem Erwerb eines Berufes (Đạy Nghề, wörtliche Übersetzung ist „Berufslehre“) und die „Techniker“-Ausbildung (Trung Cấp Chuyên Nghiệp). Das Ziel der „Berufslehre“ (dieser Begriff wird im Folgenden als Synonym für Berufserwerb verwendet) ist die theoretische Ausbildung von „Facharbeitern“ (Wissensgrundlagen des Berufes) und die Vermittlung der praktischen Fähigkeiten und Fertigkeiten (Könnensgrundlagen). Die „Techniker“-Ausbildung zielt auf die theoretische Vertiefung zur Anwendung von Technologien ab, um Absolventen für betriebliche Funktionen eines Vorarbeiters oder Werkstattleiters zu qualifizieren. Früher wurde der Erwerb eines Facharbeiterberufes vom Ministerium für Arbeit, Invaliden und soziale Angelegenheiten geleitet, während die „Techniker“-Ausbildung vom Ministerium für Ausbildung und Training verwaltet wurde. Seit 2017 führt das Ministerium für Arbeit, Invaliden und soziale Angelegenheiten beide Hauptzweige.

Gemäß dem vietnamesischen Bildungsgesetz im Jahr 1998 besteht die Berufsausbildung aus der kurzzeitigen Berufsausbildung (weniger als 1 Jahr) und der langfristigen Berufsausbildung. Danach werden zwei Arten der kurz- und langfristigen Berufsausbildung auf drei Stufen des Berufserwerbs realisiert: **Grundstufe der Berufslehre** (an Ausbildungseinrichtungen und -zentren), **Mittelstufe der Berufslehre** (an Berufsschulen) und **Oberstufe der Berufslehre** (an Berufsschulen und Berufscollegen). Seit Inkrafttreten des Berufsbildungsgesetzes (31. Juli 2007) wurde auch das Politik-System zur Förderung der Berufsbildung vervollständigt und entwickelt, was einen wichtigen Wendepunkt in der Karriere-Entwicklung für die Arbeitskräfte darstellt (vgl. <http://ilssa.org.vn/vi/news/he-thong-day-nghe-o-viet-nam-va-phat-trien-nghe-nghiep-cho-nguoi-lao-dong-144>; übersetzt vom Verfasser).

- „Grundstufe der Berufslehre“: Bei der Grundstufe existieren verschiedene Kurzeitbildungsprogramme, die von drei Monaten bis einem Jahr dauern. Es besteht keine formale Eingangsvoraussetzung für diese Ausbildung. Sie wird mit dem Abschlusszertifikat der Grundstufe der Berufslehre abgeschlossen.
- Die „Mittelstufe der Berufslehre“ steht Absolventen der Sekundarstufe I und Sekundarstufe II offen. Sie dauert zwischen drei und vier Jahren für Inhaber des „Zeugnis der Mittelstufe der allgemeinen Bildung“ und zwischen ein und zwei Jahren für Inhaber des „Zeugnis der Oberstufe der allgemeinen Bildung und Erziehung“. Mit dem Abschluss erhalten Absolventen das „Zeugnis der Mittelstufe der Berufslehre“.

- Die „Oberstufe der Berufslehre“ ist die dritte und höchste Stufe der Ausbildung zum Facharbeiter. Zugangsvoraussetzung ist eine abgeschlossene Ausbildung auf der „Mittelstufe der Berufslehre“. Außerdem haben Inhaber des „Zeugnisses der Oberstufe der Allgemeinbildung und Erziehung“ Zugang zu dieser Ausbildung. Die Lernzeit der Oberstufe ist unterschiedlich, je nach Zugangsvoraussetzung und Beruf. Für Inhaber des Zeugnisses der Mittelstufe der Berufslehre dauert die Lernzeit zwischen ein und zwei Jahren. Für Inhaber des Zeugnisses der Oberstufe der allgemeinen Bildung und Erziehung dauert die Ausbildung zwischen zwei und drei Jahren. Mit dem Abschluss erhalten Absolventen das „Zeugnis der höheren Stufe der Berufslehre“.

(vgl. <https://www.bq-portal.de/db/Länder-und-Berufsprofile/vietnam>)

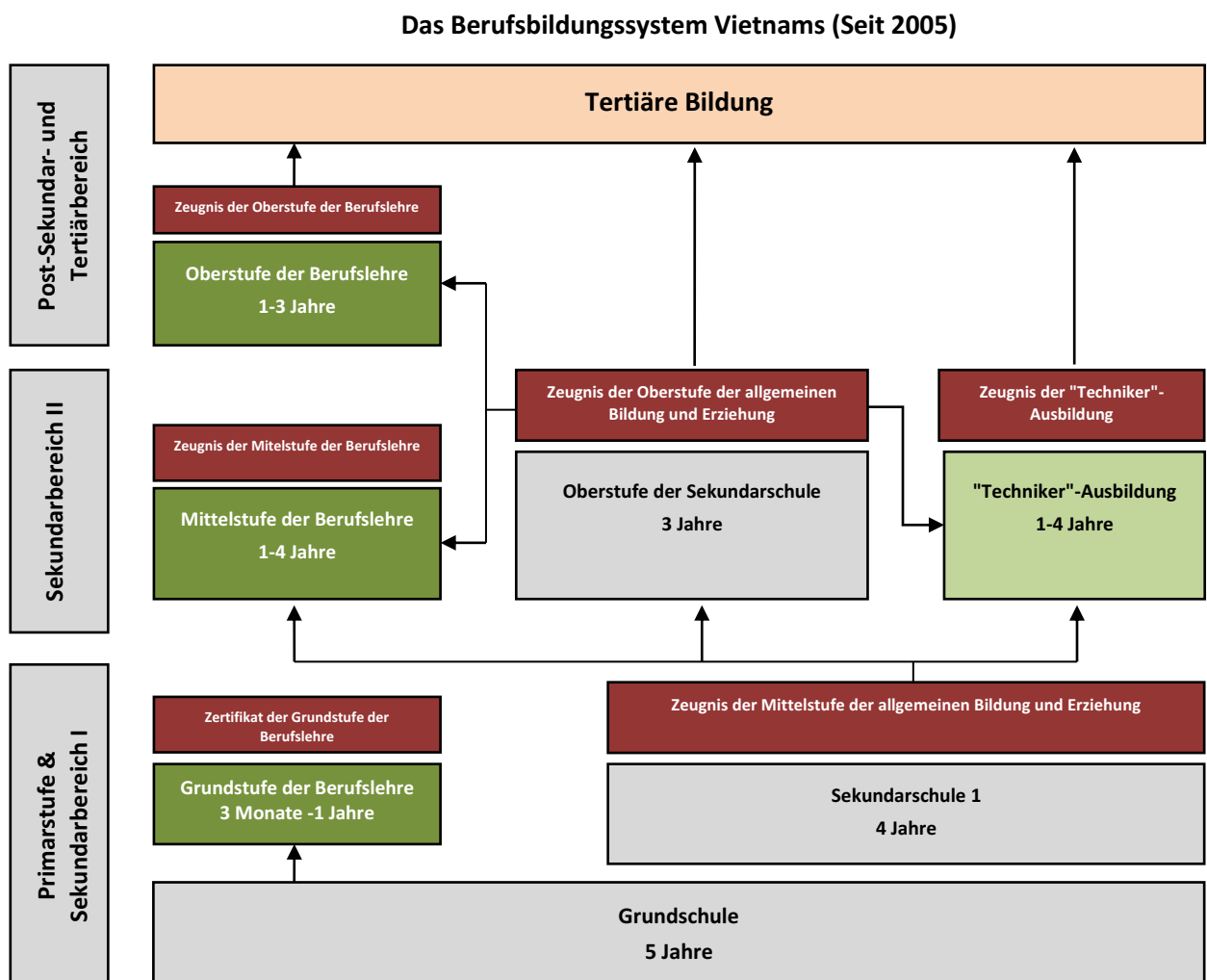


Abbildung 8. Das vietnamesische Berufsbildungssystem

(Quelle: Bundesministerium für Wirtschaft und Energie)

Die „Techniker“-Ausbildung steht Absolventen der Sekundarstufe I und Sekundarstufe II offen. Die Dauer dieser Ausbildung beträgt 3 bis 4 Jahre für Inhaber des „Zeugnisses der

Mittelstufe der Allgemeinbildung“ und ein bis zwei Jahre für Inhaber des „Zeugnisses der Oberstufe der allgemeinen Bildung und Erziehung“. Absolventen erhalten das Zeugnis der „Techniker“-Ausbildung. Mit diesem Abschluss ist es möglich, dass Absolventen an die Universität und die Fachhochschule übergehen, um weiter zu studieren (vgl. <https://www.bq-portal.de/db/Länder-und-Berufsprofile/vietnam>).

Das Ministerium für Ausbildung und Training ist zuständig für das Ausbildungssystem der Allgemeinbildung sowie für alle Universitäten, Colleges für Pädagogik, Sekundarschulen und die Grundschulen. Die Berufsausbildung, Berufsschulen, Colleges (nicht für Pädagogik) sowie die Entwicklung der Berufe werden vom Ministerium für Arbeit, Invaliden und soziale Angelegenheiten verwaltet. Am 9. November 2016 fand die Zeremonie statt, um die staatliche Verwaltungsfunktion für die berufliche Bildung der Colleges und professionellen Mittelstufe-Schulen (d. h., Mittelstufe-Schulen für „Techniker“-Ausbildung) vom Ministerium für Ausbildung und Training an das Ministerium für Arbeit, Invaliden und soziale Angelegenheiten zu übergeben. Ab dem 1. Januar 2017 leitete das Ministerium für Arbeit, Invaliden und soziale Angelegenheiten offiziell die Colleges und die Mittelstufe-Schulen für „Techniker“-Ausbildung, die bis 2016 vom Ministerium für Ausbildung und Training verwaltet wurden.

(vgl. <http://gdn.gov.vn/AIAdmin/News/View/tabid/66/newsid/6415/seo/Ban-giao-chuc-nang-quan-ly-nha-nuoc-ve-giao-duc-nghe-nghiep-doi-voi-cac-Truong-cao-dang-truong-trung-cap-chuyen-nghiep/Default.aspx>, übersetzt vom Verfasser)

In den letzten Jahren wurde das vietnamesische Berufsbildungssystem stark verändert und allmählich die Ausbildungsorientierung hin zur Angebotsnachfrage für die Volkswirtschaft verlagert. Die Zahl der Auszubildenden und Absolventen nimmt jährlich zu, um insbesondere den Bedürfnissen der beruflichen Entwicklung der Arbeitnehmer gerecht zu werden und dazu beizutragen, dass der Bedarf an Humanressourcen für technische Mitarbeiter erfüllt wird. Das Berufsbildungssystem ist jedoch mit vielen Schwierigkeiten und Herausforderungen konfrontiert, z. B. die geringe Anzahl an Schülern, die an der Berufsausbildung teilnehmen, obwohl die ausgebildeten Arbeitskräfte die Hauptarbeitskräfte im Industrialisierungs- und Modernisierungsprozess des Landes sind. Dem Berufsbildungssystem fehlt noch immer eine strategische Ausrichtung für die Karriereentwicklung der Arbeitnehmer, die in Politik und Institutionen weiter gestärkt werden sollte.

Dementsprechend werden Berufsbildungseinrichtungen nach landesweiter Planung, diversifizierten Eigentumsformen und Ausbildungsformen entwickelt. Die Zahl der Berufsbildungseinrichtungen allgemein und insbesondere der privaten Einrichtungen stieg rasch an. Im Jahr 2013 gab es 1339 Berufsbildungseinrichtungen, darunter 162 Berufscollegen/Oberstufe-Berufsschulen (12,1%), 302 Mittelstufe-Berufsschulen (22,6%) und 875 Berufsbildungszentren (65,4%). Im Allgemeinen verfügt jede Provinz über mindestens eine Berufsschule. Einige Distrikte verfügen über berufliche Mittelstufe-

Berufsschulen. Mit der Umsetzung der Entscheidung Nr. 1956/QĐ-TTg des Premierministers vom 27. November 2009, mit der das "Programm zur Berufsbildung für Landarbeiter bis 2020" genehmigt wird, wurde das Netzwerk der Berufsbildungszentren auf Distriktebene erweitert. Im Jahr 2013 gab es mehr als 430 Berufsbildungszentren auf Distriktebene, um den Bedarf an Berufsausbildungen für Landarbeiter zu decken.

Die Verteilung des Berufsbildungsnetzes ist jedoch noch unzureichend. Berufsschulen und -zentren konzentrieren sich hauptsächlich auf städtische Gebiete, konzentrierte Industriezonen und wichtige Wirtschaftsregionen. Inzwischen gibt es in ländlichen Gebieten ein paar wenige Berufsschulen und -zentren. Bisher verfügen mehr als 150 Distrikte über keine staatlichen Berufsbildungszentren. Das sind ungünstige Bedingungen, damit alle Menschen eine Berufsausbildung erhalten können und gleichzeitig ist es schwierig, Strategien für lebenslanges Lernen zu implementieren (vgl. <http://ilssa.org.vn/vi/news/he-thong-day-nghe-o-viet-nam-va-phat-trien-nghe-nghiep-cho-nguoi-lao-dong-144>, 30/06/2015, übersetzt vom Verfasser).

Im Folgenden soll auf einige vertiefende Aspekte eingegangen werden, die für einen Vergleich mit der Berufsausbildung in Deutschland bedeutsam erscheinen (siehe Kapitel 5).

Konzept der Facharbeiterausbildung für technische Richtungen in Vietnam

Facharbeiter für technische Richtungen – im Weiteren kurz als technische Fachkräfte bezeichnet – sind diejenigen, die technischen Tätigkeiten in Industrie, Dienstleistung und im öffentlichen Dienst ausüben, sich im Zeitraum von 1 bis 3 Jahren einer Berufsausbildung unterzogen haben und ein Zeugnis für eine solche Berufsausbildung besitzen. Der Inhaber dieses Zeugnisses ist eine Person, die im Wesentlichen gemäß den Inhalten des Ausbildungsprogramms auf dem Gebiet der technischen Facharbeit an Berufsschulen ausgebildet wurde, um mindestens ausreichendes berufliches Wissen, Können und Fähigkeiten zu erwerben sowie um die Berufskompetenz für den erlernten Beruf zu erreichen (vgl. <http://giaoduc.net.vn/Giao-duc-24h/Danh-xung-chung-chi-bang-cap-trong-he-thong-giao-duc-nuoc-ta-post170972.gd>, Webseite der vietnamesischen Ausbildung, übersetzt vom Verfasser).

Kooperation zwischen Berufsschulen und Unternehmen bei der Berufsausbildung

Nach einem Artikel vom Doktor der Erziehungswissenschaft Vu Xuan Hung, Leiter des nationalen Instituts für Berufsbildungswissenschaften, ist die Beziehung zwischen Berufsbildungseinrichtungen, Auszubildenden und Unternehmen noch wenig effektiv. Das vietnamesische Gesetz zur Berufsbildung regelt allgemeine Richtlinien zu den Rechten und Pflichten von Unternehmen mit Berufsausbildung einschließlich der Festlegung von Steuerbefreiungsbedingungen für Unternehmen, für die Teilnahme des Personals an Schulungen usw. Jedoch wurden die Leitfäden zur Konkretisierung dieser Vorschriften noch nicht herausgegeben, wodurch die Unternehmen weniger interessiert sind und keine Motivation der Zusammenarbeit mit den Schulen haben. In einigen anderen Ländern ist es

den Unternehmen ein Anliegen, die Lernenden dazu zu bringen, sich für eine lange Zeit zu üben und den Lernenden dabei zu helfen, echte Erfahrungen zu sammeln. Schüler können in Verbindung mit ihrer Ausbildung z. B. Produkte schaffen, die den Unternehmen Vorteile bringen und die Unterrichtskosten für die Schule senken. Im Gegensatz dazu gibt es in Vietnam keine im System der Berufsausbildung gesetzliche Verbindung zwischen Berufsschulen und Unternehmen. Deshalb müssen viele Auszubildende, die nach ihrem Abschluss in Unternehmen zugelassen werden, während der Arbeit noch umgeschult werden (vgl. <http://www.nhandan.com.vn/cuoituan/chuyen-de/item/29644402-dao-tao-nghe-trong-boi-can-hoi-nhap.html>; übersetzt vom Verfasser).

Nach einem Artikel mit dem Titel "Berufsausbildung: Ausbildung muss mit Unternehmen verbunden werden" hat der Minister für Arbeit, Invaliden und soziale Angelegenheiten Dao Ngoc Dung gesagt, dass die Qualität der vietnamesischen Humanressourcen derzeit gering ist und eine Ursache dafür ist, dass die gesellschaftlichen Ziele der wirtschaftlichen Umstrukturierung Vietnams noch nicht erreicht werden konnten. Die Ausbildungsstruktur ist immer noch unzureichend. Die Qualität der Humanressourcen für die Anforderungen in der Arbeitswelt sowie zur Sicherung des Einkommens und eines wachsenden Lebensstandartes sind insgesamt noch nicht ausreichend. Daher spielt die Priorität der beruflichen Bildung in den kommenden Jahren eine besonders wichtige Rolle bei der Verbesserung der Arbeitsqualität und der Umstrukturierung der Arbeitskräfte. Das Ministerium für Arbeit, Invaliden und soziale Angelegenheiten bezeichnet das Jahr 2018 als ein Durchbruchjahr der Berufsausbildung, in dem das gesamte Berufsbildungsnetz neu geplant wurde. Als eine wesentliche Triebkraft gilt, dass die Verbindung der Ausbildung an den Schulen mit der Arbeit im Unternehmen stärker verbunden wird, die Unternehmen in die berufliche Bildung einbezogen sind, d. h. bspw. durch auftragsbezogene Schulungen, Bereitstellung von Lernmöglichkeiten in Verbindung mit dem Arbeitsprozess (Kombination von Arbeiten und Lernen) oder durch die Sicherstellung der Beziehung von Arbeitskräfteangebot und -nachfrage.

Im Jahr 2018 begann das Ministerium für Arbeit, Invaliden und soziale Angelegenheiten mit der Erprobung dieser neuen Politik in 10 Schulen, die mit 15 Unternehmen verbunden waren, wobei die Auftragsschulung für 15.000 Mitarbeiter realisiert wurde. Der Minister bestätigte, dass dieses Event den wichtigen Anfang für eine neue Richtung darstellte (vgl. <https://baomoi.com/giao-duc-nghe-nghiep-dao-tao-phai-gan-voi-doanh-nghiep/c/28520719.epi>; übersetzt vom Verfasser).

Lernorte der beruflichen Bildung in Vietnam

Infolge einer fehlenden gesetzlichen Regelung zwischen Berufsschulen und Unternehmen werden Schüler nur an den Berufsschulen oder anderen Ausbildungseinrichtungen geschult. Die Berufsausbildung in Vietnam erfolgt nicht nach dem dualen Modell, so dass die Schüler nicht im Unternehmen ausgebildet werden. Viele Aufgaben des Berufs können sie in der Schule nicht ausreichend lernen, weil die Schule keine modernen Maschinen und

Ausstattung wie in privaten Unternehmen hat. Diese fehlende materiell-technische Basis ist eine große Einschränkung für die Berufsbildung in Vietnam. Wenn Lernende ihre Ausbildung absolvieren und später zur Arbeit gehen, werden sie erst nach ihrem Abschluss als Facharbeiter unter den Bedingungen der Ausrüstung im jeweiligen Unternehmen arbeiten, dabei auch beim Arbeiten lernen (learning by working), Unternehmensprozesse kennenlernen, Kundenkontakte erleben usw. Daher erlernen sie weiteres und real genutztes berufliches Wissen und Können, das sie zuvor an der Schule nicht erfasst haben. Nur im letzten Semester können sich Schüler für ein Praktikum von maximal 3 Monaten bei einem Unternehmen oder, wie im Falle des Mediengestalters, einer Designagentur bewerben. Dies ist eine Vereinbarung zwischen der Schule und dem Unternehmen, die nicht auf einer gesetzlichen Grundlage basiert. Dieses Praktikum ist die einzige Möglichkeit in Vietnam, bei der Schüler während ihrer Schulzeit in einer Firma lernen können.

Die Berufsbildungseinrichtungen umfassen:

- Berufsbildungszentrum
- Mittelstufe-Schule
- Berufscollege

Die Berufsbildungseinrichtungen sind nach folgenden Typen organisiert:

- Die öffentlichen Berufsbildungseinrichtungen sind staatliche Bildungseinrichtungen, die vom Staat errichtet werden und in die der Staat investiert.
- Private berufliche Bildungseinrichtungen sind berufliche Bildungseinrichtungen im Besitz von sozialen Organisationen, sozial-beruflichen Organisationen, privaten oder einzelnen wirtschaftlichen Organisationen.
- Ausländisch investierte Berufsbildungseinrichtungen weisen ein 100%iges Kapital ausländischer Investoren oder auch Joint Venture-Berufsbildungseinrichtungen zwischen inländischen und ausländischen Investoren auf.

(vgl. <http://gdnn.gov.vn/Default.aspx?tabid=92&cateid=648&temidclicked=648>; übersetzt vom Verfasser)

Dezentrale Berufsbildung in Vietnam

Außer der zentralen Berufsbildung an den o. g. Berufsbildungseinrichtungen gibt es auch dezentrale Verantwortlichkeiten für die Berufsausbildung bei unterschiedlichen Formen der Schulungskoooperation, wie folgend genannt:

- Ausbildung in Vietnam nach Ausbildungsprogrammen von Vietnam oder nach Programmen, die von zwei Parteien erstellt wurden; Zeugnis und Zertifikat werden von Vietnam erteilt.
- Ausbildung in Vietnam im Rahmen des aus dem Ausland übertragenen Programms; Zeugnis und Zertifikat werden von Vietnam vergeben und von renommierten internationalen Bildungs- und Ausbildungsorganisationen anerkannt.

- Ausbildung in Vietnam im Rahmen von Auslandsprogrammen oder von zwei Parteien konzipierten Programmen; Zeugnis und Zertifikat werden vom Ausland erteilt und von renommierten internationalen Bildungs- und Ausbildungsorganisationen anerkannt.
- Ausbildung in Vietnam gemäß dem aus dem Ausland übertragenen Ausbildungsprogramm; Zeugnis und Zertifikat werden von Vietnam und Ausland vergeben und von renommierten internationalen Bildungs- und Ausbildungsorganisationen anerkannt.
- Ausbildung eines Teils nach dem vietnamesischen Programm oder nach dem ausländischen Programm in Vietnam, andere Teile des Programms im Ausland; Zeugnis und Zertifikat werden vom Ausland erteilt und von renommierten internationalen Bildungs- und Ausbildungsorganisationen anerkannt.

(vgl. <http://gdnn.gov.vn/Default.aspx?tabid=92&cateid=654&temidclicked=654>; übersetzt vom Verfasser)

Berufsbildungsforschung

Die Berufsbildungsforschung wird im Nationalen Institut für Berufsbildungswissenschaften, Allgemeine Abteilung für Berufsbildung, im Institut für technische Bildung an der Universität für Technologie und Pädagogik Ho Chi Minh Stadt, wo der Verfasser arbeitet und in anderen Instituten für technische Bildung, Fakultäten für technische Pädagogik, Universitäten und Kollegen für technische Pädagogik in Vietnam durchgeführt. Zwei typische Beispiele werden im Folgenden hervorgehoben.

Das Institut für Berufsbildungswissenschaft hat die strategische Zielstellung, sich zu einem führenden wissenschaftlichen Zentrum auf dem Gebiet der Forschung und Bereitstellung von Ausbildungs-, Beratungs- und Versuchsdienstleistungen für die Berufsbildung in Vietnam zu entwickeln sowie ein renommiertes wissenschaftliches Forschungszentrum für die berufliche Bildung in der ASEAN-Region zu werden. Dieses Institut ist ein wissenschaftlicher Teil der Allgemeinen Abteilung für Berufsbildung, bei der die Grundlagenforschung, strategische Forschung und angewandte Forschung auf dem Gebiet der beruflichen Bildung durchgeführt werden (vgl. <http://nivet.org.vn/gioi-thieu/tam-nhin-su-mang>; übersetzt vom Verfasser).

Das Institut für technische Bildung an der Universität für Technologie und Pädagogik Ho Chi Minh Stadt ist ein führendes Zentrum für Forschung und Ausbildung im Bereich der technischen Bildung des Landes, das sich zum Ziel gesetzt hat, eine qualitativ hochwertige berufliche und technische Bildungseinrichtung zu werden, die regional und international ausgerichtet ist. Das Institut für technische Bildung ist führend bei der grundlegenden und umfassenden Erneuerung der Ausbildung, um das Niveau und die Position der vietnamesischen Arbeitnehmer zu verbessern. Es ist außerdem die führende Einrichtung in der Ausbildung von Lehrern für technische und berufliche Ausbildung, um den Bedürfnissen der beruflichen Bildungsentwicklung des Landes gerecht zu werden.

(vgl. <http://ite.hcmute.edu.vn/ArticleId/2ca12e6a-f047-4f84-af08-74c8a581c786/tam-nhin-su-mang-cua-vien-su-pham-ky-thuat>, übersetzt vom Verfasser)

4.1.2 Zur Systematik von Facharbeiterberufen in Vietnam

Auf der Webseite der vietnamesischen Aufnahmeprüfung werden zwei Listen der Facharbeiterberufe in Vietnam genannt, die im Berufsbildungssystem unter der Verwaltung des Ministeriums für Arbeit, Invaliden und soziale Angelegenheiten ausgebildet werden:

- eine Auflistung der Facharbeiterberufe auf Ebene der Mittelstufe des Erwerbs von Facharbeiterberufen (Berufslehre)
(vgl. https://thongtintuyensinh.vn/Danh-muc-nganh-nghe-dao-tao-trinh-do-Trung-cap-chuyen-nghiep_C253_D5906.htm)
- eine Auflistung der Facharbeiterberufe auf Ebene der Oberstufe des Erwerbs von Facharbeiterberufen.
(vgl. https://thongtintuyensinh.vn/Danh-muc-cac-nganh-nghe-dao-tao-trinh-do-Cao-dang_C253_D4043.htm)

Die Berufe sind zu bestimmten Berufsfeldern geordnet, die in Vietnam "Berufsgruppen" genannt werden, zum Beispiel die folgenden Berufsfelder/Berufsgruppen: Maschinenbau - Elektrizität – Elektronik, Geschäft und Management, Transportdienst, Minen - Erdöl – Chemikalien, Herstellung und Verarbeitung, Land- und Forstwirtschaft sowie Fischerei, Tourismus – Sport, Kunst und Handwerk, Computer und Informatik-Technologie usw. (vgl. https://www.thongtintuyensinh.vn/Cac-nghe-dao-tao-he-cao-dang-nghe_C183_D4546.htm). Jedes Berufsfeld besteht aus mehreren Berufen. Diese Facharbeiterberufe und Berufsfelder sind verbindlich für das Land. In jedem Curriculum für Berufsbildung werden Wahlfächer angeboten.

Obwohl eine, auch im Vergleich mit Deutschland, gut strukturierte Systematik der Berufe vorliegt, gibt es nur wenige verbindliche Berufsbilder für bestimmte Regionen. Ein Beispiel ist das "Berufsbildungsprogramm für Landarbeiter bis zum Jahr 2020", das am 27. November 2009 vom Premierminister verabschiedet wurde. Dementsprechend werden durchschnittlich 1 Million Landarbeiter jährlich für folgende Gruppen ausgebildet:

- Bauerngruppen werden ausgebildet, um moderne Landwirte zu werden;
- Landwirte, die umgeschult werden, um Arbeitsplätze mit nichtlandwirtschaftlichen Arbeitskräften in ländlichen Gebieten zu wechseln oder Industriearbeiter zu werden;
- Landwirte, die zum Ziel des Exports von Arbeitskräften ausgebildet werden.
- Bauerngruppen werden weitergebildet, um landwirtschaftliche Produktionsmanager oder Dorf- und Gemeindebeamten zu werden.

(vgl. <http://www.molisa.gov.vn/vi/Pages/chitiettin.aspx?IDNews=20868>; übersetzt vom Verfasser)

Dieses Programm wird nur bis 2020 durchgeführt, d. h., es erfüllt die Nachfrage der Arbeitskräfte in einer bestimmten Zeit und dessen Ziel ist nicht nachhaltig.

4.1.3 Curriculare Grundlagen für die berufliche Bildung in Vietnam

Zentrale Curricula/Lehrpläne als Ordnungsmittel für das ganze Land

Für jeden Beruf sind bzw. werden Curricula nach der Regelung vom Ministerium für Arbeit, Invaliden und soziale Angelegenheiten ausgearbeitet. Es gibt zwei Arten des Curriculums für zwei Ebenen der Berufsbildung: Mittelstufe der Berufslehre und Oberstufe der Berufslehre. Für die Grundstufe der Berufslehre gibt es kein zentrales Curriculum.

Das Ministerium für Arbeit, Invaliden und soziale Angelegenheiten leitet und kooperiert mit den zuständigen Ministerien und Regierungsbehörden, um die Entwicklung des Curriculums der Mittelstufe und der Oberstufe der Berufslehre zu steuern und stimmt sich mit den Volkskomitees der Provinzen und Städte ab, die direkt der Zentralregierung unterstehen, um den Aufbau des Curriculums der Mittelstufe und der Oberstufe der Berufslehre für bestimmte Berufe nur in den Ortschaften zu leiten (vgl. Ministerium für Arbeit, Invaliden und soziale Angelegenheiten 2008; übersetzt vom Verfasser).

Die Struktur jedes Curriculums umfasst das Ausbildungsziel, den Zeitraum des Ausbildungsprogramms, eine Auflistung der Fächer, die Lernzeit und Verteilung der Lernzeit sowie eine Anleitung zur Anwendung des Curriculums. Jedes Curriculum ist kurz und Orientierungen zu dessen Umsetzung sind nicht ausführlich und unverbindlich. Einige, dem Verfasser als bedeutsam erscheinende Mängel sollen im Folgenden noch genannt werden.

a. Ziel der Ausbildung

Es gibt 3 Bereiche der Ausbildungsziele zur Regelung für alle staatliche Curricula: 1.) Zielbereich Berufliche Kenntnisse und Fähigkeiten, 2.) Zielbereich Politik, politische Ethik, Körperpflege und Landesverteidigung, 3.) Zielbereich Chancen auf einen Arbeitsplatz. Insgesamt findet man keine detaillierte Beschreibung der Ziele und Inhalte für die Berufe, Fächer bzw. Module. Dieser Mangel ist besonders im berufsspezifischen Zielbereich ausgeprägt und führt zur Beliebigkeit in der Umsetzung der Schwerpunkte zur Entwicklung beruflicher Handlungskompetenz.

Der Zielbereich "Politik, politische Ethik, Körperpflege und Landesverteidigung" ist gemeinsam für alle Curricula an den staatlichen Schulen in Vietnam. Da Vietnam zentral von der Kommunistischen-Partei geführt wird und auch aus den Erfahrungen der Kolonial- und Kriegsgeschichte des Landes, gibt es in allen staatlichen formalen Ausbildungsprogrammen immer Gemeinsamkeiten: auf allen Ebenen, von der Grundschule bis zur Universität, befinden sich in allen Curricula immer Schwerpunkte zu Ausbildungszielen von Politik, politischer Ethik, Körperpflege und Landesverteidigung. So müssen z. B., Schüler Kenntnisse über Marxismus-Leninismus, Verständnis des Entwicklungswegs der Kommunist-Partei erfassen; sie müssen Disziplin, revolutionäre

Wachsamkeit haben; Schüler haben Bereitschaft, ihren Militärdienst zum Schutz des Heimatlandes durchzuführen usw. Diese politischen Pflichtziele gelten für das ganze Land als Vorschrift und beziehen sich auch nicht direkt auf die Rahmenbedingung für die Entwicklung der Ausbildungsprogramme.

b. Zeitraum des Ausbildungsprogramms und Mindestlernzeit

Der Zeitraum der Kurse für die Mittelstufe der Berufslehre umfasst 2 Jahre und für die Oberstufe 2,5 oder 3 Jahre. Die Mindestlernzeit gibt die Gesamtzahl der Stunden an, bei denen die Schüler mindestens am Unterricht teilnehmen müssen. Die Verteilung der Mindestlernzeit ist recht variabel angelegt und zeigt die Zeit für die allgemeinen Pflichtfächer und für die beruflichen Fächer, bestehend aus Pflichtlernzeit, Wahlpfichtlernzeit, Lernzeit der Theorie und der Praxis sowie auch die Aufteilung der Zeit zwischen Theorie und Praxis in den Fächern: Theorie macht 25% bis 35% aus; Praxis beträgt 65% bis 75%.

c. Anleitung zum Aufbau der Pflichtfächer, Lernzeit und Verteilung der Lernzeit

Zeichen der Fächer und Module	Fächer, Module	Ausbildungszeit (Stunde)			
		Gesamt			
			Theorie	Praxis	Prüfung
I	Allgemeine Pflichtfächer				
MH 01	Politik				
MH 02	Gesetz				
MH 03	Sport				
MH 04	Verteidigungs- und Sicherheitsausbildung des Landes				
MH 05	Allgemeine Informatik				
MH 06	Englisch				
II	Professionelle Pflichtfächer				
II.1	Grundlegende Pflichtfächer				
MH 07					
MH 08					
....					
II.2	Berufliche Pflichtfächer				
MH ...					
MĐ ...					
....					
	Gesamt				

Tabelle 4. Tabelle-Muster der Auflistung der Pflichtfächer, Lernzeit und Verteilung der Lernzeit

Die Sechs Fächer von den allgemeinen Pflichtfächern sind Politik, Gesetz, Sport, Verteidigungs- und Sicherheitsausbildung des Landes, Informatik und Englisch. Sie sind gemeinsam in allen Curricula der beruflichen Bildung in Vietnam. Dies ist eine Regelung des Ministeriums für Arbeit, Invaliden und soziale Angelegenheiten für den Aufbau aller staatlichen Ausbildungsprogramme. Die Fächer "Gesetz", "Informatik" und "Englisch" umfassen die allgemeinen Kenntnisse und sind somit nicht spezifisch für einen einzelnen Beruf.

Die professionellen Pflichtfächer werden in 2 Ebenen angeordnet: grundlegende Pflichtfächer (Zeichen von MH07 bis MH...) und berufliche Pflichtfächer (Zeichen von MHn bis MHn+...). Die grundlegenden Pflichtfächer vermitteln die Kenntnisse über das Fundament jedes Berufes. Die beruflichen Pflichtfächer vertiefen die Fachkenntnisse zur Entwicklung beruflicher Handlungskompetenz, was, wie bereits erwähnt, infolge mangelnder Differenzierungen in den Zielen und Inhalten der Ausbildung im Curriculum sehr unterschiedlich umgesetzt wird.

d. Richtlinie zur Anwendung des Curriculums

Richtlinien zur Anwendung des Curriculums umfassen die Anleitung zur Auswahl von Wahlfächern, die Organisation von Prüfungen sowie Anweisungen zu den außerschulischen Bildungsaktivitäten, die außerhalb der Ausbildungszeit organisiert werden.

Anleitung zum Aufbau der Wahlfächer als dezentrale Ordnungsmittel in Regionen:

Außer der Pflichtfächer bietet das Curriculum auch die Auflistung der Wahlfächer an, damit die Schulen in jeder Region und Provinz diese Orientierungen anwenden können, je nach dem wie der Arbeitsbedarf und die regionalen Bedingungen dies erfordern.

Zeichen der Fächer	Wahlfächer	Ausbildungszeit (Stunde)			
		Gesamt	Theorie	Praxis	Prüfung
MH ...					
MĐ ...					
	Gesamt				

Tabelle 5. Tabelle-Muster der Auflistung der Wahlfächer, Lernzeit und Verteilung der Lernzeit

Anleitung zur Organisation der Prüfung:

Die Abschlussprüfung umfasst immer das Fach Politik sowie berufliches Fachwissen und - können zur Kompetenzentwicklung (siehe Tabelle 6). Die Prüfungsarten und -dauer hängen vom jeweiligen Beruf ab und variieren. Es gibt keine Orientierungen, dass die

Evaluierung im Laufe des Unterrichts durchgeführt wird, Schülern Rückkopplungen gegeben werden, diese sich selbst bewerten und miteinander diskutieren können.

Nr	Fach	Prüfungsarten	Prüfungsdauer
1	Politik	offen	offen
2	Fachwissen und Können zur Kompetenzentwicklung	offen	offen

Tabelle 6. Tabelle-Muster der Prüfungsorganisation

4.2 Zur Situation der Berufsausbildung im Beruf „Mediengestalter Digital und Print“

4.2.1 Dominanz der Kurzeitungsbildungsformen

Aufgrund des frühen Imports der Software-Technologie in Vietnam und der dringlichen Nachfrage nach Arbeitskräften, können Design- und Werbungsunternehmen häufig nur Personal einstellen, das ohne systematischen Erwerb des Berufes Mediengestalter schnell eingesetzt werden kann. Diese Mitarbeiter haben kein vertiefendes Verständnis von Ästhetik, der Suche nach Ideen unter Nutzung der Potenziale (Hard- und Software) der neuen Medien, zu professionellen Designkonzepten und zu einer neuen Qualität der Zusammenarbeit mit Kunden. Seit 2000 war es zunehmend schwieriger, professionelle Fachkräfte zu finden, die im Lauf von 2 bis 3 Jahren einen Facharbeiterberuf zum Mediengestalter erworben hatten. Es gab nur Personal, das im Laufe von 6 Monaten mit dem Schwerpunkt Verwendung der Grafiksoftware angelernt wurde.

Vietnam ist infolge seiner Geschichte aus der Kolonialzeit und späteren Kriege auch heute noch ein Land, mit wenig traditionellem Hintergrund und Erfahrungen für eine systematische berufliche Bildung in allen Bedarfsfeldern der Wirtschaft und Gesellschaft. Im Vergleich zu Deutschland und anderen entwickelten Ländern fehlen entweder Humanressourcen oder es bestehen Disproportionen, die nicht dem tatsächlichen Fachkräftebedarf der Wirtschaft entsprechen. So ist es nicht verwunderlich, wenn in solchen Wirtschaftsbereichen wie Informations- und Kommunikationstechnik (ITK) und deren vielfältigen Anwendungen in der Mediengestaltung die Defizite im Bedarf besonders hoch sind.

Insgesamt besteht ein Widerspruch zwischen häufig durchaus vorhandener innovativer IKT und deren zweckbezogener Nutzung bei der Mediengestaltung. *Einerseits* konnten im Zuge der wirtschaftlichen Entwicklung Vietnams in den letzten ca. 20 Jahren moderne technische Geräte/Systeme angeschafft werden. Die starke Preisreduzierung von IKT am Markt hat das zahlreich ermöglicht und erschien vielen Unternehmen verlockend für einen höheren Bekanntheitsgrad, eine bessere Präsenz am Markt und für die Arbeit in vernetzten Kundenstrukturen. *Andererseits* kamen diese technischen Potenziale mangels professioneller Arbeitskräfte zu wenig zur Wirkung. So wurden in den vergangenen 20 Jahren viele Werbefirmen gegründet, aber nur an der Hochschule für industrielles Design

eine geringe Anzahl professioneller Grafikdesigner ausgebildet. Das führte zu einer „Notlösung“, dass Unternehmen Software-Benutzer einstellen, die im Bildungszentrum für Computergrafik ausgebildet werden. Diese Mitarbeiter müssen sich während der Arbeit weiter qualifizieren, um ihre Fähigkeit zu entwickeln.

Weil die Software-Technologie direkt die Realisierung des Designproduktes beeinflusst, wurden Bildungszentren und Schulen für Mediengestaltung in Vietnam geöffnet, damit die Auszubildende schneller Lernen, wie sie die Software verwenden. Wenn die Unternehmen Mitarbeiter einstellen, verlangen die Leiter von den Bewerbern auch spezielles Wissen und Können der Software-Verwendung für die Arbeitsplätze von Mediengestaltung. Nach dem Konzept der Ausbildungseinrichtung „Hochthietkedohoapro“, eine der bekanntesten Schulen für Mediengestaltung in Hanoi, „...bietet Hochthietkedohoapro immer professionelle Kurse für Grafikdesign an, um den hohen Bedarf an Arbeitskräften im Bereich Mediengestaltung zu decken, die die Grafiksoftwares wie Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Adobe InDesign, Corel Draw, Adobe Flash erfolgreich verwenden können...“ (vgl. <http://hochthietkedohoapro.com/>; übersetzt vom Verfasser). An anderer Stelle heißt es: „Am Ende des Kurses sind Auszubildende in der Lage, moderne und beliebte Anwendungssoftwares zu beherrschen, um Designprodukte mit Corel Draw für Photoshop und Illustratoren zu erstellen: Visitenkarte, Kalender, Karten, Kataloge, Broschüren...“ Aber diese Bildungsstätte bietet keinen Kurs für Soft Skills: „Auszubildende sollen sich selbst mit Soft Skills qualifizieren, um später effektiv mit Kollegen zusammenzuarbeiten und Kunden zu überzeugen.“ (vgl. <http://hochthietkedohoapro.com/nghe-thiet-ke-quang-cao-nghe-nang-dong-cho-ban-tre/>; übersetzt vom Verfasser).

Dieser stark verkürzte „Anlernprozess“ von nur 6 Monaten mag auf den „ersten Blick“ als recht praktisch erscheinen (geringe Zeit und damit geringe Kosten), kann aber nur eine Zwischenlösung sein und ist als strategisches Konzept für die Wirtschaft eines Landes ungeeignet. Ferner widerspricht dieses enge „Anlernen für eine Tätigkeit“ den bildungspolitischen Zielstellungen für eine zukunftsfähige berufliche Bildung in Vietnam, die auf den Erwerb von Facharbeiterqualifikation (versus Skilling) sowie auf Gestaltung qualifizierter Facharbeit (siehe Kapitel 3) gerichtet ist.

4.2.2 Übermäßige Betonung der Verwendung der Software

Dass die Unternehmen Beschäftigte einstellen, die einige benötigte Grafik-Software sofort nutzen können, hebt hervor, dass Mediengestalter in Vietnam das Handwerk mit Hilfe vom Computer, einschließlich peripherer Geräte, ausüben. D. h., dieser Beruf wird bis heute als computergestützter Designjob definiert, bei dem die Aspekte von Gestaltungsästhetik, Ideen, Soft Skills wie Kundenorientierung etc. nicht vorrangig berücksichtigt werden. Die Verwendung der Software wird immer zuerst betont und erhoben, was eine Verkürzung der Arbeit des Mediengestalters auf die Arbeitsmittel darstellt, während die

Gestaltungsprodukte für Kunden sowie die Vielfalt der Arbeitsanforderungen in den Arbeitsprozessen (siehe Kapitel 3, GP 3.2.2) unberücksichtigt bleiben.

Nach der Auffassung des Colleges für Informationstechnologie Ho Chi Minh Stadt wird es hervorgehoben, dass die Absolventen von Multimediengestaltung folgende Software verwenden sollten:

- Im Handlungsfeld Grafikdesign, Bildbearbeitung: Werbung, Druck (Software CorelDraw), Seitenlayout (Software InDesign), Bildbearbeitung (Software Photoshop).
- Im Handlungsfeld Gestaltung von Webseiten: 2D-Design (Software Flash Animator), Design der Schnittstelle von Web.
- Im Handlungsfeld Filmgestaltung: Audio- und Video-Editor, Erstellung des Szenenbuchs (Storyboard), VFX und Compositor, Spiele-Produzent und Modellieren für Außer- sowie Innenarchitektur (Software von 3D-Animator, 3D-Modellieren).

(vgl. <http://itc.edu.vn/nganh-do-hoa-ung-dung-da-phuong-tien>; übersetzt vom Verfasser)

Nach dem Konzept der renommierten internationalen Schule für Multimedia Arena in Vietnam "...ist die Arbeit des Grafik-Designs die *Verwendung von Software* für Bildverarbeitung, Vektor-Zeichnung, Seitenlayout, die auf Grundkenntnissen der Kunst des Designers und der spezifischen Bedürfnisse des Kunden basieren, um digitale Dateien zu erstellen, dann auf Flächen wie Büchern, Zeitungen, Zeitschriften, Draußen-Materialien (auf Plakate, Bussen, Stadien...) oder auf Haushaltsartikel wie Tische, Stühle, Etiketten, Verpackungen, oder Modeartikel wie T-Shirts, Taschen... zu drucken."

"Multimedia-Design ist ein Gebiet, das das Fundament des Grafikdesigns umfasst, bei dem die digitalen Werbungs-, Medien- und Entertainment-Produkte mit *spezialisierter Software* hergestellt werden (Software für Filmemachen, interaktives Webdesign, Audioverarbeitung, Spieleherstellung, Innenanimation, 3D-Animation usw.). Diese werden in anderen Formaten wie die von animierten Grafiken, Video, Audio, Text, Animation ausgedrückt. Es ist möglich, zwei oder mehr von diesen Formaten mit hoher Interaktion zu integrieren, um für Benutzer über Medien wie Internet, Fernsehen, solche digitalen Geräte wie TV, Handheld-Geräte, Smartphones, Bildschirme, ... zu übertragen." (vgl. <https://www.arena-multimedia.vn/content/hoc-thiet-ke-do-hoa-khac-gi-hoc-my-thuat-da-phuong-tien-phan-1.html>; übersetzt vom Verfasser).

Diese ausgewählten Beispiele, gepaart mit dem Trainingsprogramm der Schule Arena, zeigen, dass man die Ausbildung nur auf die Nutzung von Computertechnologie konzentriert, um zu trainieren, wie Auszubildende die Software für Gestaltung einsetzen und dafür mehr oder weniger standardisierte Design-Methoden verwenden. "Wegen der rasanten Entwicklung der heutigen Informationstechnologie, vor allem die massive Entwicklung von mobilen digitalen Geräten wie Smartphones, Tablets etc., hat sich Multimedia-Design in allen Bereichen der Wirtschaft und Gesellschaft als unverzichtbar

gezeigt. Von Verpackungen, Zeitungen, Zeitschriften, Werbepublikationen (Plakate, Banner, Flyer, Broschüre) bis hin zu Eventveranstaltungen, Shows (Hintergründe, Kulisse, Clips...), Webseite-Interface, Filme, ... – alle brauchen die geschickten Hände und die subtile Weisheit der Mediengestalter. Multimediengestaltung schafft angewandte Kunstprodukte durch die Verwendung der Grafik-Software." (vgl. <https://news.zing.vn/thiet-ke-truyen-thong-da-phuong-tien-nganh-hoc-thoi-thuong-post461731.html>; übersetzt vom Verfasser).

Bis heute hat man das Konzept des Berufes Mediengestalter in Vietnam noch nicht vereinheitlicht, sondern hebt bei der Gestaltung von Medien einseitig die Software-Technologie hervor. "Im Bereich Grafikdesign erstellt man nur auf dem Computer eine zweidimensionale Grafik durch grafische Anwendungsprogramme wie CorelDRAW, Photoshop, Illustrator ... Modernes Multimedia-Design ermöglicht die Schaffung auf 3D-Raum; durch die Erstellung von Computer-Schnittstellen sowie die Integration von Programmiermöglichkeiten werden animierte Designwerke, wie 3D-Animationsfilm, die Verbindung von Filmemachen mit Webdesign sowie andere interaktive Anwendungen möglich." (vgl. <https://thanhvien.vn/giao-duc/ky-2-thiet-ke-do-hoa-va-truyen-thong-da-phuong-tien-co-phai-la-nganh-hot-210063.html>; übersetzt vom Verfasser).

Auch in den Schulen für Mediengestaltung Digital und Print besteht das Problem darin, dass die Ausbildung zu sehr auf Software-Technologien (als Mittel) konzentriert ist, während deren Potenziale für die Gestaltung von Medienprodukten (als Gestaltungszweck) sowie deren Gestaltungsprozess vernachlässigt wird. Diese Unterschätzung der Produkt- und Prozessorientierung für den Einsatz von Software-Technologien ist auch ein Merkmal aller kleinen bis großen Ausbildungseinrichtungen in Vietnam. Während in Deutschland die Namen der Softwares im Trainingsprogramm als untergeordnet betrachtet werden, da Software nur ein Mittel ist und sich im Laufe der Zeit verändern wird, wird in allen Schulen Vietnams Software aufgelistet und erscheint als wichtiger Lerninhalt. Damit wird der Eindruck einer „falschen Moderne“ erweckt, der sich rückkoppelnd negativ auf die Bewerbersituation für den Beruf auswirkt. Wenn Schulen nicht angeben, für welche Software-Technologien ausgebildet wird, so erscheinen sie als unattraktiv und ziehen zu wenig Auszubildende an. Der tiefere Grund dafür ist wiederum, wie bereits unter 4.1 dargestellt, dass Unternehmen immer „Fachleute“ einstellen wollen, die Software-Technologien verwenden können, um den Arbeitsbedarf sofort zu decken. Auf der Webseite oder auf der Anzeige jeder Schule im Land findet man deutlich, dass in fast allen Schulungsprogrammen der Name der Software unter dem Titel jedes Lerninhaltes genannt wird. Damit schließt sich ein „negativer Zyklus: der allgemeine Mangel an Fachkräften verleitet Unternehmen zu nicht bedarfsgerechten Personallösungen (Einsatz von Personal für Software-Technologien), diese wiederum werden als Zielstellung für die Ausbildung angesehen und bewirken in der Öffentlichkeit ein stark verkürztes Berufsbild des Mediengestalters.

(vgl. <https://www.arena-multimedia.vn/content/hoc-thiet-ke-do-hoa.html>)

(vgl. <http://dohoasaigon.com/khoa-hoc/thiet-ke-do-hoa-quang-cao-2d>)
 (vgl. https://csc.edu.vn/do-hoa-da-truyen-thong/KY-THUAT-VIEN-THIET-KE-DO-HOA-2D_67)
 (vgl. <http://idc.edu.vn/thiet-ke-do-hoa.html>)
 (vgl. <http://greenacademy.edu.vn/khoa-hoc/thiet-ke-do-hoa.html>)
 (vgl. <http://upskill.vn/khoa-hoc/xu-ly-anh-voi-adobe-photoshop-cz142>)
 (vgl. <http://upskill.vn/khoa-hoc/thiet-ke-do-hoa-multimedia>)
 (vgl. <http://www.nhatnghe.com/chuongtrinhhoc/aftereffect>)
 (vgl. <http://hochietkedohoapro.com/chuong-trinh-dao-tao-1>)
 (vgl. <http://www.viet-graphics.edu.vn/p/ao-tao.html>)
 (vgl. <https://daotaolaptrinh.edu.vn/khoa-hoc-photoshop>)
 (vgl. <https://hdmotion.vn/khoa-hoc-3d-animation-cinema-4d-co-ban/>)
 (vgl. <http://eduvie.com.vn/khoa-hoc-dao-tao.html>)
 (vgl. <http://zonemedia.edu.vn/thiet-ke-do-hoa>)
 (vgl. <https://www.hocvietnam.com/khoa-hoc-do-hoa-ung-dung/>)
 (vgl. <https://caodang.fpt.edu.vn/nganh-hoc/thiet-ke-do-hoa>)
 (vgl. <http://hsc.edu.vn/chuong-trinh-dao-tao/cac-khoa-ngan-han/do-hoa/>)

Als Beispiel für eine Unterschätzung der Produkt- und Prozessorientierung im Vergleich zur Dominanz der Software soll eine Anzeige des Ausbildungszentrums für Informatik an der Universität für Naturwissenschaft in Ho Chi Minh Stadt genannt werden, die den Handlungsfeldern des Mediengestalters formal eine (angeblich) zugehörige Anwendungssoftware zuordnet.

“1. Designprodukt für Print:

.....

- b. Welche Anforderung? Designidee, Ästhetik, Kreativität, Sammeln
 Welche Software? CorelDraw, Photoshop, Illustrator, Indesign...

2. Webdesign:

.....

- b. Welche Anforderung? Kunstkenntnisse, wie Layout, Harmonie von Farben, Optimierung des Bildes
 Welche Software: Photoshop für Web, (HTML – CSS) Dreamweaver, Flash...

3. 3D-Grafik:

.....

- b. Welche Anforderung? Fachkenntnisse der Architektur, Innenarchitektur, Bauwesen, 3D... Welche Software? AutoCad 2D – 3D, 3D Studio Max etc.

4. Multimedia:

.....

- b. Welche Anforderung? Kenntnisse über Video, Audio etc., Drehbuch, Szenebuch, Effektverarbeitung
Welche Software: Illustrator, Photoshop, 3D Studio Max, 3D Animation, Premier, After Effect..."

(vgl. <https://csc.edu.vn/do-hoa-da-truyen-thong/tin-tuc/kien-thuc-do-hoa/Thiet-ke-Do-hoa-Tim-hieu-ve-nghe-Thiet-ke-Do-hoa-146>; übersetzt vom Verfasser)

In Deutschland ist der Beruf „Mediengestalter Digital und Print“ in drei Vertiefungen unterteilt: "Beratung und Planung", "Konzeption und Visualisierung" und "Gestaltung und Technik" (Rahmenlehrplan KMK). Also kann der Mediengestalter entweder ein Designberater und -planer oder ein Konzept-Designer oder ein Designer mit Verwendung von Medientechnik sein. Damit werden "Beratung und Planung", "Konzeption und Visualisierung" als spezielle Arbeitszweige berücksichtigt. In Vietnam entsprechen diese Vertiefungen nicht den verschiedenen Handlungsfeldern des Berufes, sondern werden als, für den Beruf übergreifende, Anforderungen an den Mediengestalter gesehen. Daher ist die Klassifizierung der Arbeitsvertiefungen in Vietnam unterschiedlich von der in Deutschland, d. h., die "Designberatung und -planung" sowie die "Konzeption und Visualisierung" werden nicht in Hauptzweigen parallel zum Design wie in Deutschland getrennt. Man interessiert sich nicht für die Bedeutung von Designberatung und -konzept als separate Jobs, sondern nur für Probleme der Gestaltungstechnik, die den Bedarf der Designerforderung sofort decken, um den Job zu erfüllen. Die Vertiefungsrichtungen werden, orientiert an den Handlungsfeldern, nach den Medien „Print, Web und Film“ unterteilt und man lässt sich davon leiten, dass die Befähigung der Mediengestalter zur Anwendung von Software-Technologien in diesen Handlungsfeldern das gesamte Berufsbild prägt. Hieraus erklärt sich ebenfalls die Dominanz von Software-Technologien in der Berufsausbildung.

Zusammengefasst: Die oben genannten Aussagen zeigen deutlich, dass die "Beratung und Planung", "Konzeption und Visualisierung" in Vietnam noch nicht beachtet werden, sondern nur die "Gestaltung und Technik" berücksichtigt wird. Die berufliche Ausbildung im Land spiegelt wider, dass fast alle Trainingsprogramme nur auf die Benutzung der Software-Technologien fokussieren. Die Verbesserung und Innovation der Qualität dieses Berufes in Vietnam besteht darin, dass man zwar nicht die Vertiefungsrichtungen in Deutschland kopieren sollte, aber in den Konzepten des Berufsbildes und Curriculums

- die Orientierung an den Medienprodukten (stärkere Produktorientierung im Berufsprofil) und
- den Prozess der Mediengestaltung (stärkere Prozessorientierung im Berufsprofil)

berücksichtigen muss.

4.2.3 Unterschiedliche Ausbildungsprogramme für Mediengestaltung Digital und Print – Keine Einheitlichkeit der Ausbildungsstruktur für berufliche Bildung

Aufgrund der überwiegenden Bedeutung von Software-Training und weil die Softwaretechnologie die Klassifizierung der Hauptvertiefungen des Berufs nach den Handlungsfeldern (siehe Kapitel 3) beeinflusst, sind auch die übergreifenden Gemeinsamkeiten der Ausbildungsprogramme für den Mediengestalter in Vietnam entsprechend strukturiert. Man kann folgende Klassifizierung an gebündelten Kursen erkennen, die weitgehend den Handlungsfeldern des Berufes entsprechen: Kurse für Grafikdesign, Kurse für Webdesign, Kurse für 3D-Digitalfilm sowie 3D-Game. Diese Unterteilung gibt nur eine sehr grobe Orientierung. Es mangelt an einer feineren Strukturierung der Ausbildungsinhalte und an Hinweisen zur Umsetzung der groben Kursklassifizierung, was zu einer beliebigen Auslegung der Kurse führt. Somit sind die Inhalte im Unterricht in den Ausbildungseinrichtungen nicht einheitlich. In Vietnam gibt es Hunderte Schulen für Mediengestaltung, Digital und Print. Wegen keines einheitlichen Ausbildungskonzeptes für diesen Beruf entwickelt jede Ausbildungseinrichtung ihr eigenes Ausbildungsprogramm, das von einander hinsichtlich der Ausbildungsinhalte, der didaktisch-organisatorischen Ausbildungsstruktur und der Trainingszeit unterschiedlich ist. Diese Schulen sind nur in der o. g. groben Klassifizierung identisch und vermitteln nur äußerlich formal eine auf den Erwerb des Berufes Mediengestalter ausgerichtete Ausbildung.

Als Beispiel soll die Auffassung einer Schule zur Ausbildung für Mediengestalter genannt werden: "Multimedien-gestaltung umfasst Grafikdesign und setzt die Elemente von Bewegung, Sound, Video und visuellen Effekten, 3D-Animation ein. Aufgrund der Nachfrage nach der Entwicklung digitaler Technologie, insbesondere auf dem Gebiet der visuellen und audiovisuellen Anwendungskommunikation, werden die multimedialen Trainingsprogramme heutzutage an Schulen für Grafikausbildung entwickelt. Die Kurse für Mediengestaltung umfassen Grafikdesign, Webseiten-Design, digitale Filmproduktion, 3D-Game-Produktion und 3D-Animation."

(vgl. <https://news.zing.vn/hieu-dung-ve-my-thuat-do-hoa-va-thiet-ke-da-phuong-tien-dechon-nghe-post856239.html>; übersetzt vom Verfasser)

Die Trainingszeit für die Kurse dauert uneinheitlich 1-2 Monate, 6 Monate, 18 Monate oder 2 Jahre. Fast alle Ausbildungseinrichtungen bieten kurzfristige softwarespezifische Kurse an, die auf individuelle Arbeitszwecke zugeschnitten sind, z. B. Photoshop für Bildbearbeitung, CorelDraw für 2D-Vektorgrafiken, Indesign für Layout für Print, usw. Diese Kurse dauern 1 bis 2 Monate. Mittelmäßige Ausbildungseinrichtungen bieten 6-monatige Kurse an, die auf individuelle Trainingsbedürfnisse zugeschnitten sind, zum Beispiel das Training zu Softwaresystemen für 2D-Grafiken, von der Zeichnung und Bildbearbeitung bis zum Layout. Große Schulen bieten 12- bis 18-monatige oder 2-jährige Kurse mit 4 Semestern an. In diesen Kursen erfolgt die Ausbildung jeweils additiv in den

Vertiefungen des Berufes: normalerweise jeweils eine 6-monatige Phase für jeden Bereich Grafikdesign, Webdesign, 3D-Modellieren, 3D-Animationfilm.

Die drei größten Städte in Vietnam sind Hanoi (im Norden), Danang (in der Mitte) und Ho-Chi-Minh-Stadt (im Süden), die den Großteil der Ausbildungszentren und Schulen für Mediengestaltung Digital und Print belegen. Um die gegenwärtige Situation der Berufsausbildung im Land noch differenzierter zu erfassen, ist es notwendig, Ausbildungsinhalte sowie -struktur und -zeitraum von etwa 30 der bekanntesten Ausbildungseinrichtungen in diesen Städten tiefer zu untersuchen.

Nr	Ausbildungszentren und Schulen in Hanoi	Ausbildungszentren und Schulen in Danang	Ausbildungszentren und Schulen in Ho-Chi-Minh Stadt
1	Schule für Technologie und Kommunikation VnSkills	Schule für Ausbildung Zone Media Education	Arena Multimedia HCM Stadt
2	Ausbildungszentrum VITA – Viet Tam Duc	Ausbildungszentrum H.O.C Danang	3DKID Grafik
3	Ausbildungszentrum HDMotion	FPT Polytechnic	FPT-Arena Ho Chi Minh Stadt
4	FPT-Arena Hanoi	Zentrum für Architektur und Grafik Arch One	Sai Gon Grafik
5	VIETGRAPHICS	Hoa Sen College in Danang	Ausbildungseinrichtung für Informatik an Universität für Naturwissenschaften
6	Enter Focus Academy		Grafikausbildungszentrum von der Hochschule für bildende Künste HCM Stadt
7	Ausbildungszentrum Hochhietkedohoapro		New Age Informatik - IDC
8	EduVie		REDSUN Trainingszentrum
9	Schule für Design und Ausbildung Art Creative		Green Academy
10	Arena Multimedia Hanoi		Hoa Sen Informatikzentrum
11			Nhat Nghe Informatikausbildungszentrum

Tabelle 7. Die bekanntesten Ausbildungseinrichtungen für Mediengestaltung Digital und Print in Vietnam

(vgl. <https://toplist.vn/top-list/trung-tam-dao-tao-thiet-ke-do-hoa-tot-nhat-ha-noi-7391.htm>)

(vgl. <https://toplist.vn/top-list/trung-tam-dao-tao-thiet-ke-do-hoa-tot-nhat-tp-ho-chi-minh-7278.htm>)

(vgl. <https://toplist.vn/top-list/trung-tam-dao-tao-nghe-thiet-ke-do-hoa-tot-nhat-da-nang-15563.htm>)

(Genauere Liste der bekanntesten Ausbildungseinrichtungen, siehe Anlage B)

Alle Ausbildungseinrichtungen für Multimedia bieten Schulungen zur Verwendung von Software-Technologien an. Im Vergleich zu den idealtypischen Arbeitsprozessen (vgl. 3.2.2 in Kapitel 3) wird anerkannt, dass zur Bewertung der ganzheitlichen Berufsausbildung von Multimedia die Ausbildung in Berufsschulen in vielfältigen Aspekten berücksichtigt werden sollte, wie Ausbildungszeit, Handzeichnung für Skizze, Fachkenntnis der Gestaltung, Kundeninteresse, Durchführung des Projektes im Umgang mit anderen Mitgliedern im Team etc. Die folgende Tabelle wird erstellt, damit die genannten Faktoren konfrontiert und verglichen werden, um Widersprüche zwischen den vorhandenen beruflichen Ausbildungsprogrammen und den Anforderungen in den Arbeitsprozessen der Handlungsfelder des Mediengestalters zu erfassen.

Nr	Berufsausbildungs- einrichtungen	Zeit der Ausbildung				Inhalte der Ausbildung					
		1-2 Monate Kurzzeit- ausbildung mit Software	6 Monate	12-18 Monate	2 Jahr (4 Semester) oder mehr	Hand- zeichnung für Skizze	Prinzipien der Gestaltung	Kunden- orientierung	Konzept aufbauen	Präsentation für Kunden	Projekt/ Gruppen- arbeit
1	Arena Multimedia Ho Chi Minh Stadt				X		X		X		X
2	3DKID Grafik	X									
3	FPT-Arena Ho Chi Minh Stadt				X		X		X		X
4	Sai Gon Grafik	X									
5	Ausbildungs- einrichtung für Informatik an Universität für Naturwissenschaften	X	X	X			X				
6	Grafikzentrum von der Hochschule für bildende Künste HCM Stadt	X		X		X	X	X	X		
7	New Age Informatik - IDC	X		X		X	X	X			

8	REDSUN Trainingszentrum	X	X								
9	Green Academy		X								X
10	Hoa Sen Ausbildungseinrichtung für Informatik	X	X	X		X	X				X
11	Nhat Nghe Informatik- schulungszentrum	X									
12	Nhan Dao				X	X	X				
13	Ausbildungszentrum ITAXA	X									
14	iSpace				X		X				
15	Hung Vuong				X						
16	Arena Multimedia Hanoi				X		X		X		X
17	VnSkills Multimedia	X									
18	Ausbildungszentrum VITA – Viet Tam Duc	X									
18	FPT-Arena Hanoi				X		X				X
19	Hochthietkedohoapro	X									
20	VIETGRAPHICS	X									
21	DHMotion	X									

22	EduVIE	X						X			
23	Zone Media Education	X									
24	Hocvietnam	X					X				
25	FPT Polytechnic				X		X				
26	Architektur- und Grafikzentrum Arch One		X			X	X				
27	Hoa Sen College Da nang	X			X		X				
% von 27 Ausbildungs- einrichtungen		67%	18.5%	15%	33%	18.5%	52%	11%	15%	0%	22%

Tabelle 8. Reale Berufsausbildung des Berufes Mediengestalter Digital und Print in Vietnam

Widersprüche zwischen der beruflichen Ausbildung und den Anforderungen der beruflichen Arbeitswelt

Zunächst sollen die Ergebnisse der Analysen von 27 Ausbildungseinrichtungen zusammengefasst werden, wobei sich folgendes Gesamtbild ergibt:

- Dass 67% der bekannten Ausbildungseinrichtungen die Kurzeitusbildung fokussiert auf die Verwendung von Software-Technologie anbieten, zeigt, dass diese Ausbildungsform in Vietnam dominiert.
- 18% der Schulen bieten 6-monatige Kurse und 15% 12- bis 18-monatigen Kurse an. Damit wird deutlich, dass eine erweiterte Ausbildung bisher als unattraktiv für Bewerber erscheint.
- Dass nur 33% der Schulen die 2-jährige Ausbildung anbieten und Kurse organisieren, die auf breiteres Wissen und Können im Beruf des Mediengestalters zielen, weist darauf hin, dass 2/3 der anderen Schulen keine ganzheitliche Ausbildung verfolgen.
- Nur 18,5% der untersuchten Bildungsstätten berücksichtigen in ihren Schulungsprogrammen die Befähigung zum Handzeichnen von Skizzen für eine schnelle Kommunikation, z. B. mit Kunden. 15% der Schulen berücksichtigen Planung und Aufbau des Designkonzeptes. Diese Befunde verifizieren, dass nur die Befähigung zur Verwendung der Software-Technologien als Hauptfachkompetenz angesehen wird.
- Fachkenntnis der Gestaltung spielt eine wichtige Rolle für alle Bereiche der visuellen Gestaltung. Aber nur 52% der untersuchten Ausbildungseinrichtungen berücksichtigen diesen Faktor.
- Nur von 11% der Bildungsstätten werden Kundenorientierung und der Umgang mit sehr verschiedenen Kunden bei der Gestaltung von Designlösungen als wichtig angesehen. D. h., am Kunden orientierte Gestaltungslösungen werden völlig unterschätzt.
- Auszubildende in nur 22% der Schulen können Projektlernen organisieren, bei dem Teamfähigkeit und kommunikative Kompetenzen der Lernenden für eine praxisnahe Gestaltung von Designlösungen entwickelt werden.

Aus den Ergebnissen der Analyse kann man zusammenfassen, dass der gegenwärtigen Berufsausbildung des Berufes Mediengestalter/in Digital und Print in Vietnam noch viele wichtige Aspekte fehlen. Die populäre Ausbildungsform umfasst kurzfristige Kurse für Training zur Verwendung der Software-Technologien, die 1 bis 2 Monate dauern. Diese Zeitspanne erscheint schon für das *Anlernen bestimmter Arbeitstätigkeiten* in einem Unternehmen zu kurz. Die Schulung zu praktischen Werkzeugen wie schnelle Skizzen per Hand und

Grundprinzipien der Gestaltung fehlen ebenso, wie die sich aus der Kundenorientierung ergebenden Anforderungen in Bezug auf Human- und Sozialkompetenzen. Man kann dieses Konzept evtl. mit den „Skills“ nach dem US-amerikanischen Skillingsystem in der Berufsausbildung vergleichen, wobei in diesem System die Unternehmen zuständig sind. Zum *Erlernen des Berufes*, der in den drei Handlungsfeldern ausgeübt werden soll, genügt dieses Konzept nicht den Anforderungen in Vietnam. Auch für eine erweiterte Ausbildungsdauer von 6 bis 12 Monaten trifft diese Einschätzung etwas abgemildert zu. Möglicherweise könnte mit diesen erweiterten Kursen eine Grundlagenbildung für den Beruf erfolgen, die über Weiterbildung vertieft werden kann.

Aus den Untersuchungen zu den idealtypischen Arbeitsprozessen (GP 3.2.2) kann man erkennen, dass sich die Arbeitsanforderungen an wirkliche *Facharbeit* aus verschiedenen und komplexen Arbeitsaufträgen ergeben, wie die Zusammenarbeit mit Kunden in Kundenketten, Grundwissen zur Ästhetik und Machbarkeit von Mediendesign, differenzierte Planungen für wechselnde Produkte, Produktpräsentationen für unterschiedliche Zielgruppen etc., woraus sich dann auch Auswahl und Einsatz der notwendigen technischen Mittel ergeben; traditionelle Techniken ebenso, wie die Mittel moderner Software-Technologien. Verbunden mit diesen Anforderungen im Arbeitsprozess sind zunehmend auch Denk- und Arbeitsweisen zur kostenoptimierenden Gestaltung von Designlösungen erforderlich. Auf die bei all diesen Arbeitsaufträgen in Prozessketten anfallende Teamfähigkeit als immanenten Bestandteil von Handlungskompetenz des Mediengestalters sei nochmals ergänzend hingewiesen. Bei der Ausbildung von Mediengestaltern erscheinen die Defizite bei den Schulungen zu solchen so genannten „Softskills“ besonders hoch zu sein. Zwar werden insgesamt in Vietnam seit einigen Jahren von Bildungszentren Trainingskurse für verschiedene Berufe angeboten, aber für die Ausbildung zum Mediengestalter – einen vergleichsweise sehr jungen Beruf mit noch nicht entwickelten Ausbildungstraditionen – trifft das bisher nur wenig zu.

Insgesamt bestätigen diese Befunde der Analyse ein grundsätzliches Defizit in Vietnam: die mangelnde Verbindung zwischen Berufsausbildung mit der Berufspraxis im Arbeitsleben. Dieses Defizit ist letztlich strukturell im Bildungssystem begründet, d. h. seitens der Bildungspolitik und deren Institutionen einerseits sowie der Wirtschaft mit ihren Verbänden andererseits, gibt es in der Einflussnahme auf die Berufsausbildung keine Koordinierung. Folglich fehlen auch gesetzliche Regelungen für eine Verbindung der Berufsausbildung mit der Berufspraxis in Unternehmen. Eine Zusammenarbeit zwischen Berufsschulen und Unternehmen als mögliche Praxispartner kann folglich – wenn überhaupt – nur auf individuelle Initiative einzelner Bildungsstätten stattfinden und sichert keine gesellschaftlichen Effekte für das Land.

4.2.4 Vorhandene Curricula für Mediengestaltung Digital und Print in Vietnam

Die Berufsgruppe/Berufsfelder der "Computer und Informatiktechnologie" in Vietnam umfassen viele Handlungsfelder wie: Informatik für Softwaresanwendung, Programmierung, Computerreparatur, Grafikdesign, Webdesign, Informatik für die Arbeit im Büro, Technisches Zeichnen und Entwurf im Computer (für technische Zeichnung von Bauwesen und Mechanik), Datenbankverwaltung, usw. (vgl. https://www.thongtintuyensinh.vn/Cac-nghe-dao-tao-he-cao-dang-nghe_C183_D4546.htm; übersetzt vom Verfasser).

Von dieser Berufsgruppe sind Grafikdesigner und Webdesigner einzelne Berufe, um die Bedürfnisse der Kommunikation zu decken und Werbezwecken für Unternehmen zu dienen. Wie im Kapitel 3 beschrieben, sind in Vietnam Grafikdesign, Webdesign und Digitalfilmherstellung drei Handlungsfelder des Berufes Mediengestalter Digital und Print. Auf Ebene der Grundstufe der Berufslehre/Kurzzeitausbildung (unter 1 Jahr) werden im Land diese drei Handlungsfelder in vielen Berufsbildungseinrichtungen ausgebildet. Auf Ebene der Mittel- und Oberstufe der Berufslehre gibt es jedoch alte Curricula für Grafikdesign und Webdesign, aber noch kein Curriculum für Digitalfilmherstellung. Diese Curricula wurden im Jahr 2009 vom Ministerium für Arbeit, Invaliden und soziale Angelegenheiten herausgegeben, aber sind in den Berufsschulen noch nicht verbreitet, werden in ihrer strategischen Bedeutung nicht erkannt und sind häufig nicht beliebt. Wie im GP 4.2.1 analysiert, dominiert bislang die Kurzzeitausbildung für diese Handlungsfelder.

Die Curriculumentwicklung differenziert sich nach den Qualifikationsebenen in der Ausbildung von Fachkräften. Danach gibt es zwei Typen der Curricula für Grafikdesign und zwei Typen für Webdesign, einen Typ auf Ebene der Mittelstufe der Berufslehre (2 Jahre) und einen Typ auf Ebene der Oberstufe der Berufslehre (2,5 Jahre für Grafikdesign oder 3 Jahre für Webdesign). Diese Differenzierung der Kursdauer von zwei Typen der Curricula bewirkt, dass die Zahl und das inhaltliche Volumen der Fächer und Module im Curriculum der Oberstufe der Berufslehre höher sind, als im Curriculum der Mittelstufe der Berufslehre. Die anderen Orientierungen sind bei beiden Ebenen fast gleich. Deshalb sollte das Curriculum der Oberstufe der Berufslehre vorrangig analysiert werden. Dies erscheint dem Verfasser ausreichend für die Erfassung der curricularen Vorgaben für die Ausbildung in den Handlungsfeldern Grafikdesigns und Webdesigns an Berufsschulen in Vietnam. Der Unterschied des Curriculums auf Ebene der Mittelstufe wird im Vergleich mit dem auf Ebene der Oberstufe genannt.

(vgl. <https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Lao-dong-Tien-luong/Thong-tu-20-2009-TT-BLDTBXH-quy-dinh-chuong-trinh-khung-trinh-do-trung-cap-cao-dang-nghe-nhom-nghe-may-tinh-cong-nghe-thong-tin-90364.aspx>; übersetzt vom Verfasser)

4.2.4.1 Analyse des Curriculums für Grafikdesign auf Ebene der Oberstufe der Berufslehre

a. Zielschwerpunkte der Ausbildung

Entsprechend der allgemeinen Vorgaben des Ministeriums (siehe 4.1) gibt es 3 Zielbereiche für die Ausbildung: in diesem Beruf: 1.) Berufliches Wissen und Können zur Entwicklung von Handlungskompetenz, 2.) Politik, politische Ethik, Körperpflege und Landesverteidigung, 3.) Chancen auf einen Arbeitsplatz. Wie genannt, ist der 2. Teil gemeinsam für alle Curricula an den staatlichen Schulen in Vietnam. Dieses politische Pflichtziel ist als Vorschrift gleich für das ganze Land und bezieht sich nicht direkt auf die Ausbildungsinhalte eines jeden Berufes. Deshalb wird auf ausführliche Ziele und Inhalte des Zielbereiches "Politik, politische Ethik, Körperpflege und Landesverteidigung" in dieser Dissertation nicht näher eingegangen. Das heißt, die zwei Zielbereiche "berufliches Wissen und Können" sowie "Chancen auf einen Arbeitsplatz" werden im Folgenden vertieft analysiert.

Berufliches Wissen und Können zur Kompetenzentwicklung

Das Curriculum vermittelt den Lernenden die Fachkenntnisse und praktischen Fähigkeiten in Arbeitstätigkeiten im Grafikdesign. Nach dem Absolvieren können Lernende kreativ sein und die Techniken sowie Technologien anwenden, um Probleme des Grafikdesigns zu lösen. Die Lernenden können selbständig arbeiten, ihren Lebensunterhalt verdienen oder in der Gruppe arbeiten. Die Lernenden müssen moralisch sein, Disziplin einhalten, die Fähigkeit haben, selbst zu lernen oder und sich weiter zu qualifizieren. um ihre Qualifikationen zu verbessern. Das Curriculum orientiert für die Gestaltung der Ausbildung auf Leistungsdispositionen aus folgenden Wissens- und Könnensbereichen:

Leistungsdispositionen aus wesentlichen Wissensbereichen:

- Grundkenntnisse der Informationstechnologie;
- Vertiefende Kenntnisse zur Nutzung der Informationstechnologien in den Grafiktechniken;
- Grundkenntnisse des technischen Zeichnens und industriellen Designs;
- Grundkenntnisse der Ästhetik, z. B. zum Verhältnis von Kunst und Natur sowie von Kunst und Wirklichkeit
- Vertiefende Kenntnisse zur Ästhetik der graphischen Gestaltung menschlicher Gebiete der Lebensgestaltung, wie Wohnen, Alltag, Architektur etc.

Leistungsdispositionen aus wesentlichen Könnensbereichen:

- Schüler können Computer und Peripheriegeräte anschließen und steuern sowie verschiedene Software zu nutzen;

- sie beherrschen die Handhabung der Informationstechnologien in Kontexten der grafischen Techniken
- Schüler können Dienstleistungen des Grafikdesigns übernehmen, z. B., Erstellen von technischen Zeichnungen, Büchern, bildender Kunst, Werbebildern, Dienstleistungen in Bezug auf digitale Fotografie, Videos.
- Schüler können Dienstleistungen in Bezug auf Kontexte des Webdesigns ausführen
- Schüler können Zeichnungen, Illustrationen erstellen, die sich auf industrielles Design beziehen.

(vgl. Ministerium für Arbeit, Invaliden und soziale Angelegenheiten 2009; frei übersetzt und ergänzt vom Verfasser)

Diese Leistungsdimensionen zeigen, dass sich das Curriculum ausschließlich auf die Entwicklung technischer Fachkompetenzen konzentriert. Das Ausbildungsziel zur Herausbildung von Fachkenntnissen zum Handzeichnen und Zeichnen auf Computer ist deutlich und rechtmäßig. Im Vergleich zum idealen Arbeitsprozess (siehe Kapitel 3) orientiert dieses Curriculum nicht auf Wissen und Können, mit Kunden zu arbeiten, mit Kollegen zu kommunizieren, nicht auf Wissen über die Organisation von Arbeitsgruppen und die Berechnung von Kosten, nicht auf Projektlernen, nicht auf Kenntnisse über Präsentation, Drucktechnik und Zusammenarbeit mit Druckdiensten u. a. Hier liegen wesentliche Defizite, die bei der Weiterentwicklung des Berufsbildes sowie des Curriculums und der Nachfolgedokumente überwunden werden müssen.

Chancen auf einen Arbeitsplatz

Lernende können nach dem Abschluss:

- in technischen Zeichnungsbranchen wie Bauwesen, Architektur und Mechanik arbeiten.
- in gestaltungsbezogenen Branchen wie Werbung, Modedesign arbeiten.
- in Unternehmen, Agenturen, Organisationen arbeiten, die Zeitungen und Zeitschriften veröffentlichen.
- Webseiten in zahlreichen Anwendungen gestalten.
- in Agenturen und Unternehmen arbeiten, die in Verbindung mit der Nutzung und Umsetzung von Multimedia-Technologie stehen.

(vgl. Ministerium für Arbeit, Invaliden und soziale Angelegenheiten 2009; übersetzt vom Verfasser)

Die Chancen, in technischen Zeichnungsabteilungen für Bauwesen, Architektur, Maschinenbau/Mechanik u. a. Branchen zu arbeiten, sind noch nicht typisch für Grafikdesigner in Vietnam und bisher wenig entfaltet, obwohl ein Grafikdesigner diese

Arbeitsbereiche mit übernehmen könnte. Die Entwicklung der Arbeitsbefähigung des Grafikdesigns erfolgt durchaus umfangreich und ein Grafikdesigner kann in der Lage sein, mit der Anwendungssoftware technische Zeichnungen für Bauwesen, Architektur oder Maschinenbau/Mechanik zu erstellen. Das würde aber eine stärkere Befähigung zur Kommunikation und Teamarbeit erfordern, was gegenwärtig nicht gewährleistet werden kann.

Die Erstellung technischer Zeichnungen ist gegenwärtig eine streng geteilte Aufgabe der Facharbeiter in den Branchen Bautechnik etc. – also für andere Facharbeiterberufe, die für diese Branchen speziell ausgebildet werden. Sichtweisen für einen breiten Brancheneinsatz von bestimmten Berufen (neben Mediengestaltern auch IT Berufe u. a.) oder zu einem berufsübergreifenden Arbeiten in den Branchen sind noch wenig entwickelt. Hier erkennt man einen allgemeinen falschen Gedanken zur Entwicklung von Einsatzmobilität in der Ausbildung Vietnams, den es zu überwinden gilt. Neben dem Einsatz eines Berufes in definierten Branchen (hier Mediengestalter in Medienbranchen) verfügt ein Beruf über Kompetenzpotenziale, die auch einen Einsatz für bestimmte Arbeiten in anderen Branchen ermöglichen (hier Gestaltungsarbeiten durch Mediengestalter in den o. g. Branchen Bautechnik etc.) Die erforderlichen Schnittstellenqualifikationen zur Kommunikation und Teamarbeit mit anderen Berufen dieser Branchen sind durch Weiterbildung in den jeweiligen Branchenkontexten zu erwerben. Das erfordert natürlich eine völlig neue Haltung gegenüber der Entwicklung von Kommunikation und Teamarbeit während der Ausbildung selbst – ein Defizit, auf das wiederholt hinzuweisen ist.

Die anderen Arbeitschancen wie Arbeitsplätze für Werbung, Modedesign, Zeitungen und Zeitschriften sind im Grafikdesign für Print deutlich erkannt und unstrittig. Für den Arbeitsplatz als Webdesigner können Grafikdesigner einen Teil des Webdesigns ausführen, d. h., die Layouts der Seiten in der Webstruktur gestalten, weil die Gestaltung jeder Seite im Web ähnlich wie die Gestaltung eines Printproduktes ist, z. B. Gestaltung und Anordnung der Typografie, Bilder, Grafiken, Logos auf dem Seiten-Layout. Aber Grafikdesigner können nicht die Webseite programmieren und sie im Internet veröffentlichen. Webdesign ist wesentlich ein eigenes Handlungsfeld. Dies zeigt, dass das Konzept des Ausbildungsziels für Grafikdesign mit anderen Berufen überlappt (vgl. Kapitel 3).

b. Zeitraum des Ausbildungsprogramms und Mindestlernzeit

Die Lernzeit für Grafikdesign auf Ebene der Oberstufe dauert 2,5 Jahre, äquivalent 130 Wochen der Ausbildung. Bei der vorgeschriebenen Verteilung der Mindestlernzeit beträgt die Zeit für Lernen allgemeiner Pflichtfächer 450 Stunden und für Lernen beruflicher Pflichtfächer 2115 Stunden, d. h., das Verhältnis von allgemeinen und beruflichen Pflichtfächern ist mehr als 1/5. Die Mindestlernzeit beträgt 3255 Stunden, bestehend aus 2565 Stunden von

Pflichtfächern und 690 Stunden von Wahlpflichtfächern. Lernzeit der Theorie beträgt 932 Stunden und Lernzeit der Praxis beträgt 1183 Stunden. Dies entspricht nicht der im GP 4.1 genannten Regelung für die Aufteilung der Zeit zwischen Theorie und Praxis: Theorie macht 25% - 35% aus; Praxis beträgt 65% bis 75% (vgl. Punkt II vom Curriculum für Grafikdesign auf Ebene der Oberstufe der Berufslehre nach der Regelung des Rahmenlehrplans für Berufsgruppe der Computer- und Informatiktechnologie, 2009).

Die Lernzeit für Grafikdesign auf Ebene der Mittelstufe beträgt 2 Jahre, äquivalent 90 Wochen. Die allgemeinen Pflichtfächer sind identisch mit denen der Ebene Oberstufe, aber deren Lernzeit ist kürzer, nur 210 Stunden. Die Lernzeit von beruflichen Pflichtfächern ist auch kürzer. Die Mindestlernzeit beträgt 2550 Stunden, bestehend aus 2100 Stunden von Pflichtfächern und 450 Stunden von Wahlpflichtfächern (vgl. Punkt II vom Curriculum für Grafikdesign auf Ebene der Mittelstufe der Berufslehre nach der Regelung des Rahmenlehrplans für Berufsgruppe der Computer- und Informatiktechnologie, 2009).

c. Auflistung der Pflichtfächer, Lernzeit und Verteilung der Lernzeit

Zeichen der Fächer und Module	Fächer, Module	Ausbildungszeit (Stunde)			
		Gesamt			
			Theorie	Praxis	Prüfung
I	Allgemeine Pflichtfächer	450	220	200	30
MH 01	Politik	90	60	24	6
MH 02	Gesetz	30	21	7	2
MH 03	Sport	60	4	52	4
MH 04	Verteidigungs- und Sicherheitsausbildung des Landes	75	58	13	4
MH 05	Allgemeine Informatik	75	17	54	4
MH 06	Englisch	120	60	50	10
II	Professionelle Pflichtfächer	2115	711	1258	146
II.1	Grundlegende Pflichtfächer	780	336	388	56
MH 07	Spezialisiertes Englisch	120	55	55	10
MH 08	Matheanlage für Grafikdesign	90	42	42	6
MH 09	Datenbank und Datenbankverwaltungssystem	90	42	42	6
MH 10	Computernetzwerk und Internet	90	27	57	6
MH 11	Einführung in die Datenstruktur und den Algorithmus	90	42	42	6

MH 12	Analyse- und Designmethoden	90	42	42	6
MH 13	Arbeitssicherheit und Hygiene	30	13	15	2
MH 14	Einführung in die Programmierungstechnik	120	55	55	10
MĐ 15	Computerstruktur	60	18	38	4
II.2	Berufliche Pflichtfächer	1335	375	870	90
MH 16	Produktionsorganisation	60	28	28	4
MH 17	Grundlegende Kunst	90	27	57	6
MH 18	Grundlage der grafischen Technik	120	40	70	10
MH 19	Gestaltungsprinzip	90	42	42	6
MH 20	Grundlage der technischen Zeichnung	120	25	85	10
MĐ 21	Erstellen der technischen Zeichnung	90	27	57	6
MĐ 22	Grundlegende Bildverarbeitung	90	27	57	6
MĐ 23	Grundlegendes elektronisches Publizieren	90	27	57	6
MĐ 24	Webdesign	120	40	70	10
MĐ 25	Erstellen des 2D- und 3D-Modells	120	25	85	10
MĐ 26	Technik der Fotografie	120	25	85	10
MĐ 27	Digitales Peripheriegerät	90	27	57	6
MĐ 28	Abschlussarbeit	135	15	120	0
	Gesamt	2565	905	1487	173

Tabelle 9. Auflistung der Pflichtfächer, Lernzeit und Verteilung der Lernzeit für Grafikdesign

(vgl. Ministerium für Arbeit, Invaliden und soziale Angelegenheiten 2009; übersetzt vom Verfasser)

Wie genannt, sind nach der staatlichen Regelung 6 allgemeine Pflichtfächer gemeinsam in allen Curricula der beruflichen Bildung in Vietnam. Die professionellen Pflichtfächer werden in 2 Ebenen angeordnet: grundlegende Pflichtfächer (Zeichen von MH07 bis MĐ15) und berufliche Pflichtfächer (Zeichen von MH16 bis MĐ28). Die grundlegenden Pflichtfächer vermitteln die Kenntnisse über Grundlagen des Grafikdesigns und der Computertechnik sowie die Arbeitsbedingungen. Die beruflichen Pflichtfächer vertiefen die beruflichen Fachkenntnisse über Grafikdesign, Kunst, Computertechnik und das grafikbezogene Wissen wie Webdesign, Fotografie, technische Zeichnung. Man kann deutlich erkennen, dass es keine Orientierungen zur Arbeit mit Kunden, zur berufsübergreifenden Projektarbeit, zur Entwicklung der Sozial-, Humankompetenzen oder zur Teamarbeit gibt.

d. Richtlinie zur Anwendung des Curriculums für Grafikdesign

Richtlinien zur Anwendung des Curriculums umfassen die Anleitung zur Auswahl von Wahlfächern, der Organisation von Prüfungen und Anweisungen zu außerschulischen Bildungsaktivitäten, die außerhalb der Ausbildungszeit organisiert werden. Das Curriculum bietet die Liste der Wahlfächer als Referenz wie folgend an. Die Schulen können einige Fächer daraus anwenden.

Zeichen der Fächer	Wahlfächer	Ausbildungszeit (Stunde)			
		Gesamt			
			Theorie	Praxis	Prüfung
MH 29	Multimedia-Technologie	120	40	70	10
MH 30	Schaffen der Szenarien für die Multimedia-Technologie	60	28	28	4
MH 31	Animationsgrafik	60	18	38	4
MĐ 32	Einführung in das Gamedesign	90	27	57	6
MĐ 33	Fortschrittliches elektronisches Publizieren	90	27	57	6
MĐ 34	Erstellen der technischen Zeichnung für Bauwesen	90	27	57	6
MĐ 35	Fortschrittliche Bildbearbeitung	90	27	57	6
MĐ 36	Videoerstellung	90	27	57	6
	Gesamt	690	221	421	48

Tabelle 10. Auflistung der Wahlfächer und –module, Lernzeit und Verteilung der Lernzeit für Grafikdesign

Die Richtlinien zur Anwendung dieser Wahlfächer orientieren darauf, dass deren Auswahl auf folgenden Grundkriterien basiert:

- Gewährleistung gemeinsamer Ausbildungsziele des Berufs;
- Erfüllung des Arbeitsbedarfs in der Branche, jeder Region oder jedes einzelnen Unternehmens;
- Sicherstellung der vorgeschriebenen Ausbildungszeit.
- Sicherstellung des vorgeschriebenen Zeitverhältnisses zwischen Theorie und Praxis

(vgl. Ministerium für Arbeit, Invaliden und soziale Angelegenheiten 2009; übersetzt vom Verfasser).

Dies bedeutet, dass jede Schule das Recht hat, Wahlfächer auf der Grundlage der lokalen Nachfragen auszuwählen. In ländlichen Gebieten, in denen es keinen hohen Bedarf an Mediengestaltung gibt, können die Schulen das Fach "Fortgeschrittene Bildbearbeitung" wählen. Die Bildbearbeitung ist eine Aufgabe, die geschicktes Handwerk und Einfallsreichtum,

aber keine High-Tech-Maschinentechologie erfordert. Bildbearbeitung kann Facharbeitern helfen, alte Bilder zu korrigieren und zu erneuern. In der Industriezone, wo die Bauindustrie sich stark entwickelt, wird das Fach "Erstellen technischer Zeichnung für Bauwesen" bevorzugt ausgebildet. In der Großstadt, wo die Unterhaltungsindustrie wächst, werden die Fächer "Einführung in das Gamedesign", "Schaffen der Szenarien für die Multimedia-Technologie", "Animationsgrafik" ausgewählt.

e. Anweisung zur Organisation der Prüfung

Es gibt zwei Teile der Prüfungen: Theorie-Prüfung und Praxis-Prüfung. Im Inhalt der Theorie-Prüfung geht es um das theoretische Kernwissen des Berufsbildungsprogramms. Die theoretische Bewertung erfolgt auf einer 10-er Skala. Bei der Praxis-Prüfung geht es um die Kernkompetenzen aus den ausgebildeten Fächern im Ausbildungsprogramm. Die Bewertung der Ergebnisse anhand der Test- und Produktbewertungsskala erfolgt nach 4 Kriterien: Prozess, Produkt, Sicherheit, Einstellung. Die Form des Bewertungsformulars für die theoretischen und praktischen Prüfungsteile erfolgt gemäß der Regelung von der Allgemeinen Abteilung für Berufsbildung (vgl. Ministerium für Arbeit, Invaliden und soziale Angelegenheiten 2009; übersetzt vom Verfasser).

Nr	Fach	Prüfungsarten	Prüfungsdauer
1	Politik	Schriftliche Prüfung Fragen-Antworten-Prüfung Multiple-Choice-Prüfung	Maximal 120 Minuten
2	Fachkenntnisse und Kompetenzen		
	- berufliche Theorie	Schriftliche Prüfung Fragen-Antworten-Prüfung Multiple-Choice-Prüfung	Maximal 180 Minuten
	- berufliche Praxis	Praktische Prüfung	Maximal 24 Stunden
	- Abschlussmodul (Integration von Theorie und Praxis)	Theoretische und praktische Prüfung	Maximal 24 Stunden

Tabelle 11. Prüfungsorganisation für Grafikdesign

Es gibt keine Anweisung, dass die Evaluierung im Laufe des Unterrichts durchgeführt wird, Schüler Kritik geben, selbst bewerten und miteinander diskutieren können.

f. Anweisungen der außerschulischen Bildungsaktivitäten

Bei den Anweisungen zu außerschulischen Bildungsaktivitäten wird die Kooperation zwischen Schulen und Unternehmen genannt, aber nur in Form der Exkursion oder dem kurzen Praktikum, keine gesetzlich zwingende Zusammenarbeit, sondern nur eine beliebig

interpretierbare Formulierung wie: Es ist notwendig, zu ermöglichen, dass Lernende durch Praktika bei Agenturen für Grafikdesign praktizieren können (sinngemäß übersetzt). Für die Lernbedingungen wird ein kurzer Vorschlag gegeben: um die Effektivität und Wirksamkeit des Unterrichts zu gewährleisten, benötigen die Schulen die Ausstattung einiger spezialisierter Lernräume, aber es erfolgt keine deutliche Anweisung, was der spezialisierte Lernraum ist und wie seine materiell sächliche Ausstattung erfolgen sollte (vgl. Ministerium für Arbeit, Invaliden und soziale Angelegenheiten 2009; übersetzt vom Verfasser). Ergänzt sei, dass man auch keine weiteren Angebote zur detaillierten Beschreibung der Ziele und Inhalte der Fächer und Module findet.

4.2.4.2 Analyse des Curriculums für Webdesign auf Ebene der Oberstufe der Berufslehre

a. Ziel der Ausbildung

Gemäß der Richtlinie zum Aufbau des Curriculums gibt es auch für diese Ausbildung 3 Zielbereiche: 1.) Berufliches Fachwissen und Können, 2.) Politik, Ethik, Körperlichkeit und Verteidigung, 3.) Chancen auf einen Arbeitsplatz. Wie schon in GP 4.1 genannt, ist der 2. Teil für alle Curricula an den staatlichen Schulen in Vietnam einheitlich. Die Zielbereiche „berufliches Fachwissen und Können“ sowie „Chancen auf einen Arbeitsplatz“ werden im Folgenden vertieft analysiert.

Zielbereich: Berufliches Fachwissen und Können zur Kompetenzentwicklung

Das Curriculum orientiert auf die Entwicklung der gestalterischen und technischen Grundlagen sowie die fachliche Vertiefung im Handlungsfeld Webdesign. Absolventen dieses Ausbildungsprogramms sind in der Lage: Web-Systeme zu organisieren, zu entwerfen und zu erstellen; Informationen des aktiven Websystems zu verändern, zu aktualisieren und zu warten; Websysteme zu verwalten; Websystemprobleme zu behandeln; Webdesignprojekte zu organisieren und zu verwalten; Websysteme und Datenbanksysteme zu analysieren und zu entwerfen; E-Commerce anzuwenden. Absolventen müssen Ethik, professionelles Gewissen, Disziplin, industrielles Verhalten und Gesundheit haben, um sicherzustellen, dass sie nach dem Abschluss einen Arbeitsplatz finden können oder auf höherem Qualifikationsniveau weiter studieren.

Leistungsdispositionen aus wesentlichen Wissensbereichen:

- Beherrschung der grundlegenden Prinzipien von Web, Webdesign und Webadministration;
- Beherrschung des Entwurfs, der Verwaltung, des Betriebs und der Wartung von Web-Systemen;
- Beherrschung des Datenbankverwaltungssystems und dessen Betrieb;
- Verständnis von Entwicklungstools des Websystems und Datenbanken;

- Verständnis von Netzwerkverwaltungssoftware, Web und E-Mail;
- Verständnis von Projektmanagement der Informationstechnologie;
- Vertiefungen zur Analyse von Informationstechnologiesystemen;
- Verständnis von Viren, deren Angriffslogik und Informationssicherheit im Netzwerk;
- Verständnis von neuen Technologien zur Entwicklung und zum Betrieb von Websystemen;
- Verständnis von E-Commerce;
- Fachenglisch zur Informationstechnologie.

Leistungsdispositionen aus wesentlichen Könnensbereichen:

- Verwendung von Bildverarbeitungswerkzeugen und Grafikdesigns für das Web;
- Verwendung von Webdesign- und Entwicklungstools;
- Verwendung von Multimedia-Design-Tools im Internet (Animationbilder, ...);
- Verwendung von Web-Programmierungswerkzeugen zur Entwicklung von Webanwendungen;
- Netzwerkmanagement-Tools, Web und E-Mail betreiben;
- Datenbanksystemverwaltungstools betreiben;
- Fähigkeit zur Organisation und Verwaltung von Gruppen zur Implementierung von Webdesign-Projekten;
- Entwurf, Installation, Betrieb und Wartung der Web-Systeme;
- Probleme zu behandeln, die während des Betriebs des Websystems auftreten.

(vgl. Ministerium für Arbeit, Invaliden und soziale Angelegenheiten 2009; übersetzt vom Verfasser)

Diese Anforderungen an das Wissen und Können zeigen, dass das Curriculum sich ausschließlich auf technische Fachkenntnisse und Fachkompetenzen konzentriert. Im Vergleich zum idealen Arbeitsprozess (siehe Kapitel 3) verfügt dieses Curriculum über kein Wissen und keine Fähigkeiten, dass Schüler mit Kunden arbeiten, mit Kollegen kommunizieren. Man findet hier keine Analyse der Kundenvorgabe, keine Preiskalkulation, keine Kenntnisse über Präsentation.

Chancen auf einen Arbeitsplatz

Nach dem Abschluss können Auszubildende die Arbeitsplätze in Unternehmen für Webdesign, Webanwendungen, E-Commerce und Anwendungen der Informationstechnologie finden (vgl. Ministerium für Arbeit, Invaliden und soziale Angelegenheiten 2009; übersetzt vom Verfasser). Diese sind die richtigen und deutlichen Arbeitschancen.

b. Zeitraum des Ausbildungsprogramms und Mindestlernzeit

Das Ausbildungsprogramm für Webdesign auf Ebene der Oberstufe dauert 3 Jahre, äquivalent 131 Wochen der Ausbildung. Bei der vorgeschriebenen Verteilung der Mindestlernzeit beträgt die Zeit für Lernen allgemeiner Pflichtfächer 450 Stunden und für Lernen beruflicher Pflichtfächer 2385 Stunden, d. h. das Verhältnis von allgemeinen und beruflichen Pflichtfächern ist fast 1/5. Mindestlernzeit beträgt 3750 Stunden, bestehend aus 2835 Stunden von Pflichtfächern und 915 Stunden von Wahlpflichtfächern. Lernzeit der Theorie dauert 865 Stunden und Lernzeit der Praxis dauert 2435 Stunden. Dies entspricht der im GP 4.1 genannten Regelung für die Aufteilung der Zeit zwischen Theorie und Praxis: Theorie macht 25% - 35% aus; Praxis beträgt 65% bis 75% (vgl. Ministerium für Arbeit, Invaliden und soziale Angelegenheiten 2009; übersetzt vom Verfasser).

Die Lernzeit für Webdesign auf Ebene der Mittelstufe dauert 2 Jahre, äquivalent 90 Wochen. Die allgemeinen Pflichtfächer sind identisch mit denen der Ebene der Oberstufe, aber deren Lernzeit ist geringer, nur 210 Stunden. Die Lernzeit für die beruflichen Pflichtfächer ist auch geringer. Die Mindestlernzeit beträgt 2550 Stunden, bestehend aus 2100 Stunden für die Pflichtfächer und 450 Stunden für die Wahlpflichtfächer (vgl. Punkt II vom Curriculum für Webdesign auf Ebene der Mittelstufe der Berufslehre nach der Regelung des Rahmenlehrplans für Berufsgruppe der Computer- und Informationstechnologie, 2009).

c. Auflistung der Pflichtfächer und –module, Lernzeit und Verteilung der Lernzeit

Zeichen der Fächer und Module	Fächer, Module	Ausbildungszeit (Stunde)			
		Gesamt			
			Theorie	Praxis	Prüfung
I	Allgemeine Pflichtfächer	450	220	200	30
MH 01	Politik	90	60	24	6
MH 02	Gesetz	30	21	7	1
MH 03	Sport	60	4	52	4
MH 04	Verteidigungs- und Sicherheitsausbildung des Landes	75	58	13	4
MH 05	Allgemeine Informatik	75	17	54	4
MH 06	Englisch	120	60	50	10
II	Professionelle Pflichtfächer	2385	600	1698	87
II.1	Grundlegende Pflichtfächer	660	230	399	31
MĐ 07	Informatik für Büro / Microsoft Office	120	30	81	9
MĐ 08	Internet	60	20	37	3
MH 09	Grundlegende Programmierung	150	45	99	6

MH 10	Spezialisiertes Englisch	60	45	12	3
MH 11	Datenbank	135	45	86	4
MH 12	Datenstruktur und Algorithmus	135	45	84	6
II.2	Berufliche Pflichtfächer	1725	370	1299	56
MĐ 13	Grundlegende Webprogrammierung	150	45	99	6
MĐ 14	Design und Verarbeitung von Webbildern (Software Photoshop)	120	30	84	6
MĐ 15	Computer-Netzwerk	120	30	84	6
MĐ 16	Gestaltung des Web-Layouts (Software Photoshop)	120	30	84	6
MĐ 17	Organisation und Gestaltung der Webseite (Software Dreamweaver)	120	30	84	6
MĐ 18	PHP-Scripts und MySQL-Datenbanksystem	150	45	99	6
MH 19	Analyse und Entwurf des Informationssystems	120	40	6	4
MĐ 20	Webdesign-Projekt	60	0	60	0
MĐ 21	WebServer- und MailServer-Verwaltung	120	30	84	6
MĐ 22	Webmanagement-Programmierung (ASP.NET)	150	45	99	6
MH 23	Informationstechnologisches Projektmanagement	135	45	86	4
MĐ 24	Abschluss Praktikum	360	0	360	0
	Gesamt	2835	900	1824	111

Tabelle 12. Auflistung der Pflichtfächer und –module, Lernzeit und Verteilung der Lernzeit für Webdesign

(vgl. Ministerium für Arbeit, Invaliden und soziale Angelegenheiten 2009; übersetzt vom Verfasser)

6 allgemeine Pflichtfächer einzuhalten wird durch die staatliche Regelung des Rahmenlehrplans gefordert und diese Regelung ist für alle Curricula der beruflichen Bildung in Vietnam gültig.

Die professionellen Pflichtfächer werden in 2 Ebenen angeordnet: grundlegende Pflichtfächer (Zeichen von MĐ07 bis MH12) und berufliche Pflichtfächer (Zeichen von MĐ13 bis MĐ24). Die grundlegenden Pflichtfächer vermitteln die Kenntnisse über Grundlagen des Webdesigns, der Programmierung, der Datenbank sowie der Internetkenntnisse. Die beruflichen Pflichtfächer vertiefen die Fachkenntnisse über Programmierung, Computer-Netzwerk, Webmanagement, WebServer und das webbezogene Wissen wie Design und Verarbeitung von Webbildern. Die Fachkenntnisse der Programmierung und der Webmanagementtechnik sind im Vergleich zur Gestaltung der Webstruktur überwiegend. Es gibt keine Fachkenntnisse über Designgrundlagen und -prinzipien. Man kann deutlich erkennen, dass das Curriculum keine Orientierungen zum Wissen und Können in der Arbeit mit Kunden, der Präsentation für Kunden sowie auch keine Bedingungen für die Entwicklung der Sozial-, Humankompetenzen anbietet.

d. Richtlinie zur Anwendung des Curriculums für Webdesign

Die Richtlinie zur Anwendung des Curriculums umfasst die Anleitung der Auswahl von Wahlfächern, der Organisation von Prüfungen und Anweisungen zu außerschulischen Bildungsaktivitäten, die außerhalb der Ausbildungszeit organisiert werden. Das Curriculum bietet die Liste der Wahlfächer als Referenz wie folgend an. Die Schulen können einige Fächer von denen anwenden.

Zeichen der Fächer und Module	Wahlfächer	Ausbildungszeit (Stunde)			
		Gesamt			
			Theorie	Praxis	Prüfung
MĐ 25	Grafikdesign- und Zeichenwerkzeuge (Software Corel Draw)	120	30	84	6
MĐ 26	Multimedia-Design (Software Flash)	120	30	84	6
MĐ 27	Netzwerkadministrator	120	30	84	6
MĐ 28	Datenbankverwaltungssystem (SQL Server)	120	30	84	6
MĐ 29	Java-Technologie	90	30	54	6
MH 30	E-Commerce-Technologie	90	30	56	4
MĐ 31	Fortschrittliche Webprogrammierung (XML)	135	45	84	6
MH 32	Objektorientierte Analyse und Design	120	40	71	9
	Gesamt	915	265	601	49

Tabelle 13. Auflistung der Wahlfächer und –module, Lernzeit und Verteilung der Lernzeit für Webdesign

Die Richtlinie zur Anwendung dieser Wahlfächer orientiert darauf, dass deren Auswahl auf folgenden Grundkriterien basiert:

- Gewährleistung gemeinsamer Ausbildungsziele des Berufs;
- Erfüllung des Arbeitsbedarfs jeder Branche, jeder Region oder jedes einzelnen Unternehmens;
- Sicherstellung der vorgeschriebenen Ausbildungszeit.
- Sicherstellung des vorgeschriebenen Zeitverhältnisses zwischen Theorie und Praxis

(vgl. Ministerium für Arbeit, Invaliden und soziale Angelegenheiten 2009; übersetzt vom Verfasser).

Dies bedeutet, dass jede Schule in dieser Auswahl autonom ist und das Recht hat, Wahlfächer auf der Grundlage der lokalen Nachfragen auszuwählen. z. B., in ländlichen Gebieten, in denen es keinen hohen Bedarf an Technologie und wenige Ausstattung der modernen Maschine gibt, können die Schulen das Fach Grafikdesign- und Zeichenwerkzeuge (Software Corel Draw) wählen, d. h., sie sind die Orientierung der Gestaltung der Webstruktur überwiegend, usw. Die hochqualifizierte Technik wie Java-Technologie, fortschrittliche Webprogrammierung werden hier wenig angewendet.

e. Anweisung zur Organisation der Prüfung

Die Organisation der Prüfung für Webdesign ist genau wie die für Grafikdesign mit zwei Prüfungsteilen: Theorie-Prüfung und Praxis-Prüfung. Inhalt der Theorie-Prüfung ist das theoretische Kernwissen des Berufsbildungsprogramms. Die theoretische Bewertung wird auf einer 10-er Skala bewertet. Inhalt der Praxis-Prüfung sind die Kernkompetenzen aus den ausgebildeten Fächern im Ausbildungsprogramm. Die Bewertung der Ergebnisse an Hand der Test- und Produktbewertungsskala wird nach 4 Kriterien vorgenommen: Prozess, Produkt, Sicherheit, Einstellung. Die Form des Bewertungsformulars für die theoretischen und praktischen Prüfungsteile erfolgt gemäß der Regelung von der Allgemeinen Abteilung für Berufsbildung (vgl. Ministerium für Arbeit, Invaliden und soziale Angelegenheiten 2009; übersetzt vom Verfasser). Es gibt keine Anweisung, dass die Evaluierung im Laufe des Unterrichts durchgeführt wird, Schüler Kritik geben, selbst bewerten und miteinander diskutieren können.

Nr	Fach	Prüfungsarten	Prüfungsdauer
1	Politik	Schriftliche Prüfung Fragen-Antworten-Prüfung Multiple-Choice-Prüfung	Maximal 120 Minuten
2	Fachkenntnisse und Kompetenzen		

	- berufliche Theorie	Schriftliche Prüfung Fragen-Antworten-Prüfung Multiple-Choice-Prüfung	Maximal 180 Minuten
	- berufliche Praxis	Praktische Prüfung	Maximal 24 Stunden
	- Abschlussmodul (Integration von Theorie und Praxis)	Theoretische und praktische Prüfung	Maximal 24 Stunden

Tabelle 14. Prüfungsorganisation für Webdesign

f. Anweisungen der außerschulischen Bildungsaktivitäten

Ähnlich wie im Curriculum für Grafikdesign bietet das Curriculum für die außerschulischen Bildungsaktivitäten die Kooperation zwischen Schulen und Unternehmen an, aber nur in Form der Exkursion oder dem kurzen Praktikum. Eine gesetzlich verbindliche Zusammenarbeit sowie Prinzipien und Regelungen dafür werden nicht gefordert. Eine sehr allgemeine Orientierung lautet (sinngemäß übersetzt): Die Schulen/Ausbildungseinrichtungen sollen ermöglichen, dass Lernende durch Exkursion oder durch Praktika bei den webbezogenen Unternehmen und Webagenturen praktizieren können. Diese Orientierung ist inhaltslos und bleibt für eine Umsetzung unverbindlich. Man findet keine weiteren Angaben zur detaillierten Beschreibung der Ziele und Inhalte jedes Fachs sowie jedes Moduls.

Zusammenfassend zur curricularen Situation in Vietnam ist zu sagen, dass es bisher für eine Spezialisierung "Film" noch kein Curriculum gibt. Einzelne Bestandteile der Filmherstellung sind in die Spezialisierungen Print und Web als Wahlfächer integriert (siehe die Wahlfächer "Animationsgrafik" und "Videoerstellung" - vgl. Tabelle 10)

Kapitel 5 Berufliche Ausbildung in Deutschland

5.1 Zur Gesamtsituation der Berufsausbildung in Deutschland

5.1.1 Zum System der Berufsbildung in Deutschland

Duales System

Die Strategie der Entwicklung der Humanressourcen, insbesondere hochwertiger Arbeitskräfte, ist einer der wichtigsten Faktoren bei der Entwicklung der Sozioökonomie jedes Landes. Deutschland ist eines von den wenigen Ländern, die dank einer guten Strategie für die Entwicklung der Humanressourcen eine hohe sozioökonomische Entwicklung geschaffen haben, in der das duale Berufsbildungssystem als wirksames Ausbildungsmodell betrachtet wird.

Die berufliche Bildung in Deutschland erfolgt in den Betrieben und der Berufsschule nach dem so genannten "dualen System". Diese duale Ausbildung ist die häufigste Form der beruflichen Ausbildung im Land. Der theoretische Teil der Ausbildung wird in der Berufsschule vermittelt, der praktische Teil in einem Unternehmen. Schüler besuchen die Berufsschule in der Regel an ein bis zwei Tagen pro Woche. Welche Berufsschule sie besuchen, hängt vom Standort des Betriebs ab. Im Betrieb lernen und praktizieren sie ähnlich wie Facharbeiter an drei bis vier Tagen. Die Verteilung der Tage jeder Woche variieren je nach dem Ausbildungsjahr und dem Ausbildungsberuf. Alternativ gibt es Blockunterricht, bei dem Schüler abwechselnd bis zu acht Wochen am Stück die Berufsschule besuchen und im Betrieb arbeiten (vgl. <https://www.bq-portal.de/db/L%C3%A4nder-und-Berufsprofile/deutschland>).

Daher ist das Berufsbildungssystem in Deutschland eine Kombination vom Lernen in einem Umfeld, das der Produktionsrealität des Unternehmens nahekommt. Auszubildende lernen in Berufsschulen mit professioneller Kompetenz in Berufspädagogik eine Berufsausbildung in definierten Facharbeiterberufen/Berufsfeldern. Diese Ausbildung zielt sowohl auf die Entwicklung beruflicher Handlungskompetenz für die Ausübung eines Berufes als auch auf die Weiterführung allgemeiner Bildung ab. Unternehmen konzentrieren sich auf die Vermittlung von praktischen Kenntnissen und Kompetenzen, die der Produktionstechnologie des Unternehmens entsprechen. Aufgrund der Entwicklung dieser beiden kombinierten Fundamente wird das Berufsbildungssystem als duales System bezeichnet. Das in der alten Bundesrepublik Deutschland seit 1969 geltende Berufsbildungsgesetz wurde 2005 für die gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Veränderungen angepasst und gilt als Grundlage für die weitere Ausgestaltung des dualen Berufsbildungssystems. Dieses Gesetz enthält detaillierte und positive Regeln, die die soziale Verantwortung für die berufliche Bildung durch den Staat und die Wirtschaft gleichmaßen hervorheben. Gleichzeitig soll sichergestellt werden, dass soziale Gruppen, die an Berufsausbildung interessiert sind, hauptsächlich

Arbeitgeber und Arbeitnehmer mit ihren Institutionen und Verbänden (Arbeitgeberverbände, Gewerkschaften u.a.), einen entscheidenden Einfluss auf das Berufsbildungssystem, die Entwicklung von Berufsbildern und Curricula, das Zusammenwirken der Lernorte Berufsschule und Betrieb bzw. überbetriebliche Lernorte sowie die Sicherung aller Ausbildungskapazitäten nehmen. Darüber hinaus ist dieser Kodex auch die rechtliche Grundlage dafür, dass sich das duale Ausbildungssystem zu einem wichtigen Qualitätsstandard für berufliche Bildung in Deutschland entwickelt.

Die Prüfungen werden von anderen zuständigen Stellen organisiert und kontrolliert. Ungefähr nach der Hälfte der Ausbildungszeit ist eine Zwischenprüfung vorgesehen. Am Ende der Ausbildung wird die Abschlussprüfung abgelegt. Diese werden von den Handwerkskammern oder Industrie- und Handelskammern durchgeführt. Dazu wird ein Prüfungsausschuss eingerichtet. Die Berufsbildung wird mit dem **Gesellenbrief**, dem **IHK-Prüfungszeugnis** oder dem **IHK-Facharbeiterbrief** abgeschlossen. Ein bestimmter Schulabschluss wird gesetzlich nicht vorausgesetzt. Die Unternehmen definieren in der Praxis eigene Mindestanforderungen, z. B. Noten in wichtigen Fächern.

(vgl. <https://www.bq-portal.de/db/L%C3%A4nder-und-Berufsprofile/deutschland>)

Die Rechtsgrundlagen des dualen Systems werden durch das Berufsbildungsgesetz (BBiG) bzw. die Handwerksordnung, durch die Ausbildungsordnung des betreffenden Berufs und durch den jeweiligen Ausbildungsvertrag abgesteckt. Die Lernzeit dauert von 2 bis 3,5 Jahre. Duale Auszubildende bekommen eine monatliche Ausbildungsvergütung. Je nach den gezeigten Leistungen und dem Schulabschluss kann die Lernzeit verkürzt oder verlängert werden.

“Die Ausbildung im Betrieb wird durch den Bund und die Tarifpartner, anhand bundeseinheitlicher Ausbildungsordnungen geregelt. Die Ausbildung an der Berufsschule unterliegt der Aufsicht der einzelnen Bundesländer. Auf Bundesebene wird von der Kultusministerkonferenz ein Rahmenlehrplan beschlossen, der von den Bundesländern unverändert übernommen oder in eigene Lehrpläne umgesetzt werden kann.” (vgl. <https://www.bq-portal.de/db/L%C3%A4nder-und-Berufsprofile/deutschland>).

Schulberufssystem

Die andere Form der beruflichen Erstausbildung ist die schulische Ausbildung. Die Ausbildung für einen gesetzlich anerkannten Beruf erfolgt hier in vollzeitschulischer Form. Hier können staatliche Abschlüsse bzw. staatlich anerkannte Abschlüsse erworben werden. Nach einer erfolgreich absolvierten Ausbildung und einigen Jahren Berufserfahrung besteht auch die Möglichkeit bestimmte Fächer an einer Hochschule zu studieren. Die Voraussetzungen für die Zulassung zu einem Hochschulstudium werden im Einzelfall von der jeweiligen Hochschule geprüft (vgl. <https://www.bq-portal.de/db/L%C3%A4nder-und-Berufsprofile/deutschland>).

Nach dem Abitur können die Schüler nach den Vorschriften der Bundesregierung im Alter von 15-18 Jahren an einer Berufsausbildung teilnehmen. Dabei können sie die an der Schule vollzeitliche Ausbildungsform oder das duale Berufsausbildungssystem wählen.

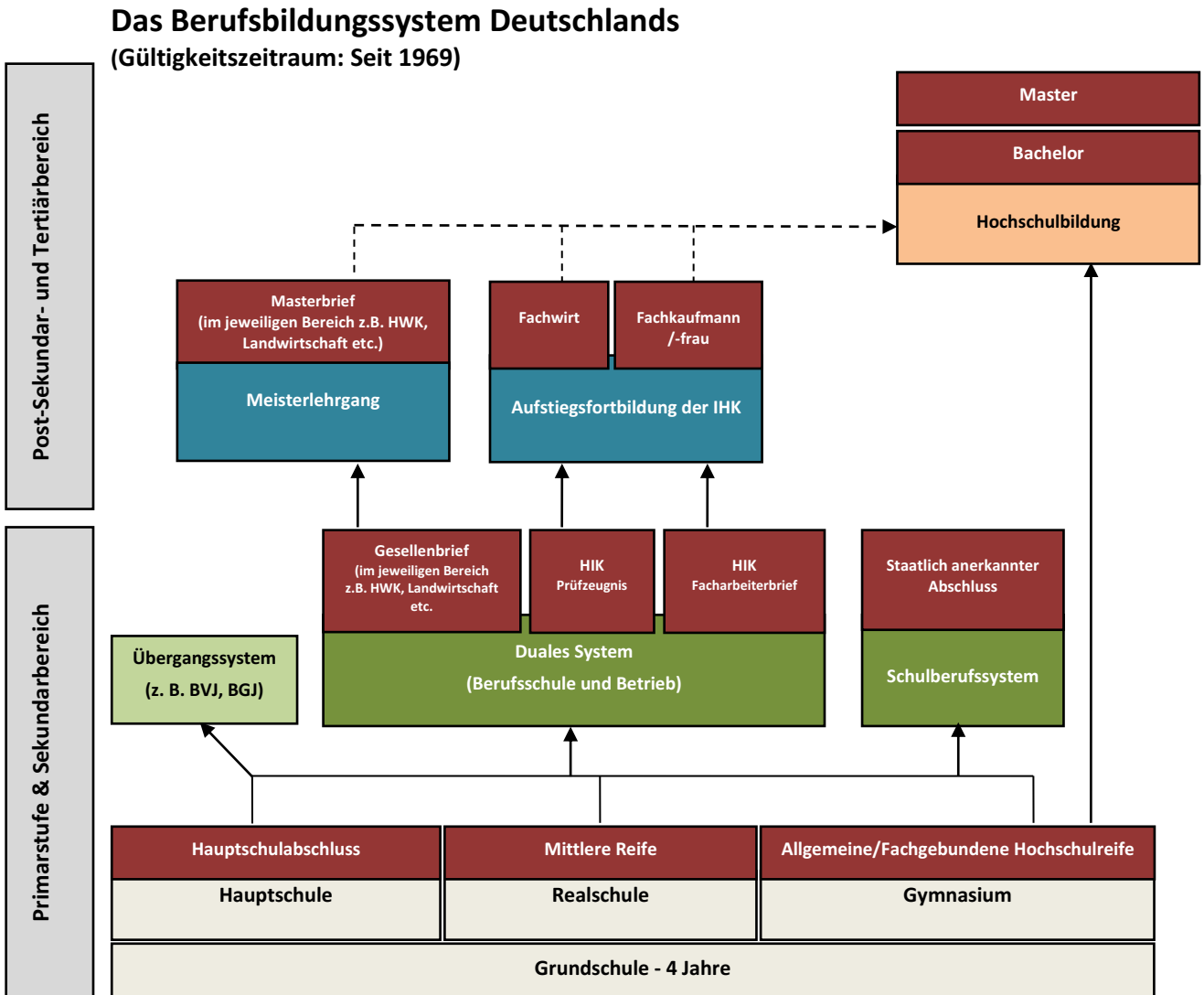


Abbildung 9. Das Berufsbildungssystem Deutschlands

(Quelle: Bundesministerium für Wirtschaft und Energie)

Konzept des „Ausbildungsberufes“ in Deutschland

In Deutschland spricht man vom Konzept der „Beruflichkeit“. D. h. *einerseits*, dass die Arbeit in Unternehmen beruflich zu organisieren ist, was durch die Arbeitsteilung und Gestaltung qualifizierter Facharbeit umgesetzt wird (vgl. z. B. BBiG, 2005, Rauner 2013, Seite 132 ff, Storz 2013, Seite 579 ff). Hilfsarbeiten und angelernte Tätigkeiten gelten nicht als qualifizierte Facharbeit, auch wenn es diese in der betrieblichen Realität gibt und dafür Arbeitskräfte

angelernt werden. Der Anteil der Facharbeit hat sich in Deutschland stetig erhöht und stellt bei vielen Berufen „technischer Richtungen“ (IT-Berufe gehören dazu) eine absolute Mehrheit dar.

Andererseits bedeutet „Beruflichkeit“, dass die Ausbildung von Facharbeitern nach staatlich anerkannten Ausbildungsberufen in definierten Berufsbildern erfolgt, die wirtschaftsorientiert zu Berufsfeldern geordnet werden, wie z. B. Bauberufe, Chemieberufe (Labor- und Prozessberufe) (vgl. z. B. Niethammer, Storz 2010, Seite 491). Nach dem Berufsbildungsgesetz (BiGG) gilt: „Anerkannter Ausbildungsberuf ist ein Facharbeiterberuf, der als Grundlage für eine geordnete und einheitliche Berufsausbildung sowie zu ihrer Anpassung an die technischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Erfordernisse durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie im Einvernehmen mit dem Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) staatlich anerkannt ist (§ 4 BBiG; § 25 HwO). Für einen anerkannten Ausbildungsberuf darf gemäß § 4 Abs.2 BBiG bzw. § 25 Abs.2 HwO nur nach der entsprechenden Ausbildungsordnung ausgebildet werden; in anderen als anerkannten Ausbildungsberufen dürfen Jugendliche unter 18 Jahren grundsätzlich nicht ausgebildet werden. Die Ausbildung endet mit der Ausbildungsabschlussprüfung.“ (vgl. <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/anerkannter-ausbildungsberuf-28310>).

Lernorte der beruflichen Bildung in Deutschland

In Deutschland gibt es für jedes Ausbildungsprogramm mindestens zwei Lernorte. Im dualen System erfolgt die Berufsausbildung in anerkannten Ausbildungsberufen an den Lernorten Berufsschule und Ausbildungsbetrieb, d. h., Schüler lernen sowohl an Berufsschulen als auch in Unternehmen, Firmen. „Die Berufsschule und die Ausbildungsbetriebe erfüllen in der dualen Berufsausbildung einen gemeinsamen Bildungsauftrag.“ „Das System wird als dual bezeichnet, weil die Ausbildung an zwei Lernorten stattfindet: im Betrieb und in der Berufsschule.“ (vgl. <https://www.kmk.org/themen/berufliche-schulen/duale-berufsausbildung.html>).

Gemäß dem Absatz 1, § 2 "Lernorte der Berufsbildung" vom Berufsbildungsgesetz (BBiG) wird die Berufsbildung in Deutschland an folgenden Lernorten durchgeführt:

- in Betrieben der Wirtschaft, in vergleichbaren Einrichtungen außerhalb der Wirtschaft, insbesondere des öffentlichen Dienstes, der Angehörigen freier Berufe und in Haushalten (betriebliche Berufsbildung),
- in berufsbildenden Schulen (schulische Berufsbildung) und
- in sonstigen Berufsbildungseinrichtungen außerhalb der schulischen und betrieblichen Berufsbildung (außerbetriebliche Berufsbildung)

- Überbetrieblichen Bildungsstätten (ÜBS) für kleine und mittlere Unternehmen (KMU), die allein nicht für einen Facharbeiterberuf, sondern eingeeignet nur für bestimmte betriebliche Qualifikationen ausbilden können.

Die Lernorte nach Absatz 1 wirken bei der Durchführung der Berufsbildung zusammen (Lernortkooperation, vgl. Jenewein 1998). Teile der Berufsausbildung können im Ausland durchgeführt werden, wenn dies dem Ausbildungsziel dient. Ihre Gesamtdauer soll ein Viertel der in der Ausbildungsordnung festgelegten Ausbildungsdauer nicht überschreiten (vgl. Berufsbildungsgesetz (BBiG)).

“Die Ausbildung am Lernort Betrieb regelt der Bund durch eine Ausbildungsordnung. Für den Lernort Berufsschule beschließt die Kultusministerkonferenz den Rahmenlehrplan für den berufsbezogenen Unterricht, der mit der entsprechenden Ausbildungsordnung des Bundes abgestimmt ist. Beide Ordnungsmittel bilden die gemeinsame Grundlage für die Ausbildung im dualen System.” (vgl. <https://www.kmk.org/themen/berufliche-schulen/duale-berufsausbildung/rahmenlehrplaene-und-ausbildungsordnungen.html>).

“In der deutschen Tradition ist der Lernort Betrieb ein fester Bestandteil der beruflichen Bildung. Im dualen bzw. kooperativen System der beruflichen Erstausbildung verbringen die Auszubildenden den Großteil der Ausbildungszeit in einem Ausbildungsbetrieb, um im Kontext der Facharbeit praxisrelevante berufliche Fähigkeiten und Fertigkeiten zu erwerben.” (Frommberger 2017).

Dezentrale Berufsbildung in Deutschland

Es gibt in Jugendberufsagenturen von Deutschland drei Sozialleistungsträger, die für die Arbeit der Jugendliche unter 25 Jahre alt zuständig ist: die Agenturen für Arbeit, die Jobcenter und die Träger der Jugendhilfe. Diese drei Institutionen arbeiten miteinander, damit junge Menschen die individuelle Unterstützung beim Übergang in die Ausbildung und die Arbeit erhalten. Diese Jugendberufsagenturen sind keine rechtlich selbstständigen Institutionen und arbeiten in dezentraler Verantwortung. Sie decken die regionalen und lokalen Handlungsbedarfe ab und passen sich den Rahmenbedingungen vor Ort an. Daher funktioniert die Arbeit der einzelnen Jugendberufsagenturen unterschiedlich. Außerdem arbeiten Jugendberufsagenturen dezentral noch mit folgenden Partnern zusammen: Jugendmigrationsdienste, Arbeitgeberorganisationen, Jugendgerichtshilfen.

(vgl. <https://www.arbeitsagentur.de/institutionen/jugendberufsagenturen>)

Es gibt auch einige dezentrale Ausbildungen in jedem Bundesland. Ein Beispiel ist die Ausbildung im Fachbereich Boot bei DLRG-Bootsführerschein des DLRG Landesverbandes Niedersachsen. Ein dezentraler Landesverband-Lehrgang ist ein fachspezifisches Ausbildungs-/Fortbildungsangebot, das auf Grund der bundeseinheitlich geltenden Regelungen in der

Verantwortung des Landesverbandes liegt und aufgrund der Bedarfsmeldung aus einem Bezirk, bei DLRG-Bootsführerschein auch Ortsgruppe, ergänzend zu dem Lehrgangsangebot des Landesverbandes angeboten werden soll (vgl. DLRG Landesverband Niedersachsen e.V. 2018).

Berufsbildungsforschung

Die Berufsbildungsforschung hat in Deutschland eine lange Tradition und hat sich besonders nach dem 2. Weltkrieg in beiden deutschen Staaten als eine mehrere Teildisziplinen integrierende Berufsbildungswissenschaft etabliert. Sie wurde nach der Wiedervereinigung im Jahre 1990 für die meisten Wirtschaftsbereiche als domänenspezifische Berufsbildungsforschung weiterentwickelt. Der „Beruf“, seine Entstehungsbedingungen, sein Profil, die Inhalte und Einflussfaktoren auf die Entwicklung der Facharbeiterberufe waren hierbei ein wesentlicher Forschungsgegenstand. Zur Vertiefung hierzu sei besonders auf zwei Handbücher verwiesen: Rauner (Hg.) „Berufsbildungsforschung“, 3. Auflage 2018 sowie Pahl/Herkner (HG.) „Berufsforschung“ 2013 mit zahlreichen Beiträgen in den verschiedenen Domänen.

An dieser Stelle sei nur kurz beschrieben, dass die Forschung der Berufsbildung in Deutschland die Aufgaben hat, die zentralen Herausforderungen für Innovation im deutschen Berufsbildungssystem zu bestimmen und die strukturelle Verbesserung der Berufsbildung zu erweitern. Für die Berufsbildungsforschung im Land gibt es die Fakultäten der Berufs- und Wirtschaftspädagogik an Universitäten, die Institutionen zur Berufsbildungsforschung, die aus unterschiedlicher Perspektive mit der Forschung zu Berufsbildungssystem, Qualifikations- oder Arbeitsmarktentwicklung befasst sind. Die Einrichtungen, die zur Berufsbildungsforschung beitragen, sind Institutionen und Verbände zur beruflichen Bildung, bestehend aus Ministerien Bund-Länder (berufliche Bildung), Landesausschüsse für Berufsbildung, Verbände (berufliche Bildung), Einrichtung zur Berufsbildungsforschung und fachlichen Beratung, Berufspädagogik an Universitäten, Fakultäten Berufs- und Wirtschaftspädagogik an Universitäten, universitäre Einrichtungen (berufliche Bildung) (vgl. <https://www.bildungsserver.de/Berufsbildungsforschung-8607-de.html>).

Einrichtungen zur Berufsbildungsforschung und fachlichen Beratung sind beispielsweise Arbeitsgemeinschaft Berufsbildungsforschungsnetz (AG BFN), die Berufsbildungsforschungsinitiative (BBFI), Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB), Schwerpunkt Berufsbildungsforschung am Bundesinstitut für Berufsbildung, Forschungsdatenzentrum im Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB-FDZ), die Deutsche Gesellschaft für Erziehungswissenschaft (DGfE), das Deutsche Handwerksinstitut e.V usw.

(vgl. <http://www.bildungsserver.de/Einrichtungen-zur-Berufsbildungsforschung-und-fachlichen-Beratung-3936-de.html>)

Zur Systematik von Facharbeiterberufen in Deutschland

Gemäß dem § 90 Abs. 3 Satz 3 vom BBiG hat das Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB) den gesetzlichen Auftrag, das Verzeichnis der anerkannten Ausbildungsberufe zu führen und zu veröffentlichen. Dieses Verzeichnis der anerkannten Ausbildungsberufe und das Verzeichnis der zuständigen Stellen wurden vom 19. Juni 2018 bekanntgemacht. (vgl. https://www.bibb.de/dokumente/pdf/verzeichnis_anerkannter_ausbildungsberufe_2018.pdf) Dieses Verzeichnis informiert über die Ausbildungsdauer, die Rechtsgrundlagen und die Zuordnung zu den Niveaustufen des Deutschen Qualifikationsrahmens (DQR) bei Aus- und Fortbildungsberufen. Eine Liste der staatlich anerkannten Ausbildungsberufe aus Quelle vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technik wurde auch veröffentlicht (vgl. <http://www.blaues-buch-gronau.de/downloads.html>).

Außerdem gibt es auch verbindliche Berufsbilder für bestimmte Regionen. Auf der Webseite vom Bundesinformationszentrum Landwirtschaft wird eine Berufsliste von 14 sogenannten "Grünen Berufen" erwähnt. Sie sind die Ausbildungsberufe im landwirtschaftlichen Bereich in Deutschland, z. B. Brenner, Fachkraft Agrarservice, Fischwirt, Forstwirt, Gärtner, Landwirt, Hauswirtschafter, Milchtechnologie, Milchwirtschaftlicher Laborant, Pferdewirt, Tierwirt, Winzer usw. Sie bieten jungen Menschen vielseitige und abwechslungsreiche Tätigkeiten (vgl. <https://www.bildungsserveragrar.de/ausbildung/gruene-berufe/>). Mit diesen Berufen bietet eine Vielzahl von Fort- und Weiterbildungsmöglichkeiten beispielsweise in Hessen, Kassel, gute Aufstiegsmöglichkeiten an und hilft, das eigene Wissen ständig den neuen Herausforderungen und Entwicklungen anzupassen und sich auf Dauer beruflich behaupten zu können (vgl. Landesbetrieb Landwirtschaft Hessen 2013).

Berufsfelder

Die Berufe sind zu bestimmten Berufsfeldern geordnet. Berufsfelder zeigen die zusammenfassende Bezeichnung für eine Gruppe inhaltlich oder funktional verwandter Ausbildungsberufe (vgl. z. B. Niethammer, Storz 2010 zu den chemiebezogenen Berufsfeldern „Labor- und Prozessberufe“). Es gibt viele Berufsfelder im Berufsbildungssystem in Deutschland, z. B. "Bau, Architektur, Vermessung", "Dienstleistung", "Elektro", "Gesundheit", "IT, Computer", "Kunst, Kultur und Gestaltung", "Landwirtschaft, Natur, Umwelt", "Medien", "Metall, Maschinenbau" usw. (vgl. <http://planet-beruf.de/schuelerinnen/mein-beruf/berufsfelder/>) (vgl. <https://www.arbeitsagentur.de/bildung/ausbildung/erkunde-die-berufsfelder>). Diese Berufsfelder sind verbindlich für das Land. Der Beruf Mediengestalter/in Digital und Print gehört zum Berufsfeld "Kunst, Kultur und Gestaltung".

5.1.2 Curriculare Grundlagen für die berufliche Bildung in Deutschland

Zentrale Curricula/Lehrpläne als Ordnungsmittel für das ganze Land

Die Forschungen zu und die Entwicklung von Ordnungsmitteln stellen in Deutschland einen wesentlichen Teil der Berufsbildungsforschung dar (vgl. z. B.: Kremer, Sloane 2000, Gerds 2001, Storz 2005). Von diesen Autoren wird differenziert in:

- Makroebene: Berufs- und Ordnungsmittelforschung und -gestaltung mit normativen Orientierungen und Bezugssystemen zur Sicherung von Beruflichkeit.
- Mesoebene: Umsetzung der Ordnungsmittel im Kontext der Gestaltung von (branchenbezogenen und betrieblichen) Innovationen und Veränderungen sowie der Organisationsentwicklung an den Lernorten.
- Mikroebene: didaktisch-organisatorische Gestaltung von Lehr- und Lernprozessen an den Lernorten.

Die Mesoebene ist ein Gestaltungsraum, dessen Bedeutung und Spielräume im Zuge der Flexibilisierung beruflicher Bildung durch Neuordnung der Facharbeiterberufe in den letzten Jahren gewachsen ist. Hier werden inhaltliche und organisatorische Voraussetzungen für die Umsetzung der zentralen Ordnungsmittel (Makroebene) unter den jeweiligen Bedingungen geschaffen und Konzepte für die Mikroebene gefördert oder auch gehemmt (vgl. Niethammer 2004). Bedeutungszuwachs auf der Mesoebene heißt demzufolge auch, dass sich ihr die Curriculumforschung verstärkt zuwenden muss.

Die Curriculumforschung untersucht, wie und mit welchen Instrumenten das Erarbeitungs-, Abstimmungs- und Umsetzungsverfahren der Ordnungsmittel zu gestalten ist (vgl. Gerds, Fischer, Dietmer /2002/, S. 5). War die Berufsbildungsforschung nach Auffassung der Autoren bis in die 1990er Jahre auf die Ordnungsmittelgestaltung der Makroebene konzentriert und dafür autorisiert, kommt ihr heute die Funktion eines „Inputgebers“ für die Bildungsgestaltung auf allen o. g. Handlungsebenen zu. Nach Storz stellen die mit den Ordnungsmitteln auf der Makroebene gegebenen normativen Orientierungen und Bezugssysteme einen übergreifenden und didaktisch noch wenig funktionalisierbaren Rahmen dar. Ihre Transformation auf regionale branchenspezifische bzw. auch betriebsspezifische Bedingungen erfordert entsprechende Feinstrukturierungen in den Zielen und Inhalten der Ausbildung. Sicherung von Beruflichkeit bei angemessener Flexibilisierung in einer sich wandelnden Wirtschaft und Gesellschaft mit Tendenzen einer stärkeren Dezentralisierung sind als zielführend für die Curriculumforschung anzusehen (Storz 2005, Seite 132).

Nach den genannten und vielen anderen Autoren gilt in Deutschland das Prinzip, dass Berufsausbildung unabhängig vom Standort auf einem Niveau stattfinden muss, welche Befähigung zur Beruflichkeit bundesweit Gewähr leistet und zu vergleichbaren Qualifikationen

führt. Dafür sind Orientierungen, Regeln und Kontrollmechanismen notwendig, die in den Ordnungsmitteln der Berufsausbildung bundesweit vorgegeben werden. Die Ordnungsmittel auf der *Makroebene* beinhalten ausgehend vom Berufsbild zeitliche, organisatorische Orientierungen sowie in Lernfeldern gebündelte Ziele und strukturierte inhaltliche Vorgaben, die bei der Durchführung der Berufsausbildung einzuhalten sind. Die Orientierungen auf der Makroebene werden aber, wie bereits erwähnt, allein unzureichend für eine bedarfsgerechte und flexible Berufsausbildung angesehen, weil der wirtschaftliche Wandel im letzten Jahrzehnt zu einer Diversifizierung beruflichen Handelns geführt hat und eine erhöhte Flexibilisierung der Ausbildung erfordert.

Besonders aus Sicht der Berufsbildungspraxis ist zu ergänzen, dass Rahmenlehrpläne der Kultusministerkonferenz auf der einen Seite Lehrern als Anleitung dienen, um die Ausbildung gemäß den Vorschriften zu organisieren. Andererseits können Auszubildende durch einen Rahmenplan prüfen, ob ihre Ausbildung mit den Vorgaben übereinstimmt, und eventuelle ausbildungsfremde Tätigkeiten erkennen. Man kann sich mithilfe des Rahmenplans über die anvisierte Ausbildung informieren. Jeder Rahmenplan umfasst viele Lernbausteine, die jeweils einen bestimmten Teil des Berufsbilds abdecken. Zu jedem Baustein werden die erforderlichen Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten genannt, hinzukommen Richtlinien zum zeitlichen Umfang (vgl. <https://www.ausbildungspark.com/ausbildungs-abc/ausbildungsrahmenplan>).

Rahmenlehrpläne der KMK sind nach Lernfeldern strukturiert und werden von Lehrern/innen auf der Grundlage der Handreichung für die Erarbeitung von Rahmenlehrplänen der Kultusministerkonferenz für den berufsbezogenen Unterricht in der Berufsschule und ihre Abstimmung mit Ausbildungsordnungen des Bundes für anerkannte Ausbildungsberufe entwickelt. Rahmenlehrpläne für den berufsbezogenen Unterricht in der Berufsschule zu anerkannten Ausbildungsberufen werden nach Berufsbildungsgesetz (BBiG) und der Handwerksordnung (HwO) aufgebaut. Verordnungen zu anerkannten Ausbildungsberufen werden nach Berufsbildungsgesetz (BBiG) und der Handwerksordnung (HwO) geregelt. Lehrpläne für den berufsübergreifenden Unterricht der Berufsschule werden grundsätzlich von den einzelnen Ländern entwickelt (vgl. <https://www.kmk.org/themen/berufliche-schulen/duale-berufsausbildung/rahmenlehrplaene-und-ausbildungsordnungen.html>).

5.2 Zur Situation der Berufsausbildung im Beruf „Mediengestalter/in Digital und Print“

5.2.1 Zur Kategorie des Berufs „Mediengestalter Digital und Print“

Der Beruf Mediengestalter/in Digital und Print in Deutschland ist einer von den Berufen rund um Design und Gestaltung, die zum Berufsfeld “Kunst, Kultur und Gestaltung” gehören (vgl. <http://planet-beruf.de/schuelerinnen/mein-beruf/berufsfelder/berufsfeld-kunst-kultur-und-gestaltung/berufe-rund-um-design-und-gestaltung/>).

Es gibt drei Handlungsfelder dieses Berufes: "Beratung und Planung", "Konzeption und Visualisierung", "Gestaltung und Technik".

Handlungsfeld "Beratung und Planung"

Mediengestalter/in Digital und Print des Handlungsfelds Beratung und Planung ist ein 3-jähriger anerkannter Ausbildungsberuf in der Medien- und Kommunikationsbranche (Ausbildungsbereiche Industrie und Handel sowie Handwerk). Mediengestalter in diesem Handlungsfeld betreuen und beraten Kunden sowie erstellen Angebote für Medienprodukte. Sie planen Projekte, bearbeiten Aufträge und präsentieren die Ergebnisse. Mediengestalter/innen Digital und Print des Handlungsfelds Beratung und Planung finden Beschäftigung in Werbeagenturen bzw. Werbeabteilungen oder in Unternehmen der Druck- und Medienwirtschaft.

(vgl. <https://berufenet.arbeitsagentur.de/berufenet/faces/index?path=null/kurzbeschreibung&dkz=57881>)

Handlungsfeld "Konzeption und Visualisierung"

Mediengestalter/in Digital und Print des Handlungsfelds Konzeption und Visualisierung ist ein 3-jähriger anerkannter Ausbildungsberuf in der Medien- und Kommunikationsbranche (Ausbildungsbereiche Industrie und Handel sowie Handwerk). Mediengestalter in diesem Handlungsfeld analysieren Zielgruppen und erstellen Medienkonzeptionen. Sie präsentieren den Kunden Entwürfe und arbeiten diese für die mediengerechte Weiterverarbeitung aus. Mediengestalter/innen Digital und Print des Handlungsfelds Konzeption und Visualisierung finden Beschäftigung in Werbeagenturen bzw. Werbeabteilungen von größeren Unternehmen oder in Verlagen und anderen Firmen der Druck- und Medienwirtschaft (vgl. <https://berufenet.arbeitsagentur.de/berufenet/faces/index?path=null/kurzbeschreibung&dkz=57885&such=Mediengestalter%2Fin+Digital+und+Print+-+Konzept.+u.+Visualis.>).

Handlungsfeld "Gestaltung und Technik"

Mediengestalter/in Digital und Print der Fachrichtung Gestaltung und Technik ist ein 3-jähriger anerkannter Ausbildungsberuf in der Medien- und Kommunikationsbranche (Ausbildungsbereiche Industrie und Handel sowie Handwerk). Mediengestalter in diesem Handlungsfeld gestalten Medienprodukte und planen Produktionsabläufe. Sie kombinieren Medienelemente, bereiten Daten für den digitalen Einsatz auf und stellen sie für den jeweiligen Verwendungszweck zusammen. Mediengestalter/innen Digital und Print des Handlungsfelds Gestaltung und Technik finden Beschäftigung:

- in Unternehmen der Druck- und Medienwirtschaft
- in Verlagen
- in Werbeagenturen bzw. Werbeabteilungen größerer Unternehmen

- bei Herstellern von Online-Medien
- in Fotolabors
- bei Herstellern flexografischer Produkte

(vgl.

<https://berufenet.arbeitsagentur.de/berufenet/faces/index?path=null/kurzbeschreibung&dkz=57883&such=Mediengestalter%2Fin+Digital+und+Print+-+Gestaltung+u.+Technik>)

Nach dem Rahmenlehrplan KMK in Deutschland lernen die Schüler in allen drei Handlungsfeldern gemeinsam in den ersten zwei Jahren, danach trennen sie sich im 3. Jahr. Im ersten Jahr lernen die Auszubildenden die Grundlagen an Wissen und Können über die Produktpräsentation, die Vorbereitung der grundlegenden Elemente wie Schriftart, Arbeitsmittel, Publishing-Methoden und einfaches Webdesign. Lernende des 2. Jahrgangs arbeiten mit Bildern, Logos und Datenbanken. Im 3. Jahr finden Vertiefungen in jedem Handlungsfeld professionell statt.

5.2.2 Zu allgemeinen Merkmalen des Rahmenlehrplans KMK für den Beruf „Mediengestalter/in Digital und Print“

Der Rahmenlehrplan hat eine weit gefasste Struktur und beschränkt sich nicht auf eine mehr oder weniger strukturierte Sammlung von Ausbildungszielen und -inhalten. Er ist vielmehr auf die Entwicklung ganzheitlicher beruflicher Handlungskompetenz ausgerichtet. Wesentliche Merkmale, die mit Blick auf die Weiterentwicklung des Curriculums in Vietnam genutzt werden können, werden im Folgenden besonders herausgestellt.

a. Ganzheitliches Ausbildungskonzept als Ausbildungsziel von Berufsschulen

Schüler sind nicht nur im Fachgebiet, sondern auch in allen Aspekten des Berufs ausgebildet. Ihnen wird hinsichtlich der Berufsfähigkeit vermittelt, dass die Fachkompetenz mit allgemeinen Fähigkeiten humaner und sozialer Art verbunden ist. Dies ist sehr vernünftig, da im Kontext der Globalisierung heute mit starkem Wettbewerb zwischen den Unternehmen nur die Erfassung der Fachkompetenz den Erfolg von Mediengestaltern noch nicht gewährleistet hat. Sie müssen die Fähigkeit haben, mit Kunden zu kommunizieren, mit Partnern und Kollegen zusammenzuarbeiten, um Projekte erfolgreich zu erreichen. Soft Skills spielen in diesem Beruf eine sehr wichtige Rolle. Schüler müssen eine berufliche Flexibilität und Mobilität zur Bewältigung der sich wandelnden Anforderungen in Arbeitswelt und Gesellschaft entwickeln, die Bereitschaft zur beruflichen Fort- und Weiterbildung wecken. Wenn unerwartete Situationen auftreten, muss der Mediengestalter in der Lage sein, mit den Schwierigkeiten umzugehen, damit die Kunden, die Partner und die Kollegen zufrieden sind, und das Projekt gut funktioniert.

“Zur ganzheitlichen Kompetenzvermittlung wurden konzeptionell-gestalterische und technische Kompetenzen gemeinsam in die Lernfelder integriert. Die dabei relevanten Sozial-, Methoden- und Kommunikationskompetenzen sind in ihrer berufstypischen Ausprägung in den Lernfeldern verankert.” (Kultusministerkonferenz 2013, Seite 6). Angesichts rasanter technologischer Veränderungen müssen sich die zukünftigen Mediengestalter selbst verbessern, um sich an die Arbeitsanforderungen anzupassen. Beim Rahmenlehrplan KMK fördern die Berufsschulen die Fähigkeit und Bereitschaft von Schülern, bei der individuellen Lebensgestaltung und im öffentlichen Leben verantwortungsbewusst zu handeln. Dies spiegelt auch die gesellschaftliche Erfahrung über die Potenziale des so genannten „Humankapitals“ wider und ermöglicht günstige Bedingungen für alle, die Chancen haben, sich selbst zu entwickeln und sich in ihre Umgebung zu integrieren.

b. Lernen nach tatsächlichem Arbeitsbedarf im dualen System

Basierend auf dem dualen System haben Lernende in Deutschland den Zugang zu Anforderungen aus der tatsächlichen Arbeit. Auszubildende lernen sowohl an der Berufsschule als auch im Unternehmen. “Ziele und Inhalte des Rahmenlehrplans beziehen sich auf berufliche Qualifikationen, die sich aus typischen Tätigkeitsfeldern von Unternehmen der Druck- und Medienwirtschaft, Agenturen der Marketingkommunikation, Mediendienstleistern und Unternehmen der IT- Branche ableiten. Mediengestalter/innen Digital und Print sind im Rahmen der Herstellung von Medienprodukten mit planerischen, gestalterischen und technischen Aufgaben betraut, die sie unter Berücksichtigung betriebswirtschaftlicher Aspekte ausführen.” (Kultusministerkonferenz 2013, Seite 6). Von Anfang an werden die Lernenden geschult, ihre Arbeitsprojekte zu präsentieren und ihre Position in der Gesamtorganisation von Arbeitsprozessen zu kennen (Modul 1). Sie lernen Arbeitsbedingungen kennen und gewöhnen sich daran, wie sie sich um ihren Arbeitsplatz kümmern und sich mit den Netzwerken des Unternehmens verbinden können (Modul 3). Schüler arbeiten aus Kundenvorgaben (Modul 9), damit sie mit den tatsächlichen Verhältnissen vertraut sein können. Sie treffen sich und arbeiten mit Kunden, um Marketingziele zu definieren (Modul 10a + b) und präsentieren vor Kunden (Modul 11a + b).

“Die Berufsschule und die Ausbildungsbetriebe erfüllen in der dualen Berufsausbildung einen gemeinsamen Bildungsauftrag. Die Berufsschule hat die Aufgabe, den Schülern und Schülerinnen berufliche und allgemeine Lerninhalte unter besonderer Berücksichtigung der Anforderungen der Berufsausbildung zu vermitteln.” (Kultusministerkonferenz 2013, Seite 3). Durch die Kombination verschiedener Ausbildungsbedingungen können Lernende die Vorteile in jedem Lernort nutzen. An Berufsschulen erwerben sie die ganzheitlichen theoretischen Grundlagen zur Kompetenzentwicklung bei hoher Methodenvielfalt in der Gestaltung von Lehr- und Lernprozessen.

Das Unternehmen verfügt über neue hochmoderne Maschinen sowie Ausstattung und ermöglicht ihnen die praktische Arbeit und sozialen Beziehungen mit Kunden, die ihre zukünftige Arbeit widerspiegelt. Durch das Lernen im Unternehmen können Schüler mit den Kunden zusammentreffen und dann die damit verbundenen Aufgaben üben. Lernfeld 2 des KMK zeigt, dass Schüler die gestalterischen und technischen Vorgaben eines Kundenbriefings analysieren. Beim Lernfeld 9 werten sie Kundenvorgaben aus, interpretieren Erscheinungsbilder anhand bestehender Designmanuals und entwickeln Gestaltungskriterien für ein Corporate Design. Durch die Lernfelder 10a + 10b kann man erkennen, dass Schüler Kunden beraten, inhaltlich und organisatorisch Briefinggespräche vorbereiten und diese durchführen. Die Lernfelder 11a + 11b + 11c zeigen deutlich, dass Schüler vor Kunden präsentieren und auf der Basis eines Briefings gestalterische und technische Vorgaben für ein Digital- oder Printprodukt bestimmen.

c. Entwicklung aller Kompetenzen von Schülern

Das für den Beruf erforderliche Wissen und Können wird während des Lernprozesses zur ganzheitlichen beruflichen Handlungskompetenz ausgerichtet. Auszubildende erfassen die Fachkompetenz durch die Umsetzung von Typografie, Bildbearbeitung, Logo, Erstellung des Layouts usw. Weil sie mit Kunden arbeiten und in Projekten „mit Kollegen“ über eine Designlösung diskutieren, müssen sie Sozialkompetenz und kommunikative Kompetenz erreichen. Die Methodenkompetenz hilft ihnen dabei, den Plan einzuhalten und Verfahren richtig zu bearbeiten. Da dieser Beruf immer die Einsetzung der Computertechnik erfordert, die sich im Laufe der Zeit verändert, müssen Schüler eine Lernkompetenz haben, um später während der Arbeit gleichzeitig die neue Technologie selbst zu aktualisieren.

In allen Lernfeldern lernen die Schüler im Projekt nicht allein, sondern arbeiten immer mit den Klassenkameraden sowohl in der Vorbereitungsphase als auch in der Durchführungsphase als auch bei der Kritik am Ende zusammen. Dies ist sehr nützlich für die Entwicklung ihrer Teamfähigkeit.

d. Anwendung des handlungsorientierten Unterrichts

“Handlungsorientierter Unterricht ist ein ganzheitlicher und schüleraktiver Unterricht, in dem die zwischen dem Lehrer und den Schülern vereinbarten Handlungsprodukte die Organisation des Unterrichtsprozesses leiten, so daß [sic] Kopf- und Handarbeit der Schüler in ein ausgewogenes Verhältnis zueinander gebracht werden können.” (Meyer 1987, S. 214)

“Lernen in der Berufsschule vollzieht sich grundsätzlich in Beziehung auf berufliches Handeln sowie in vielfältigen gedanklichen Operationen, auch gedanklichem Nachvollziehen von Handlungen anderer. Dieses Lernen ist vor allem an die Reflexion der Vollzüge des Handelns (des Handlungsplans, des Ablaufs, der Ergebnisse) gebunden.” (Kultusministerkonferenz 2013, Seite 5). Dies wird im Rahmenlehrplan KMK deutlich dargestellt, z. B. “Schüler planen

Produktionsabläufe für Medienprojekte. Dazu strukturieren sie den Herstellungsablauf termin-, personal- und kostenorientiert. Mit Hilfe von Planungsinstrumenten bereiten sie die Daten tabellarisch und grafisch auf und nutzen dazu branchenübliche Software.“ “Mit den Ergebnissen entwickeln sie Marketingziele, dokumentieren diese in einer Marketingkonzeption und bereiten Verträge vor.“ (Kultusministerkonferenz 2013, Lernfeld 10a).

Die Struktur des spezialisierten Systems und des Handlungssystems im Rahmenlehrplan KMK sind eng miteinander verknüpft. Die Ausbildung des Berufs Mediengestalter Digital und Print eignet sich sehr für die Anwendung des handlungsorientierten Unterrichts, da dieser Beruf viele Handlungssituationen wie Kundenberatung, Projektplanung, Design und Präsentation von Designlösungen verlangt. Alle Situationen erfordern durchdachtes Denken, Suchen der Ideen durch Skizzen auf Papier, computergeneriertes Design, individuelles Denken oder Gruppendiskussion, Beratung oder Überzeugungsarbeit. Ohne den handlungsorientierten Unterricht können Lernsituationen wie in der Arbeitswelt nicht praktiziert werden.

5.2.3 Feinanalyse des Rahmenlehrplans für den Beruf Mediengestalter/in Digital und Print in Deutschland

Der Rahmenlehrplan KMK für den Beruf Mediengestalter/in Digital und Print konzentriert sich auf die Entwicklung aller Kompetenzen für Auszubildende, auf die Situationen und die Handlungen bei der tatsächlichen Arbeit des Berufes Mediengestalter. Dieser Rahmenlehrplan wird in folgende Bestandteile strukturiert:

- Ziele des Kunden
- Arbeitsbedingungen
- Gestaltung der Medien
- Dateien druckfertig machen
- Administrationsverwaltung
- Technische Umsetzung

Wecken der Motivation für Schüler zu Beginn des Lernens

Das Lernfeld 1 lautet „Den Medienbetrieb und seine Produkte präsentieren“, bei dem die Schüler noch kein Produkt erstellen, sondern ihre Betriebe visualisieren und vorstellen. Sie orientieren das Ziel des Studiengangs früh, bevor sie die tatsächliche Arbeit durchführen. Die Präsentation des Medienbetriebs und seiner Produkte spielt eine wichtige Rolle für die Arbeitsorientierung und für das Verstehen des tatsächlichen Geschäftsprozesses sowie seines Ergebnisses. Es erscheint sinnvoll, dass dieses Lernfeld in Deutschland zu Beginn der Berufsausbildung angeordnet wird. Das Lernfeld vermittelt Wissen über künftige berufliche

Arbeitsinhalte (Kunden, Produkte, mögliche Arbeitsabläufe etc.), bereitet auf reale Tätigkeiten als Facharbeiter vor und schafft mehr Motivation zu lernen.

Dass dieses Modul im ersten Schritt des Lernens liegt, ermöglicht Auszubildenden, dass sie zuerst das Wissen über ihre Rolle innerhalb der Unternehmensorganisation verstehen und früh zur Gruppenarbeit angeregt werden, um ihre Sozialkompetenz sowie kommunikative Kompetenz zu entwickeln, also schnell selbstständig und flexibel sein können. Dank der Präsentation ihrer Betriebe können Schüler die kommunikative Kompetenz entwickeln. Vor der Präsentation müssen sie Dateien vorbereiten und planen, wie sie den Inhalt strukturieren und präsentieren. Mit der Nutzung unterschiedlicher Möglichkeiten der Informationsbeschaffung beherrschen sie die Methodenkompetenz und Lernkompetenz. Durch Visualisierung der Produkte und der Organisationsformen erfassen sie das Wissen der Ergebnisse und der Arbeitsbereiche. Durch die Bestimmung ihrer Position innerhalb der Unternehmensorganisation können sie ihre Aufgaben und Problem verstehen, also die Fachkompetenz erfassen. Die Handlung der Präsentation bezieht den sozialen Prozess ein, richtet sich nach der Interessenerklärung oder der Konfliktbewältigung sowie auch nach der persönlichen Perspektive zur Berufs- und Lebensplanung.

Um die Informationen mediengerecht aufzubereiten und im Plenum zu präsentieren, wählen Schüler eine Präsentationsform aus. Dies ist nützlich nicht nur für ihre kommunikative Kompetenz, sondern auch für ihre Humankompetenz und Methodenkompetenz, weil sie ihre Selbstständigkeit, ihr Selbstvertrauen, Verantwortungs- und Pflichtbewusstsein ausdrücken und planmäßig vorgehen müssen. Bei der Nutzung ihrer Kenntnisse über grundlegende Funktionen der Bereiche Marketing und Werbung sowie dann bei der Bestimmung der Wirkung von Medien im öffentlichen Umfeld erfassen sie das Wissen in diesen Bereichen. Durch erste Einblicke zur Analyse der entstehenden Kosten eines typischen Produktionsprozesses werden betriebswirtschaftliche Kompetenzen vorbereitet.

Ziele des Kunden und Zusammenarbeit mit Kunden

Ziele des Kunden spielen eine entscheidende Rolle für die Orientierung der Gestaltung des Medienproduktes und für den Erfolg des Ergebnisses. In den Lernfeldern (2, 5, 10a+b, 11a+b, 12c, 13b) werden Ziele des Kunden und die Kundenaufträge genannt. Mediengestaltung ist manchmal ähnlich wie eine kundenorientierte Kunstform. Sie unterscheidet sich von Kunst häufig, aber nicht immer dadurch, dass sie für die Erfüllung des Kundenwunschs gestaltet wird.

Im Lernfeld 2 „Medienprodukte typografisch gestalten“ wird darauf orientiert, dass die Auszubildenden Medienprodukte nach Vorgaben gestalten. „Sie analysieren die gestalterischen und technischen Vorgaben eines Kundenbriefings. Medienprodukte konzipieren sie zielgruppenbezogen, sammeln Gestaltungsideen und arbeiten dazu mit

unterschiedlichen Kreativitätstechniken.“ (Kultusministerkonferenz 2013, Seite 10). Sehr früh in der Lernzeit werden mögliche Anforderungen von Kunden zur Leitidee, ohne dass ein konkretes Medienprodukt bei diesem Lernfeld oder überhaupt das Design von Typografie, zu bearbeitende Bilder, komplizierte Grafiken usw. berücksichtigt werden. Das heißt, Lernende nähern sich über einfache Designprodukte schrittweise an die komplexeren Erfordernisse der Arbeitswirklichkeit an. Sie lernen früh die Situation bei der Arbeit mit Kunden kennen, der das Ergebnis und den Erfolg ihrer Arbeit bestimmt. „Lernen für Handeln“ wird durchgeführt. In der Realität gibt der Kunde im Kundenbriefing dem Mediengestalter die gestalterischen und technischen Vorgaben. Jedes Unternehmen als Auftraggeber hat aber eine eigene Strategie der Wirtschaft und Werbung. Darauf muss sich ein Mediengestalter flexibel einstellen können, wenn er für diese Strategie ein Designprodukt gestaltet.

Durch Kundenbriefing im Lernfeld 2 können Auszubildende modellhaft mögliche Fallbeispiele von Kunden erfassen und in der Gruppe bearbeiten. Durch die Analyse von ausgewählten Fällen können sie Aufträge formulieren, in der Gruppe diskutieren und prüfen, ob die Anforderungen eines fiktiven Kunden verstanden worden sind. Auf diese Weise kann die Bedeutung einer exakten Kundenanalyse als Input für die Bearbeitung eines Kundenauftrages trainiert werden. Wenn ein Mediengestalter später im Betrieb nicht die erwarteten Ergebnisse liefert, kann das vielleicht an einem falsch verstandenen oder undeutlich formulierten Auftrag liegen. Mit variablen Formulierungen kann die Designgruppe das Kundenproblem hinterfragen und erkunden, welcher Auftrag dem Kundenziel entspricht. Um später erfolgreich zu werden, müssen Auszubildende auch eine angemessene Sprache mit klaren Begriffen und Aussagen für eine Kampagne finden. Sie müssen zuhören, lernen und die Sprache adaptieren, die sie vom Kunden hören.

Zusammengefasst kann mit dem Lernfeld 2 die Befähigung zur Analyse von Kundenaufträgen als Voraussetzung zur Entwicklung flexibler Kreativität bei der Formulierung eines Medienproduktes geübt werden.

Im Lernfeld 5 „Eine Webseite gestalten und realisieren“ erstellen die Auszubildenden nach Fallbeispielen von Kunden eine Website und berücksichtigen unterschiedliche Zielgruppen. Das Projekt einer Webseite in der Realität umfasst normalerweise die folgenden Anforderungen: Analyse der Kundenvorgabe, Erstellen des Flussdiagramms (Flowchart), Auswahl der Datenbank, Technologie und Software, Schulung der Kunden, die sich auf die Zustimmung des Kunden beziehen usw. Erst nachdem der Kunde der Gestaltung zugestimmt hat, geht es an die eigentliche Verwirklichung. Das Lernfeld 5 regt an, dass verschiedene Situationen (Szenarien) durch Verteilung von Rollen unter den Lernenden in einem Planspiel erkundet werden können.

Der Titel der Lernfelder 10a+b orientiert darauf, dass Auszubildende zwei Handlungssituationen miteinander kombinieren können: Kunden beraten und Marketingziele bestimmen. Sie sollen an die Kundeninteraktion in Beratungssituationen herangeführt werden. Dabei sollen sie den Kontext beachten, in dem diese Interaktion stattfindet und üben, wie sie mit schwierigen Situationen umgehen. Sozialkompetenz, Methodenkompetenz und insbesondere kommunikative Kompetenz werden in den Lernfeldern hervorgehoben, um in Kommunikationssituationen mit Kunden Marketingmaßnahmen zu entwickeln und Auftragsprojekte zu planen. Diese Kompetenzen werden vertieft, indem Auszubildende inhaltlich und organisatorisch Briefinggespräche vorbereiten und durchführen sollen.

Zusammengefasst entfalten durch eine Untersuchung, Analyse und Auswertung der produktbezogenen Marktforschungsstudien in Lernfeldern (10a+b) die Schüler ihre Humankompetenz. Ihre Methodenkompetenz wird verbessert, indem sie Kundenanfragen bearbeiten, auch in englischer Sprache beantworten sowie Produktionsabläufe für Medienprojekte unter Beachtung variabler Kundenaufträge planen.

Arbeitsmittel und Arbeitsbedingungen

Für den Beruf Mediengestalter spielen Medien und verschiedene technische Werkzeuge als Arbeitsbedingungen eine wichtige Rolle. In der Medienpraxis findet im Zeitalter der Informatiktechnologie eine schnelle technische Entwicklung der *Arbeitsumgebungen* statt. Das wirft die Frage auf, wie dem bei der Sicherung der materiell-technischen Basis in den *Lernumgebungen* entsprochen werden muss. Das erscheint als keine leichte Aufgabe, wenn man glaubt, dass man dem Wandel in den Arbeitsumgebungen im Verhältnis 1 zu 1 auch in den Lernumgebungen entsprechen müsste. Hierzu wäre zu sagen, dass sich die Lernpotenziale von Lernumgebungen keinesfalls allein aus dem Einsatz von neuesten elektronischen Geräten ergeben, sondern nur in Kombination mit klassischen Arbeitsmitteln sowie einer Methodenvielfalt bei deren Nutzung. Andererseits gilt aber, dass ohne befriedigende Arbeitsausrüstung und -pflege der Netzwerke und des Computersystems zukünftige Mediengestalter nicht gut auf ihre spätere Arbeit vorbereitet werden können. Hochwertige Medienprodukte zu entwickeln, erfordert auch stets die Befähigung, dafür die nötigen Bedingungen mitzugestalten, worauf das Lernfeld 4 besonders orientiert.

Das Lernfeld 4 „Computerarbeitsplatz und Netzwerke nutzen, pflegen und konfigurieren“ zielt auf die Entwicklung der Fachkompetenz ab, Netzwerksysteme und Hardwarekomponente zu kontrollieren, Monitore zu kalibrieren sowie Software und Schriften installieren zu können. Diese Befähigungen sind für den Beruf insgesamt wichtig, haben aber insbesondere für die Planung und Gestaltung von Webseiten eine besondere Bedeutung. Auszubildende binden einzelne Arbeitsplätze in das lokale Netz ein und konfigurieren die Arbeitsplätze für die Nutzung der zur Verfügung stehenden Netzwerkressourcen und des Internets. Bei der

Nutzung unterschiedlicher Verfahren zur Datensicherung und bei der Arbeit mit verschiedenen Betriebssystemen entwickeln sie ihre Methodenkompetenz und Lernkompetenz. Dann können sie dem Aufgabengebiet entsprechend Hard- und Software anpassen, wovon ihre Fachkompetenz bestimmt wird.

Ihre kommunikative Kompetenz besteht darin, dass die Auszubildenden im Team ein Nutzerkonzept planen und verschiedene Benutzer und Gruppen im Netzwerk verwalten. Sie kommunizieren und recherchieren im Internet und nutzen verschiedene Möglichkeiten des Datentransfers. Methodenkompetenz in diesem Lernfeld wird dahingehend ausgedrückt, dass sie die notwendigen Sicherheitsmaßnahmen kennen, diese auf reale Sicherheit prüfen und aktualisieren. Sie lernen, die Einsatzbereitschaft von Computersystemen sicherzustellen, berücksichtigen die Normen, Vorschriften und Regeln zum Arbeitsschutz und zur Unfallverhütung und übernehmen dafür die Verantwortung.

Gestaltung der Medien

Der Bestandteil „Gestaltung der Medien“ des Rahmenlehrplan der KMK wird in 7 folgenden Lernfeldern dargestellt:

- Lernfeld 2 „Medienprodukte typografisch gestalten“
- Lernfeld 5 „eine Webseite gestalten und realisieren“
- Lernfeld 6 „Bilder gestalten, erfassen und bearbeiten“
- Lernfeld 8 „Medien datenbankgestützt erstellen“
- Lernfeld 9 „Logos entwickeln und Corporate Design umsetzen“
- Lernfeld 12b „Printmedien gestalten und Grafiken erstellen“
- Lernfeld 13b „Konzeptionen für Digitalmedien gestalterisch umsetzen“

Gestaltung der typografischen Medienprodukte: Das Lernfeld 2 „Medienprodukte typografisch gestalten“ bezeichnet den ersten Schritt des Lernens der Gestaltung und geht um gestalterische Grundregeln, bei denen die Auszubildenden Typografie umsetzen, Format und Flächen gliedern, produktbezogene Gestaltungsraster berechnen sowie Farben und Bilder im Layout einsetzen. Diese Elemente sind die Grundlagen für Gestaltung eines Medienproduktes. Durch Gestaltung der Medienprodukte – eine Handlung in einer Einheit von Kopf, Hand und Herz – erfassen die Lernenden die Beziehung dieser Elemente aufeinander. Fachkompetenzen der Gestaltung werden in diesem Lernfeld deutlich genannt: „Sie erstellen Scribbles, berücksichtigen gestalterische Grundregeln und wenden sie bei der Gestaltung von Digitalmedien und Printmedien an“ (Kultusministerkonferenz 2013, Seite 10).

Um ein gutes Tempo mit einem eingebauten Kontrast zu erzielen, benötigen Lernende einen Gesamtplan. Von unschätzbarem Wert ist es daher, einen Seitenplan anzulegen, der alle Seiten eines Druckerzeugnisses anzeigt. Man kann den Seitenplan ziemlich klein nach Doppelseiten unterteilt anlegen. Dies braucht die Nutzung von Scribbles. Scribbles erfüllen

zwei wesentliche Funktionen: sie zeigen zunächst einmal, wie Text und Bild zusammenwirken und dass die Berechnungen des Grafikers stimmen; zum Zweiten machen sie deutlich, wo die visuellen Hauptüberschriften und ganzseitige Bilder verwertet werden sollen.

„Sie gliedern Formate und Flächen, entwickeln und berechnen produktbezogene Gestaltungsraster. Sie setzen Farbe als Gestaltungsmittel ein. Sie wählen Bilder und Bildausschnitte themenbezogen aus und setzen sie gestaltungsorientiert im Layout“ (Kultusministerkonferenz 2013, Seite 10). D. h., Lernende erfassen durch diese Praxisorientierung Wissen über gestalterische Grundregeln und üben, wie sie mit der Kombination verschiedener Elemente wie Formate, Flächen, Farbe, Bildausschnitte zum Layout gelangen können. Verschiedene Gestaltungselemente müssen sich für ein Design ergänzen, um die Kommunikation insgesamt zu verbessern. Eine Fachkompetenz der Gestaltung wird daher deutlich ausgedrückt.

Typografie wird als eines der wichtigen Elemente im Bereich Design erkannt und in diesem Lernfeld hervorgehoben. Auszubildende lernen die Nuancen von Typografie, um sie kreativ bei der Visualisierung und dem Gefühl der Erfindung zu gestalten. Typografie ist der Prozess der Ordnung von Wörtern, Schrift und Text. Im ersten Schritt des Verlaufes der Mediengestaltung sollen sie sich die Bearbeitung von Text und Schrift angewöhnen, weil Text das grundlegende und populäre Element des Layouts ist. Typografie spielt eine sehr wichtige Rolle für die Gestaltung aller Layouts. Fast alle 2D Designprodukte beinhalten Text und Typografie.

"Schriften unterscheiden sie stilistisch und historisch und wählen sie produktbezogen aus." (Kultusministerkonferenz 2013, Seite 10). Es gibt beim Lernen der Typografie einige wichtige anerkannte Fundamente: Bedeutung von Typografie, Anatomie von Typografie, Verstehen und Auswahl von Schrift, Abstand, Lesbarkeit, Betonung von Typografie und Hierarchie, Text als Grafiken. Wie wird typografisches Design für die Vermittlung der Botschaften eingesetzt? Die Fonts haben verschiedene Eigenschaften, Geschichten und Persönlichkeiten und werden in verschiedene Stämme und Systeme unterteilt, um viele Schriftarten zu kategorisieren. Dass die Lernenden in der Lage sind, unterschiedliche Eigenschaften der Schriften zu klassifizieren, ist entscheidend für ihre Gestaltung und eine effektive Kommunikation. Sie klassifizieren anhand der Anatomie der Buchstaben und richten sich nach der historischen Entwicklung der Schriftarten. "Texte gestalten und optimieren sie hinsichtlich ihrer Funktionalität und Lesbarkeit." (Kultusministerkonferenz 2013, Seite 10). Dabei nutzen sie die gestalterischen Möglichkeiten der Fontformate, d. h. sie erfassen das Wissen über die Bedeutung von Anatomie, Funktion und Schönheit der Typografie. Die Klassifizierung und Anwendung der Typografie verbessern ihre Fachkompetenz.

Durch eine Präsentation und Begründung des Gestaltungskonzeptes entwickeln Schüler zusätzlich ihre kommunikative Kompetenz. Dabei sollen sie sich überlegen, was sie aussagen

wollen, warum ihre Botschaft einzigartig ist, für wann die Information ist, wie sie die Information darstellen, wann die Botschaft veröffentlicht wird usw.

Der tiefere Sinn von Typografie umfasst, Texte nicht nur als Information, sondern auch als Bedeutung für Ästhetik und Schönheit der Grafik zu verstehen. Manchmal kann man auch ohne Bilder unter Verwendung der Schrift noch ein schönes Designprodukt erstellen. Jede Schrift enthält implizit eine variationsfähige Form. Durch Grafiksoftware üben Lernende die vielfältigen Variierungen verschiedener Formen der Schrift und erwerben bereits in der Ausbildung erstes Können dazu. Im Lernfeld 2 wird auch klar dargestellt, dass Schüler die Gestaltungsentwürfe mit branchentypischen Anwendungsprogrammen produktionsreif ausarbeiten. Sie können anhand von Werkzeug und Software ihre Produkte von Typografie realisieren. Dass die Fähigkeit der Ästhetik durch Übungen verbessert wird, bezeichnet die Fachkompetenz.

Webseiten gestalten und realisieren als Lernfeld 5 orientiert auf die Befähigung zur Entwicklung des Medienproduktes „Webseite“. Nachdem Lernende schon einfache Printmedienprodukte hergestellt haben, sollen sie anschließend logischerweise mit der Gestaltung einiger Digitalmedienprodukte anfangen. Dass dieses Lernfeld in der Reihenfolge des Lehrplans an fünfter Stelle liegt, ist logisch, weil die Schüler bei der Gestaltung einer Webseite die Kombination bereits erworbenen Wissens und Könnens aus den Lernfeldern 1, 2 und 4 nutzen, wie z. B. die Präsentation des Medienbetriebs, die Bearbeitung von Text und Typografie, die Nutzung und Konfigurierung von Netzwerken.

Im Lernfeld 5 werden Schüler ihre Fach- und Methodenkompetenz entwickeln, indem sie unter dem Gesichtspunkt der ökonomischen Pflögarkeit und der Benutzerfreundlichkeit die Verzeichnis- und Navigationsstruktur des Auftritts planen. Je besser diese Gesamtorganisation beherrscht wird, desto besser wird der Entwurf. Zuerst sollen sie ihre Webseite auf Papier oder Digital planen. Das Strukturieren der Informationen für eine Webseite wird Informationsarchitektur genannt, bei der man zwischen globaler, paralleler und lokaler Navigation unterscheidet. Eine einfache Navigation ist für den Erfolg einer Webseite notwendig. Danach sollen Schüler sich die Frage stellen, wie sie Interesse für ihre Webseite aufbauen, wie der Benutzer später durch die Inhalte navigieren möchte und inwiefern die Webseite dies möglich macht. Dies bezieht sich auf verschiedene Faktoren der Gestaltung.

Gestaltungsraster, die im Lernfeld 2 angemerkt sind, spielen auch eine wichtige Rolle für Gestaltung des Weblayouts. Deshalb wird Gestaltungsraster im Inhalt des Lernfelds 5 nochmals genannt. Es soll für das Webdesign angewendet werden. Es gibt viele Grundstrukturen des Rasters, z. B. Modulraster, hierarchisches Raster, Grundlinienraster und Verbundraster. Jedes von diesen hat eine eigene Bedeutung für den Inhalt der Gestaltung. Die Fähigkeit der Unterscheidung dieser Rasterstrukturen gehört zur Fachkompetenz. Die meisten

Raster dienen dazu, Texte, Grafiken und Bilder im Layout anzuordnen. Der Umgang mit diesen Elementen führt zur Klärung und Codierung der Informationen für den Leser. Die Bearbeitung der Seitenelemente, ihrer Größe in Relation zueinander und der räumlichen Beziehungen der Inhaltselemente oder eines guten Rasters bezeichnen die Fach- und Methodenkompetenz.

Zur Entwicklung von Fachkompetenz der Gestaltung wird bei diesem Lernfeld noch besonders darauf orientiert, dass Lernende die Gestaltungsmittel Typografie, Farbwahl, Flächenaufteilung, Bilder und Grafik anwenden sowie die Benutzung der branchenspezifischen Software beherrschen können. Diese Befähigungen sind wichtig für das Weblayout und nötig für alle Webgestalter. Zur Gestaltung und Veröffentlichung der Webseiten müssen die Lernenden ferner die Bildschirmauflösung wissen. Sie berücksichtigen, wie der Monitor die Pixel verarbeitet. Zuerst begreifen sie das Prinzip der Pixel. Pixel ist die Kombination von vielen sehr kleinen Rechtecken, sogenannte Bildelemente, aus denen ein Bild auf dem Monitor im Computer zusammengesetzt wird. Je niedriger die Auflösung ist, desto größer sind die Pixel. Dieses Wissen ist bedeutend für die Darstellung von Bildelementen in der Webseite.

Ein üblicher Faktor der Webseitengestaltung ist die Animation, die auch im Lernfeld genannt wird. GIF-Animation ist eine beliebte Methode, um bewegte Bilder auf eine Webseite zu bringen. Bei der Realisierung der Animation mit branchenspezifischer Software und der Integration der Ergebnisse in die Webseite erfassen Schüler auch Fachkompetenz. Sie entwickeln ihre Kompetenz, wenn sie eigene und fremde Ideen konstruktiv und kritisch reflektieren, auch wenn sie die erstellten Webseiten in unterschiedlichen Browsern überprüfen und optimieren. Bei der Verwendung der entsprechenden Referenzen, der Analyse und Korrektur des Quelltextes der Webseiten sowie bei der Durchführung der Änderungen nach Vorgaben erhalten sie die Methodenkompetenz. Unter Beachtung der technischen, wirtschaftlichen und rechtlichen Aspekte bei der Veröffentlichung der Seite werden ihre Handlungen in Bezug auf die gesellschaftlichen Auswirkungen reflektiert.

Bildgestaltung und -bearbeitung: Durch Lernfeld 6 „Bilder gestalten, erfassen und bearbeiten“ sollen Auszubildende eine Weiterführung zur Gestaltungsfähigkeit erlangen. Das zweite wichtige visuelle Element der Gestaltung sind die Bilder. Nachdem man ein Bild in den Computer eingescannt oder eine Aufnahme mit einer Digitalkamera gemacht hat, sollte man Veränderung am Bild vornehmen. Vielleicht muss man z.B. etwas Staub und Kratzer entfernen, oder die Helligkeit, den Kontrast, die Farbe verändern oder den Hintergrund ausschneiden und andere Bilder hinzufügen usw. Mit dem Wissen und Können über Typografie können Lernende beides, Typografie und Bilder, kombinieren, um umfangreichere und spannendere Designprodukte zu gestalten. Um dieses Ziel zu erreichen, benötigen sie viele Übungen, damit ihre Kompetenzen entwickelt werden.

Unter gestalterischen Aspekten beziehen Bilder sich auf die Fundamente des visuellen Designs, auf das Layout, die Farbe, Formen usw. Durch Analyse der Bilder entwickeln Lernende ihre Befähigung zum Erkennen der Ästhetik und vertiefen ihre Befähigung zur Gestaltung. Dies bezeichnet ihre Fachkompetenz. Dass sie in diesem Lernfeld die Bezüge zwischen Inhalt, Gestaltung und Bildwirkung erkennen und anwenden können, ist ein wichtiges Kompetenzmerkmal.

Bildbearbeitung ist eine anspruchsvolle und komplexe Arbeit und erfordert viele ausführliche Operationen. Ein Bildbearbeitungsprogramm umfasst Hunderte von Funktionen, viel zu viel, um sie alle durchzuführen. Deshalb müssen die Auszubildenden ganzheitliche Kompetenzen, orientiert an fallbezogenen Prozessabläufen in Unternehmen, erwerben. Die Korrekturen, Modifizierungen und Montagen der Bilder beim Bildbearbeitungsprogramm sind sehr wichtig und nicht einfach, also benötigen sie die Kombination von Fachkompetenz, Methodenkompetenz, Lernkompetenz und kommunikative Kompetenz, um den Verwendungszweck zu erreichen. Mit Fachkompetenz berücksichtigen sie die Qualitätskriterien von Bilddateien und berechnen Datenmengen und Bildauflösungen. Im vorigen Lernfeld zur Webgestaltung haben Lernende Vorwissen zur Bildschirmauflösung erworben. In diesem Lernfeld können sie darauf aufbauen und in Gestaltungskontexten von Bildauflösungen anwenden. Weil sie die Bildschirmauflösung begriffen haben, ist das Verständnis der Bildauflösung leichter. Als Prinzip gilt auch: Je höher die Auflösung, desto kleiner die Pixel und umgekehrt. Das Verstehen dieses Zusammenhanges gehört zu den Rastergrafiken und beeinflusst die Ausgabeauflösung im Ausgabeprozess.

Dieses Lernfeld betont ferner, dass Auszubildende die Kompetenz haben müssen, selbst alle Bildebenen und Bildarten, einschließlich digitale Bilder, vom Anfang bis zum Ende zu gestalten und zu bearbeiten. Diese Integrationsfähigkeit ist wichtig und interessant, um ein ansprechendes Layout für ein kreatives Produkt zu schaffen.

Medien datenbankgestützt erstellen: Nachdem Wissen und Können zur Aufbereitung von Daten für verschiedene Ausgabeprozesse im vorigen Lernfeld erworben wurden, konzentriert sich das Lernfeld 8 darauf, dass Medienprodukte datenbankgestützt gestaltet werden können. Dabei sollen die Lernenden erkennen, dass Datenbanken multifunktional und im Kontext verschiedener Medienprodukte wiederverwendet oder auch modifiziert werden können. Sie sollen die Gründe kennenlernen, warum es nicht zielführend ist, sowohl technisch (keine hochauflösende Version eines Bildes) als auch rechtlich (Schutzrechte für Bilder) problematisch sein kann, zuerst Bilder im Internet zu suchen. Vielmehr sollen Sie verstehen, dass es aus diesen Gründen sowie zeitlicher Effektivität zweckmäßig ist, sich auch an anderen Quellen zu orientieren. Bspw. gibt es Bildagenturen, die alle online zu finden sind und die Kommunikation mit solchen Anbietern kann geübt werden. Die Entwicklung der Fachkompetenz wird berücksichtigt, indem Auszubildende befähigt werden, relationale

Datenbanken zur Erstellung von Medien nutzen zu können. Für die Erfassung, Änderung und Abfrage von Datenbankinhalten nutzen sie eine strukturierte Abfrage- und Manipulationssprache.

Methodenkompetenz und kommunikative Kompetenz werden entwickelt, wenn sie zur Verwaltung externer Daten durch ein Datenbanksystem eine Struktur der Datenorganisation und der Dateinamensvergabe planen, diskutieren und dokumentieren. Zur Ausgabe im Druck erstellen und gestalten sie Seiten in Layout-Programmen und integrieren die XML-strukturierten Inhalte. Dass Lernende personalisierte Drucksachen und Mailings für die Digitaldruckausgabe oder für Newsletter erstellen, kennzeichnet ebenfalls den Erwerb von Methodenkompetenz. Dass sie bei der Nutzung personenbezogener Daten die gesetzlichen Vorgaben beachten, trägt zur Entwicklung von Sozialkompetenz bei.

Logos entwickeln und Corporate Design umsetzen: Ein Logo ist ein besonderes Designprodukt, das in einfacher Form symbolisiert wird, aber seine implizite Bedeutung ist umfangreich und typisch für die Eigenschaft und Strategie eines Unternehmens/einer Agentur. Quantitativer und qualitativer Logobedarf wird immer bedeutungsvoller, weil jedes Unternehmen, jedes Geschäft ein Logo haben muss. Das ist Grund dafür, warum diese Einheit gebildet wird. Obwohl Logos als recht einfach zu zeichnen erscheinen, ist es anspruchsvoll eine Kreativitätsidee zu entwickeln und diese designgerecht umzusetzen. Ein Logo muss einfach aber interessant, ästhetisch, erkennbar, klonbar und sollte unverwechselbar sein. Unter Verwendung der Kreativitätstechniken, um Ideen zu entwickeln und Logos zu entwerfen, erwerben Auszubildende ihre Methoden- und Lernkompetenz.

Trotz der einfachen Eigenschaft des Logos wird das Lernfeld „Logos entwickeln“ nicht im ersten Ausbildungsjahr eingesetzt. Um ein Logo zu gestalten, müssen Auszubildende komplex denken können und viele Fähigkeiten und Kenntnisse kombinieren sowie Kreativitätstechniken anwenden können. Logos müssen sowohl in Briefmarken- oder Visitenkarten-Größe als auch an einer Gebäudefassade erkennbar und lesbar sein. Bei der Konzeption, Gestaltung und Bewertung von Logos wenden Lernende die Theorien von Wahrnehmungs- und Wirkungszusammenhängen an. All diese Leistungsdispositionen kennzeichnen die Fachkompetenz bei der Gestaltung von Logos. Auszubildende wenden die Grundelemente eines Corporate Designs an und leiten gestalterische und technische Anforderungen für den Entwurf ab. Die Schaffung einer Corporate Identity und der dazugehörigen Elemente ist ein wichtiger Bereich der Designbranche. Identität umfasst Unterschiede, die die Differenzierung der Dinge zeigen.

Bei der Konzeption, Gestaltung, Analyse und Bewertung von Logos entwickeln sie ihre Humankompetenz. Humankompetenz wird benötigt, wenn Schüler die Kundenvorgaben auswerten, anhand bestehender Designmanuals Erscheinungsbilder interpretieren und

Gestaltungskriterien für ein Corporate Design entwickeln. Im Rechercheprozess, um eine Corporate Identity zu entwickeln, können Lernende mit Aktivitäten von Unternehmen vertraut gemacht werden. Sie müssen beobachten, nachforschen und fragen, z. B. was die Funktion des Unternehmens ist, wo es ausgeführt wird, wer die Kunden sind, warum dieses Unternehmen auf diese Weise funktioniert, was die Zukunft bereithält usw. Dies kennzeichnet ihre Methoden-, Human- und Fachkompetenzen im Zusammenhang.

Die Kombination der kommunikativen Kompetenz und Humankompetenz wird entwickelt, wenn Lernende die Übertragbarkeit auf andere Länder und Kulturkreise diskutieren, Bewertungskriterien erarbeiten und diese auf ihre Gestaltungsarbeit anwenden. Bei der respektvollen Beurteilung der Kreativleistung anderer bedienen sie sich unterschiedlicher Feedbacktechniken. Sie präsentieren eine Konzeption und Medienprodukte vor Kunden und vertreten ihre Gestaltungsideen argumentativ. Sie setzen ihre Entwürfe in verschiedenen Medienprodukten ein, überprüfen deren Wirkung und beurteilen sie nach gestalterischen und technischen Kriterien.

Gestaltung der Printmedien und Erstellung der Grafiken: Das Lernfeld 12b ist wichtig für die Gestaltung der Printmedienprodukte. Auszubildende werden gefordert, ihr Wissen und Können aus den vorherigen Lernfeldern komplex anzuwenden. Die Entwicklung von komplexen Kompetenzen ist erforderlich, um Printmedien als komplexe Produkte zu erstellen. Sie erstellen themenbezogene Illustrationen und Infografiken. Notwendiges Wissen und Können dazu haben sie im Lernfeld 6 erworben. Sie können die Illustration zeichnen oder malen und die Bilder bzw. Grafiken gestalten sowie bearbeiten. Die Entscheidung, ob die Fotos, Bilder, Illustrationen oder Buchstaben in der Funktion eines Bildes verwendet werden, ist schwierig aber unumgänglich. Sie müssen nicht nur viele Formen und Stile in einem Layout nutzen, sondern aus ihren Optionen logisch und mit Inspiration auszuwählen und zudem vorgefasste Meinungen ablegen.

Bei der Berücksichtigung der Abstraktion, Symbolik und Funktionalität und unter Anwendung des Stilmittels der Text-, Grafik- und Bildgestaltung zur Visualisierung der Inhalte verstärken sie ihre Kompetenzen. Sobald die Ideen Form annehmen, können Lernende sie visuell in einer Kampagne umsetzen. Eine Kampagne ist eine Reihe von Anzeigen, die entweder an unterschiedlichen Orten erscheinen oder es ist ein Konzept, das auf verschiedene Weise präsentiert wird, z. B. als thematisch verwandte Serie von Presseanzeigen. Zur Strukturierung der Inhalte werden Wissen und Können zur Fachkompetenz für Layout-Gestaltung angewendet, Gestaltungsraster entwickelt und die Vorgaben eines Corporate Designs umgesetzt. Wie in den Lernfeldern 2 und 5 erwähnt, gibt es viele Grundstrukturen des Rasters, jede von diesen hat eigene Bedeutung für die Inhalte der Gestaltung.

Methodenkompetenz bezeichnet hier, dass Schüler im Entwurfsprozess die Einhaltung der Vorgaben kontrollieren und die Entwürfe entsprechend anpassen. In den Abstimmungsprozessen wenden sie Feedbacktechniken an und üben konstruktive Kritik. Dass sie die Gestaltung auf die technischen Möglichkeiten von Druckverfahren, bedruckbaren Stoffen, Druckveredelung und Weiterverarbeitung abstimmen, bezeichnet auch die Kombination von Methodenkompetenz und Fachkompetenz.

Umsetzung gestalterischer Konzeptionen für Digitalmedien: Erfolgreiche Mediengestaltung ist nicht nur das Resultat der brillanten Umsetzung einer Arbeitstechnik, sondern auch der starke Ausdruck kreativer Ideen. Das Lernfeld 13b gibt eine die bisherigen Lernfelder bündelnde Orientierung, um Projekte erfolgreich zu gestalten. Das Ziel besteht darin, komplexe Kompetenzen zu vertiefen, indem Auszubildende auf Grundlage einer umfassenden Konzeption komplexe Digitalmedienprodukte gestalten können. Fach-, Methoden- und andere Kompetenzaspekte werden hierbei im Zusammenhang entwickelt.

Z. B. wird Methodenkompetenz gefördert, indem die Lernenden Inhalte strukturieren oder ein Gestaltungsraster und einen Navigationsplan erstellen. Sie entwickeln ein Screendesign nach den Vorgaben eines Corporate Designs und beachten Anforderungen an die Funktionalität. Das Layout von Spalten, Rändern sowie Text- und Bildrahmen wird normalerweise in Form eines Rasters vorgegeben, wodurch einem Entwurf Struktur und Ordnung zugrunde gelegt werden. Das Raster unterteilt den Satzspiegel in Untereinheiten und gibt so eine visuelle Struktur für die Gestaltung vor. Es hilft, alle Gestaltungselemente zu verbildlichen. Bei dem komplexen Material, bei dem Text, Bilder, Diagramme und Bildunterschriften zusammengeführt werden müssen, ist ein ausgefeiltes horizontales Raster erforderlich. Man erkennt, wie eng die Vertiefung der Methodenkompetenz an entsprechendes fachliches Wissen und Können gebunden ist, welches selbst wiederum kontextbezogen angewendet und vertieft wird.

Ein weiteres Beispiel zur Entwicklung komplexer Kompetenzen ist die Prüfung und Bearbeitung der Daten auf Einhaltung produktionstechnischer Kriterien. Entwürfe müssen auf Umsetzbarkeit und Funktionalität kontrolliert werden, woraus sich wiederum die Notwendigkeit zur Optimierung/Modifizierung der Entwürfe unter Berücksichtigung produktionstechnischer Anforderungen ergeben kann.

Kommunikative Kompetenzen werden besonders entwickelt, wenn Lernende ihre Entwürfe präsentieren und die Gestaltung mit fiktiven Kunden abstimmen. Bei der Präsentation von Ideen des Corporate Designs ist es wichtig, den Entwicklungsprozess vom ersten Konzept bis zur Endgestaltung klar aufzuzeigen. Hierzu erfolgen im Lernfeld entsprechende Orientierungen zu Fallbeispielen und Rollenspiel in Lerngruppen.

Dateien druckfertig machen

Erstellung der druckverfahrensorientierten Ausgabedateien: Nach der Gestaltungsphase folgt die Ausgabephase. Im Lernfeld 3 "Ausgabedateien druckverfahrensorientiert erstellen" werden Ausgabedateien druckverfahrensorientiert erstellt. Die Auszubildenden sollen Wissen über Verfahren und Betriebe der Druckerei erwerben, nachdem sie einige erste Designprodukte mit Typografie und einfachen Bildern schon gestaltet haben. Sie erkennen durch die Bearbeitungsstufen Schwierigkeiten der Aufgaben, der Probleme und die Arbeitsprozesse zur Herstellung eines Printproduktes und können unterschiedliche Verfahren probieren.

Wissen über die stofflichen Eigenschaften und die Qualität (Gewicht, Oberfläche, Zugfestigkeit, Deckfähigkeit für Farben etc.) der zu bedruckenden Materialien gehören dazu. So wird im Lernfeld gefordert, dass Lernende sich Informationen zu Bestandteilen und Herstellungsverfahren von Papier beschaffen, die verschiedenen Papiersorten unterscheiden und sie produkt- und verfahrensadäquat auswählen können. Sie sollen auch berechnen können, wie viele Bögen des Papiers, wie viel Falze, wie viel Exemplare von welchen Papiersorten benötigt werden. Lernende sollten vor dem Druckprozess abschätzen können, welche Fehlerquellen es in der Informationsübermittlung geben kann. Sie sollen befähigt werden, im Team gemeinsam Checklisten zu entwickeln, um die Vollständigkeit und Richtigkeit der Daten zu überprüfen. Man erkennt in den Orientierungen zum Lernfeld, wie eng Fachkompetenz mit Methoden- und Kommunikationskompetenz verbunden ist.

Dass die Lernenden die verschiedenen Hauptdruckverfahren mit der entsprechenden Druckformherstellung voneinander abgrenzen können, ist ein weiterer Schwerpunkt in diesem Lernfeld. Aus den besonderen verfahrensspezifischen Anforderungen der einzelnen Druckverfahren definieren sie Vorgaben für die Druckvorstufe. Es gibt Desktop-Druck und professioneller Druck. Sie sollen vorhersagen, welche unterschiedlichen Drucktechniken anwendbar sind, wie z. B. Buchdruck, Flexodruck, Tiefdruck, Stahlstich, Thermodruck, Offset-Lithografie oder Siebdruck. Sie beachten die verfahrenstechnischen Vorgaben und die gestalterischen Möglichkeiten der Druckweiterverarbeitung und der Druckveredelung. Die Druckveredelung macht das endgültige Medienprodukt perfekt, d.h. dazu gehören die letzten Feinarbeiten am Auftrag. Dazu gehören Zierfaktoren wie die Struktur der Prägung oder Siebdruck, der Glanz der Folienprägung, aber auch ein schützender farbloser Lack.

Als wichtige Inhalte dieses Lernfeldes werden Farbmischsysteme und Dateiformat genannt. Lernende müssen die Farbmodi von Computer und Dateiformat verstehen und identifizieren. Farbmodi umfassen Bittiefe, Bitmap-Farbmodus, Graustufenmodus, RGB-Modus, CMYK-Modus. Dieses Wissen gehört zur Fachkompetenz. Wenn Schüler mit Bildbearbeitungs- und Seitenlayout-Programmen arbeiten, müssen sie die unterschiedlichen Farbmodi kennen. Sie

müssen lernen zu unterscheiden, welcher Modus für ein Bild oder für ein Projekt geeignet ist. Ferner gehört dazu, zu verstehen, dass sich verschiedene Dateiformate unterschiedlich gut für verschiedene Zwecke eignen. Einige Dateiformate sind gut für Druckerei im Büro geeignet, aber nicht zum Einsatz auf Offsetdruckmaschinen. Einige andere sind ideal für eine hochauflösende Druckausgabe. Manche eignen sich hervorragend für Webgrafiken mit geringer Auflösung. Durch Produktionskostenberechnung erwerben sie Wissen zu betriebswirtschaftlichen Aspekten bei der Gestaltung/Produktion von Medienprodukten.

Im Lernfeld 3 wird ergänzend auf die Vollständigkeit sowie die Produktionssicherheit der Daten sowie das Erstellen einer drucktechnisch korrekten Layoutdatei verwiesen. Nach gewissen Vorgaben sollen Lernende eine PDF-Ausgabedatei erstellen. Warum wird die PDF-Datei hervorgehoben? Das PDF-Dateiformat vereint direkt in einer Datei alle wichtigen Informationen im Layout wie Text, Bilder, Schrift usw. Im Ausgabeprozess bittet die Druckerei häufig um die Übermittlung des fertigen Dokumentes im PDF-Dateiformat. Dies zeigt, dass Handlungen für die Erstellung eines Dateiformates ein technisches und sicherheitstaugliches Erfassen der Arbeitswirklichkeit umfasst, worauf in der Ausbildung vorzubereiten ist.

Zusammengefasst zeigen alle beschriebenen Orientierungen des Lernfeldes, dass berufliches Handeln eng mit Wissen und Können bei der Kompetenzentwicklung verbunden werden soll, um ein ganzheitliches Erfassen der beruflichen Wirklichkeit zu fördern.

Aufbereitung der Daten für verschiedene Ausgabeprozesse: Nachdem die Druckverfahren der Ausgabedateien im Lernfeld 3 und die Computersysteme in Netzwerkumgebungen im Lernfeld 4 von den Schülern mit Hilfe vieler ausgewählten Designprodukte von Typografie (Lernfeld 2) und Bildern (Lernfeld 6) genutzt und konfiguriert worden sind, werden Auszubildende im Lernfeld 7 „Daten für verschiedene Ausgabeprozesse aufbereiten“. Wissen und Können über Text-, Bild- und Grafikdateien etc. aus den Lernfeldern 2 bis 6 bilden Grundlagen für Lernfeld 7 und verdeutlichen dessen inhaltliche Komplexität.

Das Lernfeld hebt die Kombination verschiedener Kompetenzbereiche zur Entwicklung beruflicher Handlungskompetenz hervor: z. B. dass Lernende die Daten übernehmen, bearbeiten und unter Berücksichtigung verfahrenstechnischer und wirtschaftlicher Aspekte die Ausgabedateien für Digital- und Printmedien erstellen. Wissen über Dateiformate und den Umgang mit ihnen wurde schon im Lernfeld 3 erworben und wird in diesem Lernfeld weiter vertieft. Einige Formate verwenden Pixel, andere Vektoren, einige sind niedrigauflösend, andere haben eine höhere Auflösung. Wenn Lernende ein Dokument in dem Format des Programms abspeichern, erhalten sie dabei ein programmspezifisches Dateiformat, die von Anwendungsprogrammen anderer Hersteller nicht sicher gelesen werden können.

So wie verschiedene Softwareprodukte unterschiedlich gut für bestimmte Aufgaben geeignet sind, so eignen sich auch verschiedene Dateiformate unterschiedlich gut für verschiedene

Zwecke. Einige Dateiformate sind gut für Bürodrucker geeignet, aber nicht für Offsetdruckmaschinen. Es gibt zu viele programmspezifische Grafikdateien, um sie alle zu behandeln. Lernende müssen zur Unterscheidung aller Formate befähigt werden, wie z. B. GIF-Dateiformat ein komprimiertes Grafikdateiformat ist und populär für das Internet benutzt wird, jedoch nicht für den professionellen Druck angewendet werden kann. TIFF-Dateien und TIFF-Komprimierung sind gute Formate zum Austausch von Dateien zwischen Windows- und Macintosh-Computer usw.

Die Entwicklung einer komplexen Befähigung bei Auszubildenden wird im Lernfeld folgendermaßen verdeutlicht. Die Schüler erfassen die Überprüfung von Text-, Bild- und Grafikdateien auf Integrationsfähigkeit in Print- und Digitalmedien. Sie wissen dafür die gültigen Normen und Standards. Diese Integrationsfähigkeit ist wichtig und muss präzise sein, um ein erfolgreiches Produkt zu erstellen. Sie müssen für die Lieferung der Dokumente an die Druckerei sicheres Wissen über alle Grafiken, die Schriften und die Gestaltungsdatei haben.

Für die Bearbeitung und Konvertierung der Daten sollen Auszubildende die Nutzung der Funktionen branchenüblicher Software beherrschen. Sie passen Audio- und Bilddaten nach vorgegebenen technischen und dramaturgischen Kriterien für den Einsatz in Digitalmedien an. Dass sie die Ergebnisse der Ausgabedateien prüfen und bei Bedarf Korrekturen durchführen können, zeigt ihre Kompetenz. Für Farbkorrekturen von Bildern für den Druck, ob Vierfarbenprozess, Graustufen, Simplex-, Duplex- oder Triplexdruck, müssen sie fähig sein, Tonwerte von Hell bis Dunkel richtig einzustellen. Dabei gibt es Kriterien bei der Farbkorrektur, die vor dem Druck zu beachten sind: Qualität des Originalbildes, Qualität des gescannten Bildes, Kontrast von Hell zu Dunkel, d. h. die hellen Bereiche im Foto werden blind sowie die dunklen Bereiche überfüllen usw. Die Qualität des Originalbildes – hohe Bildauflösung – ist das wichtigste Kriterium für den erfolgreichen Druck.

Administrationsverwaltung

In diesem Teil des KMK Rahmenlehrplanes wird in den Lernfeldern 12a und 13a auf die Planung und Kalkulation von Druckprodukten/Digitalmedienprodukten orientiert. Das entspricht zwei von den Hauptaufgaben der Mediengestalter/innen in der Fachrichtung „Beratung und Planung“.

Die Lernfelder orientieren darauf, dass sich Auszubildende vor der Herstellung eines Produktes die drei folgenden Fragen stellen müssen: 1. Um welche Art des Projektes handelt es sich? 2. Wie viel Geld benötigt seine Fertigstellung? 3. Wann muss es fertig sein? Die Art des Projektes gibt solche „verfahrenstechnischen“ Parameter an, wie Verfahrensschritte im gesamten Gestaltungsprozess, die äußeren Abmessungen, Anzahl der Seiten, Anzahl der Farbe etc. Zu hinterfragen ist auch, ob das Produkt ein Buch, eine Broschüre, oder Zeitschrift werden soll und wie die Seiten zusammengehalten werden. Aus den Herstellungskosten ergibt sich

das Budget für das Projekt. Aus der Art des Projektes, seines Inhaltes, seiner Komplexität usw. kann mit Blick auf einen Abgabetermin die Organisation der Bearbeitung geplant werden. Aufgrund des Abgabetermins können sich Schüler für einzelne Projektteile festlegen.

Im Lernfeld wird gefordert, dass sich Lernende auf Grundlage der Auftragsanalyse für einen Produktionsablauf entscheiden. Dazu gehört auch, alternative technische Produktionswege zu kalkulieren und entsprechende Angebote zu erstellen. Sie sollen befähigt werden, dafür die benötigten Produktionsmittel auszuwählen sowie Material-, Zeit- und Personalbedarf zu bestimmen. Die Planung der Druck- oder Digitalmedienprodukte beziehen sich auf die Organisation des Projektes, die Zeit zur Bearbeitung, seine Kosten und auf den Personaleinsatz.

Sie sollen also lernen, Druck- und Digitalmedienprodukte auf Basis aller Auftrags- und Herstellungsdaten zu kalkulieren. Dazu gehören auch Kritikfähigkeit durch Ermittlung von auftragsbezogenen Gewinnen und Verlusten, durch Bewertung der Ergebnisse, einer Durchführung von Schwachstellenanalysen und Entwicklung von Verbesserungsvorschlägen. Insgesamt orientiert das Lernfeld auf einen ganzheitlichen und komplexen Anspruch für die Kompetenzentwicklung der Auszubildenden.

Technische Umsetzung

a. Drucktechnik

Nutzung und Pflege des Farbmanagements: Bearbeitung von Farben im Bereich der visuellen Kommunikation ist ein kompliziertes Problem. Dank der Informatiktechnologie muss ein Mediengestalter heute nicht mehr wissen, wie man tatsächlich Farbpigmente mischt, um einen bestimmten Farbton zu erzielen. Im Lernfeld 12c „Farbmanagement nutzen und pflegen“ spielt Farbmanagement eine wichtige Rolle für den Beruf Mediengestalter/in Print. Bei der Nutzung und der Pflege des Farbmanagements kann das Designprodukt, das durch Praxis im Lernfeld 11c gestaltet wird, erfolgreich in der Realität hergestellt werden.

Farbmanagement ist eine der wichtigsten Aufgaben des Mediengestalters bei der Druckproduktion. Farbkontrolle bestimmt, wie Farbe von einem Gerät auf ein anderes übertragen wird, und stellt eine akkurate, präzise Reproduktion der Farbe sicher. Diese Fachkompetenz zum Farbmanagement ist notwendig, weil jedes Gerät auf Farbe anders reagiert und sie anders produziert. Farbmanagement zeigt auch, wie Farben effizient eingesetzt werden und wie die physikalischen, psychologischen und verhaltensabhängigen Effekte von Farbe vorhergesagt werden können, um Inhalte werbewirksam darzustellen. Dies erfordert vor allem „Lernen durch übendes Handeln“, um bereits in der Ausbildung Können zu erwerben. Darauf orientiert dieses Lernfeld.

Lernende sollen farbige Vorlagen aus verschiedenen Quellen unter besonderer Berücksichtigung der Farbraumtransformation und einer konsistenten Farbdarstellung reproduzieren können und mit verschiedenen Farbräumen arbeiten. Zu den Farbräumen zählen RGB (Rot, Grün, Blau) und CMYK (Cyan, Magenta, Gelb und Schwarz), die beim Monitor, Bildschirm und im Vierfarben-Druckprozess angewendet werden. Es gibt auch den Sechsfarben-Druckprozess und das 16-Bit-System. Für eine präzise, zuverlässige Farbproduktion müssen die Lernenden das Wissen erfassen, wie die einzelnen Geräte in der Gestaltung- und Druckproduktion die Farben einsetzen. Ferner sollen Sie befähigt werden, verschiedene Geräte zu benutzen und unterschiedliche Farben zu verwenden, da bei einem Druckauftrag je nach Gerät immer etwas anders erscheint.

Beim „Lernen durch übendes Handeln“ erfassen Auszubildende auch die Differenzierbarkeit von Farben, die Lesbarkeit von Schriften und einfachen Symbolen sowie die Anwendung von Farbmatrizen und Grundlagen der Farbmischung. Durch Analyse des Farbworkflows für ein Printprodukt und die Planung der Erstellung und Beschaffung von Farbprofilen verbessern sie ihre Fach- und Methodenkompetenz. Sie weisen Profile zu, führen Farbraumtransformationen durch und nehmen Softproof-Einstellungen vor. Dabei berücksichtigen sie verschiedene Ausgabeprozesse und erfassen Farbseparationsarten sowie Farbabweichungen visuell und messtechnisch.

Die Qualität und die Anwendungsmöglichkeiten unterschiedlicher Geräte bestimmen sie anhand der Farbumfänge. Sie kalibrieren und profilieren Geräte und verwalten Farbprofile im Betriebssystem. Seit der Einführung des Computers als Werkzeug und Medium haben die Mediengestalter sich bemüht, ihre Monitore entsprechend der Ausgabe auf Druckern zu kalibrieren und zu synchronisieren. Das Lernfeld orientiert ergänzend darauf, die Daten verschiedener Quellen und Profile in eine Layoutdatei zu integrieren und diese in ein PDF/X-Dokument zu exportieren. Proofsysteme wählen sie auftragsbezogen aus und überprüfen die Proofs visuell und messtechnisch. Proofs sind die letzte Möglichkeit, Qualität und Gehalt der Arbeit zu überprüfen.

Nutzung der Ausgabetechnik: Im Bereich Vertiefung der Printmedien schließt das Lernfeld 13c „Ausgabetechnik nutzen“ den Arbeitsprozess ab. Bei diesem Modul ist die Überprüfung der Daten vor der Ausgabe und die Bewertung des Ergebnisses der Ausgabe wichtig. Die Nutzung der Ausgabetechnik ist der nachfolgende Schritt des Farbmanagements. In der Vergangenheit wurden viele Aufgaben der Druckvorstufe an unterschiedliche Abteilungen und Fachbetriebe delegiert. Heute haben die Mediengestalter mehr Verantwortung und müssen das Farbmanagement gründlicher und umfassender verstehen.

Dass die Auszubildenden eine offene Datei zu einer geschlossenen Ausgabedatei verarbeiten und einen Formproof erstellen können, ist eine komplexe Kompetenz, in der fachliche

Sicherheit, methodisches Know-How und Kommunikationsfähigkeit zusammenwirken. Sie prüfen Daten auf Verwendbarkeit und Vollständigkeit und erstellen Ausgabedateien für analoge und digitale Druckverfahren. Sie legen Einstelldaten für den Druck und die Weiterverarbeitung an, geben diese weiter und kontrollieren die korrekte Übernahme in den Workflow. Sie nutzen unterschiedliche Ausgabesysteme, schließen sie die Seiten aus, übernehmen die Layoutdaten sie in Ausschließeschemata und erstellen eine Bogenmontage. Dabei berücksichtigen die Lernenden die Parameter für den Druck, die Weiterverarbeitung und die Druckveredelung. Sie überprüfen die Daten, Materialien und Geräte auf Einhaltung der aktuellen ISO-Standards und kalibrieren die Ausgabegeräte nach den Vorgaben der standardisierten Produktion. Die Befähigung zur Dokumentation und Bewertung der Ergebnisse der Ausgabe ist dabei eine wesentliche zu entwickelnde Leistungsdisposition.

b. Digitaltechnik

Konzipieren einer dynamischen Webseite: Nach der Realisierung eines Medienprojektes können Auszubildende in der Fachrichtung Gestaltung und Technik bei der Vertiefung von Digitalmedien erlernen, eine dynamische Webseite zu gestalten. Das Internet entwickelt sich schnell und die meisten Websites sind heutzutage nicht mehr statisch, sondern dynamisch. Der Hauptunterschied besteht darin, dass der Webserver bei dynamischen Seiten die Anzeige auf Wunsch erstellt.

Mit dem Lernfeld 12d „Dynamische Websites konzipieren und programmieren“ sollen Auszubildende befähigt werden, kompliziertere Möglichkeiten der Digitaltechnik zu nutzen. Z. B. lernen sie, wie man die Animation, das Audio und Video für das Internet realisieren kann. Dass sie eine dynamische Webseite konzipieren und erstellen können, bezeichnet ihre Methoden- und Fachkompetenz. Sie erhalten diese Kompetenzen auch durch Analyse der Vorgaben hinsichtlich der darin enthaltenen technischen Problemstellungen und des gestalterischen Grundkonzeptes sowie Festlegung geeigneter Technologien für die Umsetzung. Der Schlüssel zum Erfolg einer Webseite ist die genaue Publikumsanalyse, die das Gestaltungskonzept und die Technik beeinflusst.

Lernende sollen die Logistik, ästhetische Aspekte, die Bildschirmgröße, Bildformate usw. berücksichtigen können. Fachliches Wissen anwenden, können sie, wenn sie ein Content Management System installieren und konfigurieren sowie die Benutzeroberfläche unter Berücksichtigung von Ästhetik und Benutzerfreundlichkeit gestaltet ist. Ein Design für Internet unterscheidet sich stark von Mediengestaltung für Print. Die Internetseiten müssen nicht nur gut aussehen, sondern auch mit vielen Browsern und Geräten funktionieren und sie müssen leicht zu navigieren sein. Der Benutzer muss ohne Anweisungen wissen, wo er klicken und suchen soll. Deshalb ist die Gestaltung der Benutzeroberfläche besonders wichtig und entscheidend. Ihre Fachkompetenz wird noch vertieft, indem sie einen lokalen Webserver

installieren und konfigurieren können und dessen Funktionalität testen. Zum Erstellen interaktiver Webseiten benutzen sie Skriptsprachen. Hierfür gestalten sie Formulare und organisieren die Übergabe von Daten zwischen Client und Server und deren Auswertung.

Gestaltung und Bearbeitung der Digitalmedien: Außer der Webseite gibt es im Bereich Digitalmedien noch andere Produkte, z. B. Digitalfilm und Game. Um diese Digitalprodukte herstellen zu können, müssen Auszubildende befähigt werden, Audio-, Video- und Animationssoftware sowie Videokamera, die Technik von Sprache, Geräusche, Musik und Filmgestaltung auszuwählen und zu nutzen. Darauf orientiert das Lernfeld 13d "Digitalmedien gestalten und bearbeiten".

Die Zielstellung ist, Lernende im Team zu befähigen, Multimediaprodukte herzustellen, indem sie Audio-, Animations- und Videodateien mit den Grundfunktionen branchenspezifischer Software bearbeiten. Sie planen Arbeitsschritte und die Aufgabenverteilung und beachten die prozessbezogenen technischen Normen und wirtschaftlichen Aspekte. Fachkompetenz bezeichnet, dass Sie die Daten prozessbezogen für verschiedene Ausgabemedien aufbereiten und die Teilprodukte in ein finales Multimediaprodukt integrieren. Mit geeigneten Werkzeugen führen sie Korrekturen fachgerecht durch und optimieren damit ihre Ergebnisse. Bei der Gestaltung grafischer Benutzeroberflächen berücksichtigen sie Regeln für ein benutzerfreundliches Screendesign. Die Entwicklung kommunikativer Kompetenz wird gefördert, indem sie im Team die fachbezogene Terminologie benutzen, sich die englischsprachigen Fachbegriffe erschließen, mit Kritik konstruktiv umgehen und den Projektverlauf sowie das fertige Medienprodukt präsentieren.

Kapitel 6 Zum Transfer eines neuen Curriculums in Vietnam

6.1 Resümee der Einflussfaktoren auf ein neues Curriculum

In einer Vorüberlegung geht der Verfasser davon aus, dass der Transfer eines Curriculums oder auch Teilen davon keine „eins-zu-eins“-Übertragung von „Land A“ auf ein „Land B“ sein kann. In der einen oder anderen Einzelheit mag das gehen, aber bei einem „systemischen“ Anspruch wäre ein solcher Ansatz fatal. Insbesondere Curricula für die Berufsausbildung sind Teil eines historisch, unter verschiedenen industriekulturellen und gesellschaftlichen Bedingungen entstandenen Berufsbildungssystems. Ein Transfer muss die *Transferbedingungen* aufmerksam beachten.

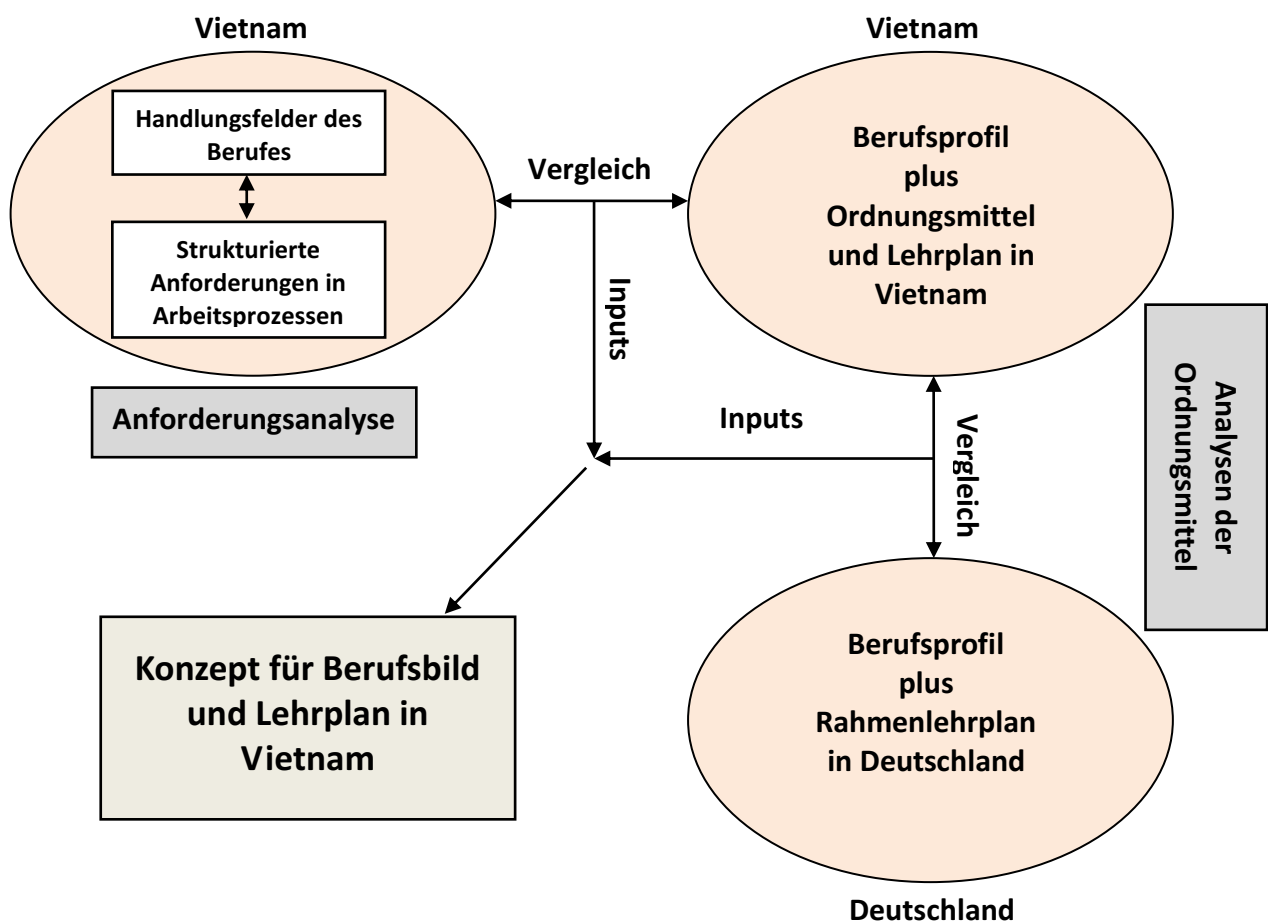


Abbildung 10. Zusammenwirken der Einflussfaktoren für einen Transfer eines neuen Curriculums in Vietnam

Mit Abbildung 10 soll zunächst ein Resümee zu den untersuchten Einflussfaktoren, deren Zusammenwirken sowie der daraus resultierende forschungsmethodische Weg für einen

Transfer verdeutlicht werden. Danach ergeben sich die Inputs für einen Transfer aus den analytischen Untersuchungen zu:

- den Arbeitsanforderungen für den Beruf „Mediengestalter/-in“ in den Handlungsfeldern „Print“, „Web“ und „Film“ und einer vergleichenden Analyse mit dem Curriculum in Vietnam zur Erfassung von Defiziten (siehe Kapitel 3).
- den Curricula und deren Ordnungsmittel in Vietnam und Deutschland und der darauf aufbauenden vergleichenden Analyse (siehe Kapitel 4 und 5).

Ein Transfer eines Curriculums (auch Teilen davon) zwischen den Ländern Deutschland und Vietnam ist eine komplexe systemische Zielstellung. Die Transferbedingungen sind auf verschiedenen Ebenen und unter mehreren Aspekten zu berücksichtigen, was im Folgenden näher zusammengefasst werden soll.

Regelung der Etablierung eines Verwaltungsrats zum Aufbau eines Curriculums in Vietnam

Der Verwaltungsrat, der für den Aufbau eines Curriculums für alle Berufe verantwortlich ist, wird vom Generaldirektor der Allgemeinen Abteilung für Berufsbildung erstellt. Im Diskurs und Interessenausgleich der teilnehmenden Mitglieder von Ministerien, anderen Organisationen der Politik-Gesellschaft, Regierungsbehörden, Verbänden, verwandten Wirtschaftsgruppen sowie Abteilungen für Arbeit, Invaliden und soziale Angelegenheiten erfolgen Aufbau und systematische Änderungen von Lehrplänen als zentrales Ordnungsmittel für alle Berufe. Die Voraussetzungen, um als Mitglied des Verwaltungsrates ausgewählt zu werden, sind:

- einen Hochschulabschluss oder einen höheren Abschluss zu haben;
- mindestens fünfjährige Erfahrung im Unterrichten oder andere Tätigkeiten im Berufsfeld, in dem das Curriculum des Berufes aufgebaut wird;
- Prestige in Bereichen Produktion, Wirtschaft, Management und Lehre im Berufsfeld.

(vgl. Ministerium für Arbeit, Invaliden und soziale Angelegenheiten 2008, Kapitel 3, Punkt 12; übersetzt vom Verfasser)

Regelung zu grundlegenden Anforderungen an das Curriculum in Vietnam

Zu solchen grundlegenden Anforderungen gehören:

- Sicherstellung der Berufsbildungsziele,
- Sicherstellung der Wissenschaftlichkeit sowie Flexibilität für eine Weiterentwicklung unter dem Einfluss technologischer Entwicklungen und deren Auswirkungen auf Änderungen in der Facharbeit (insbesondere dieser Zusammenhang von einem sich wandelnden Verhältnis von Arbeit und Technik sowie Arbeit und Bildung wurde bisher in Vietnam unterschätzt),

- angemessene Aufteilung der Zeit zwischen Wissensblöcken, beruflichen Fähigkeiten und dem Umsetzungsprozess der Fächer, um effektive Berufsbildungsziele zu erreichen,
- Sicherstellung der Kontinuität zwischen den Berufsbildungsebenen unter Berücksichtigung der Verknüpfung mit anderen Ausbildungsebenen des nationalen Bildungssystems,
- Zugang zu weiterführenden Berufsbildungsstufen im nationalen und zunehmend auch im internationalen Kontext (letzteres wird immer bedeutsamer für wirtschaftliche internationale Kooperationen Vietnams).

(vgl. Ministerium für Arbeit, Invaliden und soziale Angelegenheiten 2008, Kapitel 1, Punkt 3; übersetzt vom Verfasser)

Defizite in der domänenspezifischen Berufsbildungsforschung in Vietnam

Wie im GP 4.1 genannt, kann man erkennen, dass sich die Berufsbildungsforschung in Vietnam auf Grundlagenforschung, strategische Forschung und zunehmend auch auf angewandte Forschung auf dem Gebiet der beruflichen Bildung, eine qualitativ hochwertige berufliche und technische Bildung, Ausbildung von Lehrern für technische und berufliche Ausbildung konzentriert. Während sich in Deutschland schon seit Beginn der 1990-er Jahre eine domänenspezifische Berufsbildungsforschung etablierte und man von einer Forschungstradition innerhalb der Berufsbildungsforschung sprechen kann, ist diese Forschung in Vietnam jedoch bisher kaum entwickelt. In Vietnam gibt es fast keine Forschung zur beruflichen Didaktik für Berufe/Berufsfelder in den Wirtschaftsdomänen. Die Bildungsforschung fokussiert eher übergreifend auf die gemeinsame Bildungsstrategie und Unterrichtsmethoden für alle Berufe im Land. Es gibt fast keine vertiefenden Forschungen zu Besonderheiten für differenzierte Berufe und Berufsfelder.

Wie am Anfang genannt ist der Verwaltungsrat, bestehend aus Verwalter, Experten, Lehrer im zuständigen Berufsfeld etc. verantwortlich für den Aufbau eines Curriculums. Jedoch basiert die Entwicklung des vorhandenen Curriculums auf der Grundlage der Kriterien für berufliche Qualifikationen oder des Arbeitsanalyse-Diagramms oder der Arbeitsanalyseblätter, die nach den Erfahrungen von Mitgliedern vorgeschlagen werden. Sie basieren bisher nicht auf eine domänenspezifische Berufsbildungsforschung. Deshalb sind viele Berufsprofile in Vietnam eng, nicht ganzheitlich, fokussieren nur auf die Fachkenntnisse und Fachkompetenz, nicht auf die Soft-Skills, wie Kundenorientierung, berufliche Kommunikation und Teamarbeit.

Wie im GP 5.1 schon beschrieben, wurde die Berufsbildungsforschung in Deutschland seit 1990 für die meisten Wirtschaftsbereiche als domänenspezifische Berufsbildungsforschung weiterentwickelt. Die Entstehungsbedingungen, das Profil des Berufes, die Inhalte und Einflussfaktoren auf die Entwicklung der Facharbeiterberufe waren ein wesentlicher

Forschungsgegenstand. Im Vergleich dazu gibt es in Vietnam große Defizite. Außer der engen Berufsprofile werden die genannten Faktoren zur Forschung in Vietnam kaum thematisiert. Im GP 5.1.2 wurde gezeigt, dass die Ordnungsmittel als wesentlicher Teil der Berufsbildungsforschung für das ganze Land analysiert und weiterentwickelt werden müssen. Auf Makroebene werden die Forschung und Gestaltung der Berufs- und Ordnungsmittel mit normativen Orientierungen und Bezugssystemen zur Sicherung von Beruflichkeit differenziert. Auf der Mesoebene sollten die Ordnungsmittel im Kontext der Gestaltung von Innovationen und Veränderungen sowie der Organisationsentwicklung an den Lernorten umgesetzt werden. Für den Aufbau des Curriculums für alle Berufe in Vietnam sollte man sich auch auf diese zwei Ebenen konzentrieren, weil sich der gesellschaftlich-wirtschaftliche Kontext Vietnams in den letzten Jahrzehnten ununterbrochen verändert. Die Ordnungsmittel beeinflussen entscheidend die Gestaltung und Innovation des Curriculums.

Mit anderen Worten werden die Orientierungen auf der Makroebene allein als unzureichend für eine bedarfsgerechte und flexible Berufsausbildung angesehen, weil der wirtschaftliche Wandel zu einer Diversifizierung beruflichen Handelns geführt hat und eine erhöhte Flexibilisierung der Ausbildung erfordert. Die Wirtschaft Vietnams entwickelte sich in den letzten Jahrzehnten nach der Wirtschaftsreform immer stärker. Immer mehr Unternehmen wurden gegründet. Aus diesem Grund steigt der Bedarf an Werbung und Nutzung der Medien. Die Computertechnologie beeinflusst die Arbeit vieler Berufe sehr stark, insbesondere die in den Berufsfeldern Informatiktechnologie und Medientechnik. Ähnlich wie in Deutschland sollte man bei der Entwicklung des Curriculums für Mediengestaltung in Vietnam auch das Prinzip verfolgen, dass Berufsausbildung unabhängig vom Standort auf einem Niveau stattfinden muss, welche Befähigung zur Beruflichkeit im ganzen Land sichert. Die Orientierungen, Regeln und Kontrollmechanismen bei den Ordnungsmitteln der Berufsausbildung müssen für das ganze Land vorgegeben werden.

Die Ordnungsmittel auf der Makroebene sollten von einem aktualisierten Berufsbild ausgehen und zeitliche, organisatorische Richtlinien sowie in Lernfeldern gebündelte Ziele und strukturierte inhaltliche Vorgaben umfassen, die bei der Berufsausbildung an Berufsschulen im Land einzuhalten sind. Z. B. muss das Berufsbild des Mediengestalters Digital und Print in Vietnam im Kontext der Entfaltung der Medienform verändert werden. Wegen der Entwicklung der Werbung von Digitalfilm und Video durch Fernseher und Internet wird das Berufsprofil so verändert, dass die Digitalfilmherstellung in diesem Beruf als ein großes Handlungsfeld ergänzt werden muss.

In der Berufsbildung an Schulen und im Betrieb in Deutschland wird die Handlungsorientierung der beruflichen Bildung realisiert. Lernen in der Berufsschule zielt auf die Entwicklung einer umfassenden Handlungskompetenz. Handlungsorientierung im betrieblichen Bereich beeinflusst die Neuordnung der Berufe mit dem veränderten

Berufsprofil und die Entwicklung der lernfeldorientierten Lehrpläne für das ganze Land. Das Lernfeldkonzept basierend auf der Handlungsorientierung ist konträr zum traditionellen fächerorientierten Unterricht: Ausgangspunkt des lernfeldbezogenen Unterrichts ist nicht mehr die fachwissenschaftliche Theorie. Vielmehr wird von beruflichen Aufgaben- oder Problemstellungen ausgegangen, die aus dem beruflichen Handlungsfeld entwickelt werden. Das für die berufliche Handlungsfähigkeit erforderliche Fachwissen wird auf dieser Grundlage generiert (vgl. Kultusministerkonferenz 2018).

“Handlungsorientierter Unterricht im Rahmen der Lernfeldkonzeption orientiert sich prioritär an handlungssystematischen Strukturen und stellt gegenüber vorrangig fachsystematischem Unterricht eine veränderte Perspektive dar” (Quelle: Handreichung von Kultusministerkonferenz 2018, Seite 17). “Die Vermittlung von korrespondierendem Wissen, das systemorientierte vernetzte Denken und Handeln, das Lösen komplexer und exemplarischer Aufgaben- oder Problemstellungen sowie der Umgang mit sprachlich-kommunikativen Herausforderungen werden im Rahmen des Lernfeldkonzeptes mit einem handlungsorientierten Unterricht in besonderem Maße gefördert” (vgl. Kultusministerkonferenz 2018, Seite 11).

Resümierend kann gesagt werden, dass die Handlungsorientierung der beruflichen Bildung in Deutschland ein Vorbild für die Entwicklung und Innovation des Curriculums in Vietnam sein sollte. Die Neuordnung der Berufe sollte unter Beachtung der Bedingungen in Vietnam erfolgen, damit die Berufsprofile flexibel gestaltet werden können. Die Experten und Lehrer im Verwaltungsrat müssen auch als Wissenschaftler arbeiten und domänenspezifische Berufsbildungsforschung betreiben, bei der sie sich auf die Ordnungsmittel, beinhaltend Bildungs- und Ordnungspolitik des Landes, Handlungsfelder des Berufsbildes, Berufsprofil und die Entwicklung des lernfeldorientierten Lehrplans konzentrieren.

Vergleich der Handlungsfelder des Berufes mit dem Curriculum in Vietnam

Am Anfang des Kapitel 3 wurde ausgeführt, dass sich, orientiert an der Praxis der Medienbranchen, der Beruf Mediengestalter Digital und Print in Vietnam in 3 Handlungsfelder gliedert: Grafikdesign für Print, Webdesign und Digitalfilmherstellung. Das steht gegenwärtig im Widerspruch zur Orientierung im Curriculum des Ministeriums für Arbeit, Invaliden und soziale Angelegenheiten, wonach es kein Handlungsfeld Digitalfilmherstellung gibt. Für dieses Handlungsfeld wird in Form der Kurzeitausbildung zur Benutzung der Software von 3 Monaten bis 12 Monaten geschult (siehe 4.2.2 “Übermäßige Betonung der Verwendung der Software”).

Vergleich der Anforderungen in Arbeitsprozessen mit dem Curriculum in Vietnam

a.) Im Handlungsfeld "Grafikdesign für Print"

Strukturierte Anforderungen in Arbeitsprozessen des Handlungsfeldes "Grafikdesign für Print" umfassen: Erfassung des Kundenauftrags, Spezifizierung und Abfassung des Projektes, Zeitplan, Preiskalkulation und Organisation der Arbeitsgruppe in der Projektplanung, Analyse der Hauptaspekte, Inhaltsstruktur der Kundenvorgabe und Erstellung des kreativen Briefings, Entwicklung des Konzeptes, der Visualisierung und Formalisierung, Präsentation für Kunden, Bearbeitung nach der Rückkopplung von Kunden, Produktion und Bewertung des Ergebnisses (siehe 3.2.2.1).

Im Vergleich der oben genannten Anforderungen im idealtypischen Arbeitsprozess mit dem Curriculum für Grafikdesign gibt es Mängel hinsichtlich der Orientierung an wesentlichen Arbeitsanforderungen. So wird im Curriculum für Grafikdesign der Kundenauftrag überhaupt nicht erwähnt: kein Kontakt mit Kunden, keine Kundenvorgabe, keine Untersuchung der Zielgruppe und der Kommunikation zwischen Kunden und Zielgruppen, keine Kundenpräsentation. Alle kundenbezogenen Arbeitsanforderungen befinden sich nicht im Curriculum für Grafikdesign. In diesem Kontext bietet das Curriculum weder ein Fach bzw. Modul zur Vorbereitung an, noch gibt es eine Orientierung auf entsprechende Projekte, bei der Lernende die Anforderungen zur Spezifizierung und Abfassung des Projektes zu einem Designkonzept vornehmen. Das Curriculum orientiert sich allerdings an Fächern für Grafikdesign wie mathematisches Fundament, Programmieretechniken, Sicherheit und Hygiene. Sie befinden sich nicht direkt im idealtypischen Arbeitsprozess des Grafikdesigns, können aber durchaus als theoretische Grundlagen des Berufes angesehen werden, wenn diese mit einer Arbeitsorientierung verbunden wären. Die Auszubildenden lernen auch nicht, wie sie Projekte planen, die Produktion umsetzen oder mit Druckdiensten arbeiten. Eine Gemeinsamkeit zwischen dem Lehrplan und dem idealtypischen Arbeitsprozess des Grafikdesigns sind Handzeichnung auf Papier und Zeichnen mit Software.

b.) Im Handlungsfeld "Webdesign"

Eine wesentliche Anforderung in Arbeitsprozessen des Handlungsfeldes "Webdesign" ist die Erfassung des Kundenauftrags. Die Planung des Projektes umfasst die Analyse der Kundenvorgabe, Erstellung des Flussdiagramms, Auswahl der Datenbank und Technologie, Preiskalkulation. Die Design-Phase besteht aus dem Entwurf des Layouts durch Drahtmodelle auf Papier, der Übertragung des Entwurfs in den Computer, der Erstellung des Schlusslayouts und Einsatz der Farbe im Computer. Danach wird die Webseite programmiert und im Internet hochgeladen. In den Phasen Design und Entwicklung der Webseite muss die Rückkopplung mit den Kunden in der Überarbeitung immer berücksichtigt werden. Nach dem Projekt muss der Mediengestalter noch die Kunden schulen und die Webseite aktualisieren (siehe 3.2.2.2).

Im Vergleich zu diesen genannten Anforderungen im idealtypischen Arbeitsprozess gibt es im Curriculum für Webdesign keine Orientierungen auf die Erstellung von Flussdiagrammen, auf Preiskalkulation, auf Entwurf des Layouts durch Drahtmodelle auf Papier etc. Vielmehr orientiert das Curriculum einseitig auf die Gestaltung der Webseite direkt im Computer durch Anwendung der Software für Webdesign, Webprogrammierung und Webmanagement. Deshalb übersieht das Curriculum den Kundenauftrag, Skizze auf Papier vor der Übertragung in den Computer. Im Allgemeinen wird auf die Anwendung der Computertechnologie durch Programmierung und Serververwaltung gut orientiert und in der Bildungspraxis auch umgesetzt. Das Studium des Designs, der Ästhetik, des Konzepts des Entwerfens und die Verarbeitung von Kundeninformationen und der Zusammenarbeit mit Kunden werden nicht beachtet.

Ein offensichtlicher Fehler besteht auch darin, dass es bei den grundlegenden Pflichtfächern kein Zeichnen und keine Gestaltung der Webstruktur auf Papier, keine Bearbeitung der Bildelemente wie Typografie, Logo, kein Lernen der Designprinzipien gibt. Grundlegende Berufsfächer orientieren auf Kenntnisse des Internets, der Programmierung und Datenbanken, was eine einseitige Konzentration auf Arbeitsmittel und deren technische Nutzung bedeutet und Produkte als Arbeitsgegenstände sowie den Prozess der Produktgestaltung nicht berücksichtigt. Auch für das fortgeschrittene Lernen gibt es im Curriculum keine Orientierung auf Typografie und Logos, sondern auch hier einseitig nur auf Bildverarbeitung. Ohne Typografie ist das Webdesign nicht akzeptabel.

c.) Handlungsfeld Digitalfilmherstellung?

Ein Curriculum für das Handlungsfeld „Digitalfilmherstellung“ ist in Vietnam noch nicht aufgebaut. Einige Fächer dieses Handlungsfelds werden als Wahlfächer im Curriculum für Grafikdesign angeboten, was den Anforderungen nicht entspricht. Hier sieht der Verfasser ein großes Defizit im gegenwärtigen Profil des Berufes Mediengestalter, worauf später noch näher eingegangen wird.

Zusammengefasst: Aus der vergleichenden Analyse kann gefolgert werden, dass dem Berufsprofil des Berufes Mediengestalter Digital und Print in Vietnam ein wichtiges Handlungsfeld fehlt, d. h. die Digitalfilmherstellung. Ordnungsmittel und Curricula bieten auch insgesamt keine Regelungen in Bezug auf realitätsnahe Ziele, Ausbildungsinhalte und Philosophie an, um den Bedarf an Arbeitskräften der Mediengestalter im Land zu decken. Sowohl die Ziele als auch die Inhalte der vorhandenen Curricula sind nicht kundenorientiert, orientieren nicht darauf, mit Kunden zu arbeiten und zu kommunizieren, wodurch in der Bildungspraxis nicht alle tatsächlichen Arbeitsanforderungen zu erreichen sind. Daher muss das Curriculum für Vietnam verändert und mehr Anforderungen ergänzt werden. Der

Lehrinhalt muss an den Arbeitsanforderungen angepasst werden, wie die im idealtypischen Arbeitsprozess vorgeschlagen wurden.

6.2 Vergleich von Berufsbild und Lehrplan in beiden Ländern

6.2.1 Vergleich zum Profil des Berufsbildes

a. Gemeinsamkeiten zur Struktur des Berufes

Der Beruf Mediengestalter/in Digital und Print in Deutschland und in Vietnam umfassen zwei gemeinsame Vertiefungen: "Grafikdesign für Print" und "Webdesign" (siehe Kapitel 4). Im Rahmenlehrplan der KMK in Deutschland werden die Profile von "Grafikdesign für Print" und "Webdesign" wie folgt dargestellt:

Profile zu Grafikdesign für Print und Webdesign im Rahmenlehrplan der KMK in Deutschland		
Profil des Grafikdesigns für Print	Profil des Webdesigns	Profil von beiden Grafikdesign für Print und Webdesign
<p>Lernfeld 3. Ausgabedateien druckverfahrensorientiert erstellen</p> <p>Lernfeld 7. Daten für verschiedene Ausgabeprozesse aufbereiten</p> <p>Lernfeld 12a. Druckprodukte planen und kalkulieren</p> <p>Lernfeld 12b. Printmedien gestalten und Grafiken erstellen</p> <p>Lernfeld 12c. Farbmanagement nutzen und pflegen</p> <p>Lernfeld 13c. Ausgabetechnik nutzen</p>	<p>Lernfeld 5. Eine Website gestalten und realisieren</p> <p>Lernfeld 12d. Dynamische Websites konzipieren und programmieren</p> <p>Lernfeld 13a. Digitalmedienprodukte planen und kalkulieren</p> <p>Lernfeld 13b. Konzeptionen für Digitalmedien gestalterisch umsetzen</p>	<p>Lernfeld 2. Medienprodukte typografisch gestalten</p> <p>Lernfeld 4. Computerarbeitsplatz und Netzwerke nutzen, pflegen und konfigurieren</p> <p>Lernfeld 6. Bilder gestalten, erfassen und bearbeiten</p> <p>Lernfeld 9. Logos entwickeln und Corporate Design umsetzen</p>

Tabelle 15. Profile zu Grafikdesign für Print und Webdesign im Rahmenlehrplan KMK in Deutschland

Das Handlungsfeld "Grafikdesign für Print" im Rahmenlehrplan der KMK in Deutschland wird durch die Lernfelder [3], [7], [12a], [12b], [12c], [13c] deutlich dargestellt. Das Lernfeld [3]

umfasst die Vorbereitung des Printprozesses. Im Lernfeld [7] wird beschrieben, wie die Daten für Ausgabeprozesse, d. h. Printprozesse, aufbereitet werden. Lernfeld [12a] und [12b] zielen auf die Planung, Kalkulation der Druckprodukte und die Gestaltung der Printmedien. Im Lernfeld [12c] wird das Farbmanagement genannt, d. h. die Umsetzung der Farbe bei der Drucktechnik. Im Lernfeld [13c] geht es um die Nutzung der Ausgabetechnik, die das Ende der Printproduktion bezeichnet.

Das Handlungsfeld "Webdesign" im Rahmenlehrplan der KMK in Deutschland wird durch die Lernfelder [5] und [12d] gekennzeichnet. Sie beinhalten die Gestaltung und Programmierung der Webseite. Das Lernfeld [13a] umfasst die Planung und Kalkulation der Digitalmedienprodukte, d. h. auch Webprodukte. Im Lernfeld [13b] wird die Konzeption für Webseiten gestalterisch umgesetzt.

Einige andere Lernfelder im Rahmenlehrplan der KMK in Deutschland zielen auf die Grundlagen des Berufes, umfassen das Berufsprofil und sind folglich grundlegend sowohl für Grafikdesign als auch für Webdesign. Das Lernfeld [2] zeigt, dass ein Medienprodukt durch das Ergebnis der typografischen Gestaltung gekennzeichnet wird. Typografie wird für beide Spezialisierungen, Printmedienprodukt und Webseite, verwendet. Im Lernfeld [4] geht es um den Computerarbeitsplatz und die Netzwerke, d. h., die Arbeitsmittel und Arbeitsbedingungen für die Mediengestaltung. Die Lernfelder [6] und [9] zielen auf die Gestaltung und Bearbeitung des Bildes sowie des Logos, was für Grafikdesign für Print und für Webdesign relevant ist.

Außerdem wird die "Digitalfilmherstellung", ein Handlungsfeld des Berufs Mediengestalter/in Digital und Print in Vietnam, auch im Rahmenlehrplan der KMK Deutschlands erwähnt. Sie stellt aber keine Spezialisierung des Berufes dar, sondern umfasst wesentliche übergreifende Aspekte der Digitalisierung und zielt auf grundlegendes Wissen der Filmproduktion. Im einzigen Lernfeld [13d] werden wesentliche Grundlagen zu Filmmaking und -technik dargestellt, wie die Nutzung der Videokamera, Filmgestaltung, Erstellung des Storyboards, Verwendung der Audio-, Video- und Animationssoftware usw. Eine Vertiefung der Digitalfilmherstellung gehört in Deutschland zum Profil eines eigenen Berufes „Mediengestalter/in Bild und Ton“.

b. Unterschiede in der Struktur des Berufes

Unterschiede in der Klassifizierung der Handlungsfelder

Im Vergleich des Berufsprofils zwischen Vietnam und Deutschland sind die Klassifizierungen der Handlungsfelder unterschiedlich. In Vietnam gliedert sich dieser Beruf in drei eigenständige Handlungsfelder "Grafikdesign", "Webdesign" und "Digitalfilmherstellung" (siehe Kapitel 4). Er wird in Deutschland in drei miteinander verzahnten Handlungsfelder (vgl. Abbildungen 12) „Beratung und Planung“, „Konzeption und Visualisierung“, „Gestaltung und Technik“ unterteilt (siehe Kapitel 5).

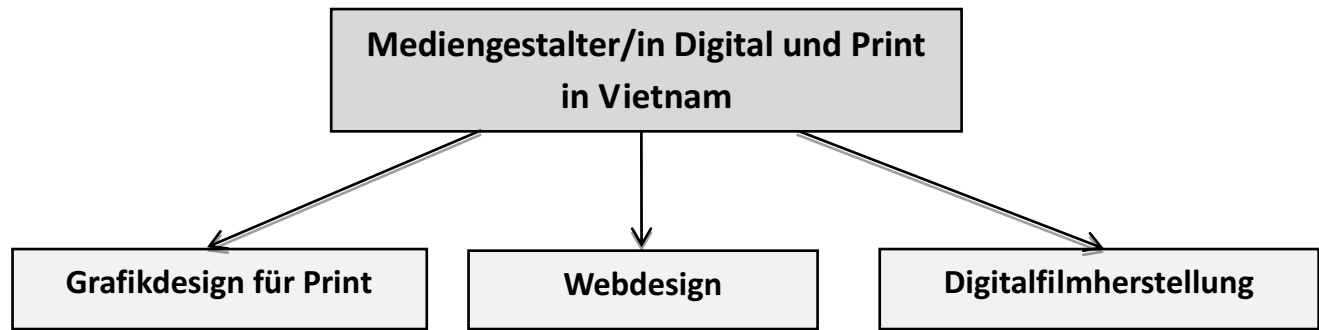


Abbildung 11. Klassifizierung des Berufs Mediengestalter/in Digital und Print in Vietnam

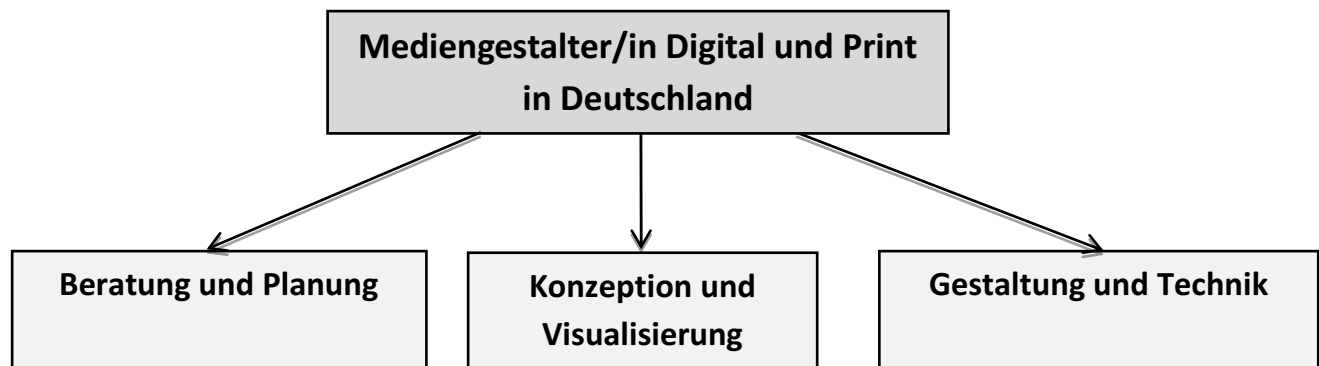


Abbildung 12. Klassifizierung des Berufs Mediengestalter/in Digital und Print in Deutschland

Wie im GP 5.2.1 dargestellt, lernen Mediengestalter im Handlungsfeld „Beratung und Planung“, Kunden zu beraten, Angebote für Medienprodukte zu erstellen, Projekte zu planen, Aufträge zu bearbeiten und die Ergebnisse zu präsentieren. Die Anforderungen im Handlungsfeld „Konzeption und Visualisierung“ beinhalten die Analyse der Zielgruppe, Erstellung der Medienkonzeption und die Präsentation der Entwürfe für Kunden. Im Handlungsfeld „Gestaltung und Technik“ geht es um die Gestaltung der Medienprodukte und Planung der Produktionsabläufe, bei denen Mediengestalter die Medienelemente kombinieren, Daten für den digitalen Einsatz aufbereiten und für den jeweiligen Verwendungszweck zusammenstellen.

Im Vergleich zu den Prozessketten im GP 3.2 findet man die genannten Anforderungen der drei Handlungsfelder im Rahmenlehrplan der KMK in den idealtypischen Arbeitsprozessen von Grafikdesign und Webdesign. D. h., das Profil des Berufes in Deutschland ist ganzheitlicher angelegt und soll allen Anforderungen entlang der Prozesskette zur Erzeugung von Medienprodukten, unabhängig vom konkreten Medienprodukt, entsprechen (prozessorientiertes Berufsprofil). Das Profil des Berufes in Vietnam ist dagegen nach Medienprodukten differenziert (produktorientiertes Berufsprofil) in: Grafikdesign, Webdesign und Digitalfilmherstellung. Ein weiteres Profil bestimmendes Unterscheidungsmerkmal des

Berufes in Vietnam besteht darin, dass die hard- und softwaretechnischen Aspekte der Mediengestaltung zu einseitig dominieren, während Betreuung der Kunden, die Analyse der Zielgruppen, die Projektplanung, Konzeptpräsentation etc. wenig Beachtung finden. Das in Deutschland nicht nach Medienprodukten differenzierte, sondern prozessorientierte Berufsprofil unter Beachtung von Kundenketten und allen Aspekten der Mediengestaltung, erscheinen dem Verfasser als ein zukunftsfähiges Konzept, dessen Übertragung auf die wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Bedingungen zu prüfen ist.

Der Beruf Mediengestalter/in Digital und Print KMK in Deutschland umfasst dagegen keine Vertiefung der Digitalfilmherstellung wie in Vietnam. Wie oben genannt, gehört die Vertiefung des Handlungsfeldes Digitalfilmherstellung in Deutschland zum eigenständigen Beruf „Mediengestalter Bild und Ton“. In Vietnam sind Mediengestalter im Handlungsfeld Digitalfilmherstellung verantwortlich für alle Aspekte der Gestaltung des digitalen Bildes (2D- und 3D-Bilder, statische und dynamische Bilder) und einen Teil des digitalen Tons, zumeist Tonhinzufügen, keine Vertiefung der Tonerstellung und -bearbeitung. Im Land werden die Mediengestaltung für Bild und die für Ton nicht in einem eigenen Berufsbild „Mediengestalter/in für Bild und Ton“ wie in Deutschland kombiniert. Mediengestalter für Digitalfilmherstellung in Vietnam übernehmen eine ähnliche Arbeit wie Mediengestaltung für Bild in Deutschland, aber keine Vertiefung der Mediengestaltung für Ton, die in Vietnam von Experten für Ton durchgeführt wird.

c. Zusammenfassender Vergleich der drei Handlungsfelder “Grafikdesign für Print”, “Webdesign” und “Digitalfilmherstellung” in Vietnam

Aufgrund der idealtypischen Arbeitsprozesse von drei Handlungsfeldern (siehe 3.2.2.1, 3.2.2.2, 3.2.2.3) kann man die Gemeinsamkeiten und Unterschiede wie folgt zusammenfassen.

Gemeinsamkeit der drei Handlungsfelder

In allen Handlungsfeldern gibt es den Kundenauftrag, bei dem Mediengestalter in den folgenden Tätigkeiten: die Kunden beraten, Kundenziel erfassen, Kundenvorgabe analysieren, für Kunden präsentieren und nach der Rückkopplung mit Kunden die Gestaltung bearbeiten. Vor der Gestaltung müssen Mediengestalter das Projekt planen und den Preis kalkulieren, und danach ein Gestaltungskonzept erstellen. Nach der Konzeption skizzieren sie die Illustration auf Papier. Sie müssen die Arbeitsanforderungen der Gestaltung und Bearbeitung von Typografie, Bild, Grafik, Logo übernehmen. Diese Gemeinsamkeiten von Grafikdesign, Webdesign und Digitalfilm kann man als die gleichen Anforderungen für den Beruf in den drei Handlungsfeldern ansehen. Sie werden vom Verfasser als allgemeines Profil bestimmend für den Beruf gesehen und sind wesentlich für die berufliche Grundlagenbildung eines neuen Curriculums.

Besonderheit der drei Handlungsfelder

Mediengestalter des Handlungsfeldes "Grafikdesign für Print" gestalten statische 2D-Produkte zum Druck. Nach der Formalisierung im Computer leiten sie die Datei des Designs dem Druckdienstleistern weiter und arbeiten mit ihm. Mediengestalter müssen den Druckprozess überwachen und Rückkopplung zum Kunden geben. Am Ende bewerten sie mit dem Arbeitsteam das Ergebnis des Projektes.

Mediengestalter des Handlungsfelds "Webdesign" erstellen die Struktur und Navigation vieler Seiten des Webs unter Beachtung des Zusammenhangs und der Verbindung von denen. Nach der Formalisierung des Abschlusslayouts im Computer werden sie die Webseiten selbst programmieren oder leiten sie dem Webentwickler zur Programmierung. Danach werden sie die Webseite in Betrieb nehmen. Nach Abschluss des Projektes betreuen sie noch die Kunden bei der Schulung, Wartung und dem Update.

Mediengestalter des Handlungsfelds "Digitalfilmherstellung" erstellen und bearbeiten die bewegten 3D-Bilder im Computer. Sie zeichnen das Szenebuch anhand des Drehbuchs nach der Konzeption. In der Vorproduktionsphase halten sie den Drehplan der Filmproduktionsgruppe ein und nehmen an der Organisation des Teams sowie der Ausstattung teil. In der Produktionsphase erstellen sie den 2D- und 3D-Digitalfilm im Computer und in der Postproduktionsphase bearbeiten sie ihn unter Verwendung des visuellen Effekts und der Technik. Danach fügen sie den Ton in den Film ein. Nach dem Projektabschluss können sie nach der Anforderung der Kunden den Film verwerten, um dann den Film zu veröffentlichen.

Die Differenzierungen der Anforderungen in den drei Handlungsfeldern bestimmt die Spezialisierung der Ausbildungsstruktur jedes Handlungsfelds. Nach der Skizze auf Papier sind die Arbeitsanforderungen in den weiteren Arbeitsphasen der zwei Handlungsfelder Grafikdesign und Webdesign sehr verschieden zu denen des Handlungsfelds Digitalfilmherstellung. Grafikdesign und Webdesign sind ebenfalls bei der Erstellung des Layouts auf Papier und beim Verfahren der Übertragung der Illustration vom Papier in den Computer ähnlich. Nach dem Schlusslayout werden die Datei des Printmedienproduktes zum Ziel des Drucks und die Datei des Webproduktes zum Ziel der Programmierung sowie Veröffentlichung eingesetzt.

Zusammengefasst ergeben sich folgende Fragen:

- inwieweit sind diese Unterschiede bestimmend für eine Neuordnung des Berufsbildes in Vietnam?
- Sollte sich das Handlungsfeld Digitalfilmherstellung auch künftig in einem Berufsbild des Mediengestalters wiederfinden, oder ist ein eigenständiger Beruf effektiver für eine sich weiter entwickelte Arbeitswelt?

Im GP 6.3 wird darauf näher eingegangen.

6.2.2 Vergleich von Prinzipien der Lehrplangestaltung

a. Vergleich der Ordnungsmittel für den Ausbildungsberuf Mediengestalter Digital und Print zwischen Deutschland und Vietnam

Auf Makroebene der Bildungs- und Ordnungspolitik von Bund und Land

Im Vergleich der Berufsprofile in Vietnam und Deutschland wurde deutlich, dass die Struktur der Handlungsfelder und andere Profil bestimmende Faktoren für das Berufsbild unterschiedlich sind. Der Mediengestalter Digital und Print in Deutschland wird in drei Handlungsfelder "Beratung und Planung", "Konzeption und Visualisierung", "Gestaltung und Technik" unterteilt. Dieser Beruf besteht in Vietnam aus den drei Handlungsfeldern "Grafikdesign", "Webdesign" und "Digitalfilmherstellung".

In Deutschland und Vietnam wird jeweils ein Rahmenlehrplan als Ordnungsmittel für den Ausbildungsberuf „Mediengestalter/-in“ für das ganze Land angeboten. Bei dessen Umsetzung sind aber nach dem Prinzip des Föderalismus in Deutschland die einzelnen Bundesländer mit verantwortlich. Jedes Bundesland verwendet den Rahmenlehrplan zum Aufstellen der Verordnung über die Berufsausbildung und Umsetzung des Ausbildungsrahmenplans für die Ausbildung jedes Berufes. In beiden Ländern gibt es Ordnungsmittel zum Aufbau der Rahmenlehrpläne: Handreichung für die Erarbeitung von Rahmenlehrplänen der Kultusministerkonferenz in Deutschland und die Regelungen zum Aufbau eines Rahmenlehrplans in Vietnam.

Die Handreichung in Deutschland bietet das Verfahren zur Neuordnung von Ausbildungsberufen, die Rahmenbedingung für die Rahmenlehrpläne, das Lernfeld-Konzept, den Aufbau der Rahmenlehrpläne und die Handlungsanweisung für die Entwicklung von Rahmenlehrplänen an. Zum Aufbau der Rahmenlehrpläne gehören noch der Bildungsauftrag der Berufsschule, didaktische Grundsätze, berufsbezogene Vorbemerkungen und die Beschreibung der Lernfelder. Diese differenzierten Prinzipien zur Orientierung bei der Gestaltung von Ordnungsmitteln gibt es in Vietnam nicht. Die Orientierungen in den Ordnungsmitteln in Deutschland sind ausführlicher und auch allgemein verbindlicher als die in Vietnam. Die Regelungen zum Aufbau eines Rahmenlehrplans in Vietnam bieten die Kriterien zur Etablierung des Verwaltungsrates, Anforderung an Ausbildungsziele, Ausbildungszeit, Rolle der zuständigen Behörden und Organisationen, die vorgeschriebenen Muster-Tabellen für den Lerninhalt sowie Testprüfung an. Dies zeigt deutlich, dass die Regelungen zum Aufbau eines Rahmenlehrplans in Vietnam sich hauptsächlich auf die rechtlichen und organisatorischen Merkmale des Verfahrens konzentrieren, jedoch nicht auf didaktische, berufspädagogische, und bildungswissenschaftliche Rechenschaftspflicht spezialisiert sind. Betrachtet man diese Regelungen, so erkennt man eine eingeschränkte Philosophie der Ausbildung, eine eingeschränkte wissenschaftliche Strategie sowie Bildungskonzeption. Man erfasst nur die

Vorschriften und Prinzipien zum Aufbau des Lehrplans, insbesondere zur Strukturierung der Ausbildungsinhalte.

Auf Mesoebene der didaktischen Politik

Das Ausbildungsziel der Berufsbildung in Deutschland ist die berufliche Ganzheitlichkeit. Wie dieses Ziel im Einzelnen für die Lernorte beruflicher Bildung (Mesoebene) umgesetzt werden soll, wird in den o. g. Ordnungsmitteln differenziert angeregt. Teilweise erfolgen auch Orientierungen zur Didaktik der Lehr- und Lerngestaltung (Mikroebene). Im Rahmenlehrplan der KMK in Deutschland sind Lerninhalte nicht nur im engeren fachlichen Sinne (Hard- und Softwaretechnologien als Mittel), sondern in allen Aspekten des Berufs dargestellt. Die Berufsfähigkeit wird vermittelt, indem die Fachkompetenz mit Denk- und Arbeitsweisen in der Facharbeit sowie mit allgemeinen Fähigkeiten humaner und sozialer Art verbindet.

Das engere Berufsprofil und der Lehrplan in Vietnam zeigen im Vergleich dazu deutliche Defizite. Die Ausbildungsinhalte fokussieren zu einseitig auf Fachkompetenz und die Hard- und Softwaretechnologien werden zu wenig als „Mittel zur Prozessgestaltung“ für Medienprodukten angesehen. Auszubildende haben während der Ausbildung keine Chance, Soft Skills zu praktizieren, mit Kunden zu kommunizieren, bei einem Designprojekt mit Klassenkameraden in einer Gruppe zusammenzuarbeiten, um das Projektziel erfolgreich zu erreichen. Sie können deshalb keine berufliche Flexibilität und Mobilität zur Bewältigung der sich wandelnden Anforderungen in der Arbeitswelt und Gesellschaft entwickeln. Mit Blick auf die Umsetzung des Lehrplanes durch die Lernorte beruflicher Bildung sowie für die Gestaltung beruflichen Lehrens und Lernens bleiben die Orientierungen zu allgemein. Sie sind damit beliebig auslegbar und erschweren vergleichende Kontrollen zu den Ergebnissen der Ausbildung im Beruf.

b. Vergleich der Orientierung am tatsächlichen Arbeitsbedarf

Aufgrund des dualen Systems in Deutschland lernen Auszubildende sowohl an der Berufsschule als auch im Unternehmen. Sie haben deshalb den Zugang zu Anforderungen aus der tatsächlichen Arbeit. Sie lernen Arbeitsbedingungen kennen und gewöhnen sich daran, wie sie sich um ihren Arbeitsplatz kümmern und sich mit den Netzwerken des Unternehmens verbinden können. Auszubildende analysieren bspw. die gestalterischen und technischen Vorgaben eines Kundenbriefings (Modul 2). Sie haben Chancen, an Kundenvorgaben zu arbeiten (Modul 9) und daher können sie sich mit den tatsächlichen Verhältnissen vertraut machen. Sie treffen sich und arbeiten mit Kunden, um Marketingziele zu definieren (Modul 10a + b), präsentieren vor Kunden (Modul 11a + b) usw.

In Vietnam lernen Auszubildende nur in der Schule. Es gibt keine gesetzliche Kooperation zwischen Berufsschulen und Unternehmen für die Berufsbildung. Außer in einem kurzen Praktikum im Unternehmen haben Auszubildende keine Möglichkeiten, die realen Arbeiten zu

verfolgen. Ohne Lernen im Unternehmen können sie nicht mit den Kunden zusammentreffen und dann die damit verbundenen Aufgaben üben.

c. Vergleich der Kompetenzen von Schülern im Kontext der Anwendung von Methoden des Lehrens und Lernens

Im Rahmenlehrplan in Deutschland sind das für den Beruf erforderliche Wissen und Können während des Lernprozesses an der ganzheitlichen beruflichen Handlungskompetenz ausgerichtet. Auszubildende erfassen die Fachkompetenz durch die Gestaltung und Bearbeitung der Bildelemente. Weil sie mit Kunden arbeiten und in Projekten mit Mitschülern über Designlösung diskutieren, erwerben sie beruflichen Denk- und Arbeitsweisen in Verbindung mit sozialen Kompetenzen. In Vietnam ist diese Orientierung des Lehrplanes auf berufliche Handlungskompetenz zu wenig ausgeprägt. Hier liegen deutliche Defizite in der Bildungsforschung allgemein, bei der Bildungsorientierung (bezogen auf allgemeine Menschen- bzw. Persönlichkeitsbildung) und Handlungsorientierung (Handeln können im Beruf) beim Lernen bisher wenig zusammengeführt wurden. Der Kompetenzbegriff in Vietnam ist entweder zu sehr auf Fachkompetenz reduziert, oder er „zerteilt“ die Komplexität beruflichen Handelns formal in einzelne, nebeneinanderstehende Kompetenzbereiche. Eine vergleichbare Bildungsforschung wie in Deutschland zu Kompetenzstufen, deren qualitative Skalierung und schrittweisen Ausprägung, steht in Vietnam erst am Anfang.

Auf der Ebene der Berufsbildungspraxis dominiert noch ein traditionell frontales Lehren und Lernen den Ausbildungsstil mit einem lehrerzentrierten (im Vergleich zum schülerzentrierten) Ausbildungskonzept. Der gegenwärtige Lehrplan trägt bisher wenig zu dessen Überwindung bei. Wie schon mehrfach erwähnt, gibt es kaum Orientierungen zur Methodenvielfalt beruflichen Lehrens und Lernens. Eine solche komplexe handlungsorientierte Methode zur Entwicklung beruflicher Handlungskompetenz, wie z. B. das Projektlernen, ist in der Bildungspraxis bisher wenig verbreitet und der Lehrplan gibt hierzu auch keine Hinweise, um diese Situation zu ändern.

6.2.3 Vergleich zu Aufbau des Lehrplanes und Struktur der Module

Vergleich zum Aufbau des Lehrplanes

Der Aufbau des Lehrplanes unterscheidet sich in Deutschland und Vietnam bei den allgemeinen Orientierungen zum Berufsbild, in seinem Aufbau, bei der Beschreibung der Ausbildungsziele und Struktur der Inhalte, bei Handlungsanweisungen zur Umsetzung u. v. m.

Aufbau des Lehrplanes in Deutschland

Der Rahmenlehrplan in Deutschland wird in seinem Aufbau durch die Anwendung der Handreichung für die Erarbeitung von Rahmenlehrplänen der Kultusministerkonferenz bestimmt. Das sichert sowohl bundesweite Vergleichbarkeit als auch Möglichkeiten zur

Spezifizierung unter Beachtung verschiedener Bedingungen in den Bundesländern. Der Rahmenlehrplan der KMK gliedert sich in die folgenden Teile: Vorbemerkungen, Bildungsauftrag der Berufsschule, Didaktische Grundsätze, Berufsbezogene Vorbemerkungen und Lernfelder. Bei dem Bildungsauftrag der Berufsschule geht es um die duale Berufsausbildung, die Ziele der Berufsschule nach dem Beschluss der KMK. Es wird betont, an welchen Anforderungen sich die Berufsschule beim Erreichen der Ausbildungsziele orientieren muss. Im Zentrum steht, dass der Bildungsauftrag auf die Entwicklung beruflicher Handlungskompetenz gerichtet ist. Die Fach-, Human-, Sozialkompetenz sowie Methoden-, kommunikative und Lernkompetenz werden in ihrem komplexen Zusammenhang erklärt.

Bei den berufsbezogenen Vorbemerkungen werden, ausgehend vom Berufsbild, Ziele und Inhalte des Rahmenlehrplans erklärt und deren Umsetzung unter verschiedenen Bedingungen erläutert. Fachrichtungen und Reihung der Lernfelder in jedem Ausbildungsjahr werden geordnet. Im Teil Lernfelder wird eine strukturierte Übersicht über die Lernfelder gegeben. Sie werden in Form von, am beruflichen Handeln orientierten Zielen, beschrieben und Inhalte mehr oder weniger strukturiert im Kontext der Zielstellungen dargestellt.

Bei den didaktischen Grundsätzen werden die Zielsetzung der Berufsausbildung und Prinzipien zur berufsbezogenen Inhaltsauswahl sowie Gestaltung beruflichen Lehrens und Lernens erläutert. Didaktische Grundsätze betonen den handlungsorientierten Unterricht als ein didaktisches Konzept, das fach- und handlungssystematische Strukturen miteinander verschränkt. Wesentliche Orientierungspunkte für die Gestaltung eines handlungsorientierten Unterrichts werden genannt.

Durch diesen Aufbau, kombiniert mit ausführlichen Hinweisen in der Handreichung für die Erarbeitung von Lehrplänen auf der Grundlage des KMK Rahmenlehrplanes, können das Berufsprofil, die Ausbildungsstruktur und die Anweisungen für die Durchführung der Ausbildung des Berufs Mediengestalter/in Digital und Print unter verschiedenen Bedingungen in den Regionen deutlich erfasst werden.

Aufbau des Curriculums in Vietnam

Wie im Kapitel 4 genannt, wird das Curriculum für den Beruf Mediengestalter Digital und Print nach der Regelung vom Ministerium für Arbeit, Invaliden und soziale Angelegenheiten ausgearbeitet. Die Struktur des Curriculums umfasst das Ausbildungsziel, den Zeitraum des Ausbildungsprogramms, die Auflistung der Fächer, Lernzeit und die Verteilung der Lernzeit sowie eine allgemeine Anleitung zur Anwendung des Curriculums. Das Curriculum ist kurz und die Orientierungen zu dessen Umsetzung sind nicht ausführlich und unverbindlich.

Bei dem Curriculum in Vietnam gibt es keine Angabe des Bildungsauftrages der Berufsschule und keine didaktischen Grundsätze wie in Deutschland, keine Ziele der Berufsschule und kein Verfahren zur Erreichung dieser Ziele; auch keine Orientierung zur Anwendung verschiedener

Methoden zur Lehr- und Lerngestaltung und deren Bedeutung. Im Curriculum wird die Ausbildungsstruktur in Form einer Auflistung der Pflichtfächer, Lernzeit und die Verteilung der Lernzeit sowie eine Tabelle der Auflistung der Wahlfächer dargestellt. Die Fächer werden nicht für jedes Ausbildungsjahr wie im Rahmenlehrplan Deutschlands gliedert. Man findet keine weiteren Angebote zur detaillierten Beschreibung der Ziele und Inhalte der Fächer und Module. Das Berufsprofil wird nicht ausführlich beschrieben und der Lernprozess von Auszubildenden nicht deutlich visualisiert.

Ähnlich wie im o. g. Vergleich der Ordnungsmittel für alle Ausbildungsberufe genannt, konzentrieren sich die Regelungen zum Aufbau des Curriculums für den Beruf Mediengestalter/in Digital und Print in Vietnam überhaupt auf die rechtlichen und organisatorischen Merkmale des Verfahren, sind jedoch nicht auf didaktische, pädagogische, wissenschaftliche Rechenschaftspflicht ausgerichtet. Im Curriculum befinden sich keine Philosophie der Ausbildung, keine wissenschaftliche Strategie und keine Bildungskonzeption wie in Deutschland, sondern nur die rechtlichen Vorschriften und Prinzipien zum Aufbau dieses Curriculums.

Vergleich zur Struktur der Module

Gemeinsamkeit einiger Berufsbildungsinhalte

Einerseits soll nochmals betont werden, dass der Lehrplan in Vietnam nicht nach Lernfeldern aufgebaut ist. Das hat Konsequenzen für die Darstellung und das Verständnis der Berufsbildungsinhalte. In Deutschland werden den, in den Lernfeldern handlungsorientiert beschriebenen, Zielen Inhalte zugeordnet. Für diese Inhalte gibt es einen klaren Handlungskontext als Zielstellung für die Ausbildung und damit auch immanent Orientierungen für die Strukturierung von Inhalten. In Vietnam werden bei der Ausgestaltung der Module traditionell, an Fächern orientierte Ziele formuliert und dazu fachliche Inhalte ausgewählt. Einen handlungsorientierten Kontext gibt es dafür nicht, woraus sich eine mehr oder weniger große Beliebigkeit bei der Umsetzung der Module (Feinplanung der Inhalte) ergeben kann.

Andererseits gibt es aber gemeinsame wissenschaftliche und technische Grundlagen des Berufes, woraus sich objektiv Gemeinsamkeiten in den Inhalten ergeben. Wegen der vergleichbaren wissenschaftlichen und technischen Grundlagen in den zwei Handlungsfeldern „Grafikdesign für Print“ und „Webdesign“ zwischen Deutschland und Vietnam werden Gemeinsamkeiten einiger Lerninhalte durch die folgenden Tabellen deutlich:

Gemeinsamkeit der Berufsbildungsinhalte des Grafikdesigns für Print von Rahmenlehrplan in Deutschland und Curriculum in Vietnam	
Grafikdesign für Print im Rahmenlehrplan in Deutschland	Grafikdesign für Print im Curriculum in Vietnam
Lernfeld 7. Daten für verschiedene Ausgabe- prozesse aufbereiten Lernfeld 8. Medien datenbankgestützt erstellen	MH 09. Datenbank und Datenbankverwaltungs- system MH 14. Einführung in die Datenstruktur und den Algorithmus
Lernfeld 4. Computerarbeitsplatz und Netzwerke nutzen, pflegen und konfigurieren	MH 10. Computernetzwerk und Internet MĐ 15. Computerstruktur
Lernfeld 6. Bilder gestalten, erfassen und bearbeiten	MH 17. Grundlegende Kunst MH 18. Grundlage der grafischen Technik MĐ 22. Grundlegende Bildverarbeitung MĐ 26. Technik der Fotografie
Lernfeld 13c. Ausgabetechnik nutzen	MĐ 23. Grundlegendes elektronisches Publizieren

Tabelle 16. Gemeinsamkeit der Berufsbildungsinhalte des Grafikdesigns für Print von Rahmenlehrplan in Deutschland und Curriculum in Vietnam

Die Tabelle zeigt, dass der Rahmenlehrplan in Deutschland und das Curriculum in Vietnam die Vorbereitung der Daten für die Gestaltung, die Arbeitsmittel und Arbeitsbedingungen, die Gestaltung und Bearbeitung des Bildelements berücksichtigen. Auch auf die Druckverfahren und –veredelung sind die Bildungsinhalte konzentriert.

Gemeinsamkeit der Berufsbildungsinhalte des Webdesigns von Rahmenlehrplan in Deutschland und Curriculum in Vietnam	
Webdesign im Rahmenlehrplan in Deutschland	Webdesign im Curriculum in Vietnam
Lernfeld 7. Daten für verschiedene Ausgabe- prozesse aufbereiten Lernfeld 8. Medien datenbankgestützt erstellen	MH 11. Datenbank MH 12. Datenstruktur und Algorithmus
Lernfeld 4. Computerarbeitsplatz und Netzwerke nutzen, pflegen und konfigurieren	MĐ 08. Internet MĐ 15. Computer-Netzwerk
Lernfeld 6. Bilder gestalten, erfassen und bearbeiten	MĐ 14. Design und Verarbeitung von Webbildern
Lernfeld 5. Eine Website gestalten und	MĐ 16. Gestaltung des Web-Layouts

realisieren	MĐ 17. Organisation und Gestaltung der Webseite
Lernfeld 12d. Dynamische Websites konzipieren und programmieren	MH 13. Grundlegende Webprogrammierung MĐ 18. PHP-Scripts und MySQL-Datenbanksystem MĐ 21. Webserver- und Mailserververwaltung MĐ 22. Webmanagement-Programmierung

Tabelle 17. Gemeinsamkeit der Berufsbildungsinhalte des Webdesigns von Rahmenlehrplan in Deutschland und Curriculum in Vietnam

Die Tabelle zeigt, dass der Rahmenlehrplan in Deutschland und das Curriculum in Vietnam die Vorbereitung der Daten für Webdesign, die Arbeitsmittel und Arbeitsbedingungen, die Gestaltung und Bearbeitung der Webbilder sowie des Web-Layouts berücksichtigen. Auch die Bildungsinhalte zur Webseitengestaltung, -programmierung, -realisierung und -verwaltung sind vergleichbar.

Unterschied der Berufsbildungsinhalte zwischen zwei Ländern

Berufsbildungsinhalte	Rahmenlehrplan in Deutschland	Curriculum in Vietnam
Medienprodukte typografisch gestalten	Lernfeld 2	keine
Kunden beraten und Marketingsziele bestimmen	Lernfelder 10a + 10b	keine
Medienprodukte konzipieren und präsentieren	Lernfelder 11a + 11b	keine
Druckprodukte planen und kalkulieren	Lernfeld 12a	keine
Farbmanagement nutzen und pflegen	Lernfeld 12c	keine
Digitalmedienprodukte planen und kalkulieren	Lernfeld 13a	keine
Konzeptionen für Digitalmedien gestalterisch umsetzen	Lernfeld 13b	keine

Tabelle 18. Unterschied der Berufsbildungsinhalte von Rahmenlehrplan in Deutschland und Curriculum in Vietnam

Die Tabelle zeigt, dass es im Curriculum in Vietnam keine Kunden- und Zielgruppenorientierung, keine Planung und Kalkulation des Medienproduktes, keine Präsentation für Kollegen und Kunden, keine Vertiefung der Farbdrucktechnik, keine Erstellung des Konzeptes gibt. Außer dem Farbmanagement befinden sich die genannten

Berufsbildungsinhalte des Rahmenlehrplans in Deutschland auch in den idealtypischen Arbeitsprozessen von zwei Handlungsfeldern Grafikdesign für Print und Webdesign.

6.3 Schlussfolgerungen für ein lernfeldorientiertes Curriculum in Vietnam

6.3.1 Konzept für ein neues Berufsbild „Mediengestalter/-in Digital und Print“ in Vietnam

Voraussetzungen in der Bildungs- und Ordnungspolitik des Landes

Im dualen System der Berufsausbildung in Deutschland erfolgt die Ausbildung in anerkannten Ausbildungsberufen an den Lernorten Berufsschule und Ausbildungsbetrieb. Die Ausbildung am Lernort Betrieb regelt der Bund durch eine Ausbildungsordnung (über seine Wirtschaftsinstitutionen). Für den Lernort Berufsschule beschließt die Kultusministerkonferenz den Rahmenlehrplan für den berufsbezogenen Unterricht, der mit der entsprechenden Ausbildungsordnung des Bundes abgestimmt ist. Beide Ordnungsmittel bilden die gemeinsame Grundlage für die Ausbildung im dualen System. Nur die Rahmenlehrpläne der Kultusministerkonferenz sind nach Lernfeldern strukturiert. Sie werden, regional und an Bedingungen zur Umsetzung orientiert, auf der Grundlage der Handreichung für die Erarbeitung von Rahmenlehrplänen der Kultusministerkonferenz für den berufsbezogenen Unterricht in der Berufsschule und in Abstimmung mit Ausbildungsordnungen des Bundes für die Ausbildungsberufe entwickelt.

In Vietnam ist das Ministerium für Arbeit, Invaliden und soziale Angelegenheiten bildungspolitisch für die Lehrpläne der Berufsausbildung verantwortlich und sichert daher auch die Interessen der Wirtschaft. Wie im GP 4.1 genannt, führt das Ministerium für Ausbildung und Training das Ausbildungssystem der Allgemeinbildung sowie alle Universitäten, Colleges für Pädagogik, Grund-, Mittel- und Oberschulen. Die Berufsausbildung, die Berufsschulen, die Colleges (nicht für Pädagogik) sowie die Entwicklung der Berufe werden vom Ministerium für Arbeit, Invaliden und soziale Angelegenheiten verwaltet. Jedes Ministerium hat eigene Verantwortung und arbeitet nicht miteinander bei dem Aufstellen der Ordnungsmittel. Es gibt also nicht, wie in Deutschland, zwei Einflussbereiche auf die berufliche Bildung. Das hat Vorteile und Nachteile.

Ein Beispiel zu einem Nachteil ist die Berufsorientierung für Schüler an Mittel- und Oberschulen. Die örtliche Abteilung des Ministeriums für Arbeit, Invaliden und soziale Angelegenheiten spielt bei der Berufsorientierung und -beratung für Schüler an den Mittel- und Oberschulen, die vom Ministerium für Ausbildung und Training verwaltet werden, fast keine Rolle. Schüler an Mittel- und Oberschulen, die die Berufsfähigkeit erwerben sollen, erreichen aufgrund des Mangels von Lehrern und von Bildungsaustattung keine Ausbildungsqualität. Ihr Wissen und Können wird auf dem Arbeitsmarkt nicht akzeptiert. Für den Beruf Mediengestalter Digital und Print ist der genannte Nachteil offensichtlich. Dieser

Beruf wächst in großen Städten und Industrieparks stärker als in ländlichen Gebieten und in dezentralen Regionen, wo Schüler wenige Chancen haben, über diesen Beruf informiert zu werden.

Jedoch besteht ein Vorteil darin, dass man in einigen Fällen die Überschneidung der Berufsbildungsfunktion von zwei Ministerien vermeiden kann. Das Überlappen der Berufsbildungsfunktion des Ministeriums für Bildung und Ausbildung mit dem Ministerium für Arbeit, Invaliden und soziale Angelegenheiten führte früher zu einer Überschneidung der Ressourcen (Finanzen, Menschen, Land) und machte das Verwaltungssystem schwach und nicht effektiv. Die unterschiedlichen Zuständigkeiten der beiden Ministerien sowie die unterschiedlichen Verwaltungsvorschriften führen zur Erschränkung der Abstimmung in den Orientierungen als „Input“ für die Berufsausbildung und damit auch zu deren „Output“, wie Anerkennung und Transfer von Berufsfähigkeiten sowie zum Austausch von Arbeitskräften mit dem Ausland.

Die Berufsbildungspolitik wird von einer Reihe von Schlüsselfaktoren beeinflusst: von der Entwicklung der Gesellschaft und Volkswirtschaft ebenso wie von Wissenschaft und Technologie sowie von der Globalisierung. Gleichzeitig gibt es auch gegenläufige betriebswirtschaftliche Einflussfaktoren. Die Bildungspolitik sollte all diese Einflüsse berücksichtigen, was durch die einseitige Einflussnahme nur eines Ministeriums auf die Berufsbildungspolitik erschwert wird. Weil Vietnam ein Marktwirtschaftsmodell anwendet, besteht die Gefahr, dass sich die Bildungspolitik einseitig anpasst, um den Regeln der Marktwirtschaft zu entsprechen.

Wirtschaftliche Einflussfaktoren: Die Wirtschaft in Vietnam ist in drei Hauptbereiche gegliedert: Land- und Forstwirtschaft und Fischerei, Industrie - Bauwesen und Dienstleistungen. Das Wachstum in jedem Bereich wird sich auf das Beschäftigungswachstum und den Bedarf an Humanressourcen entsprechend der Ausbildung und beruflichen Qualifikationen auswirken. Die Umgestaltung der Wirtschaftsstruktur hin zur Erhöhung des Anteils von Industrie und Dienstleistungen in Vietnam erfordert eine Anpassung der Bildungspolitik an die Planung des Netzwerks der Ausbildungseinrichtungen, die Eröffnung neuer Berufsfelder und neuer Berufe. Die ungleiche wirtschaftliche Entwicklung in den Regionen im Land erfordert eine Bildungspolitik, die den Zugang zu den Bildungsdienstleistungen sowie die Begründung von Ausbildungseinrichtungen gewährleistet. Daher erfordert die Bildungsinvestitionspolitik in verschiedenen Regionen des Landes mit unterschiedlichem wirtschaftlichem Entwicklungsstand auch eine Investitionspolitik für Ausbildungsberufe und die Innovation der Curricula.

Wissenschaftliche und technologische Einflussfaktoren: Durch die Weiterentwicklung von Wissenschaft und Technologie sind Wissen und Können einer relativ schnellen Entwicklung unterworfen, was besonders für die neuen Technologien der Mediengestaltung zutrifft.

Orientierungen der Bildungspolitik müssen Lernenden die Chancen des lebenslangen Lernens und des Transfers von nachhaltigen Berufsfähigkeiten ermöglichen. Daher hat sich die Bildung in immer mehr Ländern stark auf die kompetenzorientierte und ganzheitliche Ausbildung verlagert. Der Fortschritt in Wissenschaft und Technologie stellt die Entscheidungsträger der Bildungspolitik vor eine Herausforderung: Wie können die Kompetenzen für die Lernenden bereitgestellt werden, damit sie sich im begrenzten Zeitraum von Bildungseinrichtungen rechtzeitig entwickeln und selbst lernen können.

Einflussnahme der Globalisierung: Durch die internationale Integration werden Arbeitskräfte und Dienstleistungen von Land zu Land verlagert. Um in der Lage zu sein, effektiv zusammenzuarbeiten und Arbeit auszutauschen, müssen die Arbeitskräfte für die Bedürfnisse globaler Unternehmen ausgebildet werden. Mit anderen Worten, ausgebildete Arbeitskräfte müssen den Standards und Qualifikationsnormen entsprechen, die denen in Nachbar- oder internationalen Ländern entsprechen. Die Bildungspolitik sollte den ausländischen Arbeitsmarkt berücksichtigen. Um die Bildungspolitik im Kontext der Globalisierung zu institutionalisieren, müssen Änderungen und Anpassungen an Bildungsziele und -richtlinien vorgenommen werden, um fortschrittliche Technologien und Bildungserfahrungen zu importieren sowie um die Lernenden vor minderwertigen Bildungsangeboten zu schützen.

Obwohl es keine Kooperation zwischen den Verantwortlichkeiten beider Ministerien auf Ebene der Ordnungsmittel gibt, können die Lehrer und Bildungsforscher in beiden Ministerien auf Ebene der didaktischen Politik zusammenarbeiten. Wie am Anfang vom GP 6.1 genannt, ist ein Verwaltungsrat für den Aufbau eines Curriculums für jeden Beruf verantwortlich. Im GP 4.1 wurde gezeigt, dass Berufsbildungsforschung sowohl im Nationalen Institut für Berufsbildungswissenschaften, Allgemeine Abteilung für Berufsbildung (verwaltet vom Ministerium für Ausbildung und Training) als auch in Instituten für technische Bildung an der Universität für Technologie und Pädagogik, in Fakultäten für technische Pädagogik im Land (vom Ministerium für Arbeit, Invaliden und soziale Angelegenheiten geführt), gemacht wird. D. h., die Mitglieder des Verwaltungsrats sind Lehrer, Experten, Bildungsforscher und Wissenschaftler von beiden Ministerien.

Zusammengefasst: für einen Transfer des Ausbildungskonzeptes von Deutschland nach Vietnam bringen unterschiedliche bildungs- und wirtschaftliche Einflüsse sowohl Chancen als auch Risiken mit.

Zu den Chancen:

Der Transfer von Deutschland nach Vietnam gibt Vietnam die Möglichkeit, Fortschritte in der Berufsbildung zu erhalten, damit der Beruf "Mediengestalter Digital und Print" innovativ verändert und an einem ganzheitlichen Konzept orientiert wird, d. h.: von der Bildungspolitik zu den didaktischen Grundlagen, Ausbildungsziele und -inhalte sowie Unterrichtsmethoden.

Im Vergleich mit der Ausbildung dieses Berufes in Deutschland sind alle diese Aspekte in Vietnam bisher nicht ausreichend.

Wie bereits erwähnt, ist die domänenspezifische Berufsbildungsforschung für jedes Berufsfeld in Vietnam immer noch sehr mangelhaft. Die Gestaltung eines neuen Ausbildungskonzepts für den Beruf "Mediengestalter Digital und Print" wird ein Vorbild für die Entwicklung der domänenspezifischen Berufsbildungsforschung im Land sein.

Das Duale System in Deutschland hat die Überlegenheit Deutschlands in der beruflichen Ausbildung gezeigt, die mit der Praxis von Lernenden im Unternehmen verbunden ist. Im Vergleich mit Deutschland wird gezeigt, dass die Ausbildung nur an Berufsschulen in Vietnam und die kurze Dauer eines Praktikums von einigen Monaten im Unternehmen nicht gewährleisten kann, dass die Lernenden Berufsfertigkeiten erwerben und anschließend den tatsächlichen Arbeitsbedarf decken.

Während Ordnungsmittel für duale Ausbildungsberufe in Deutschland aufgestellt und die didaktischen Ordnungsmittel strukturiert wurden, hat dies in Vietnam noch niemand getan. Bei jedem Entwurf eines Berufsbildungsprogramms in Deutschland werden zunächst die Rahmenbedingungen auf Makroebene genannt, die die Bildungs- und Ordnungspolitik von Bund und Land betreffen. Auf Mesoebene werden das Management und didaktische Politik der Lernorte fokussiert. Die Mikroebene umfasst die Gestaltung von Lehr- und Lernprozessen. Alle drei Ebenen sind in Vietnam für den Beruf Mediengestalter Digital und Print nicht gut erforscht und angewendet worden. Der Transfer von Deutschland nach Vietnam erfordert die tiefe und umfassende Untersuchung auf Ebene des Berufsbildes und -profils, des Rahmenlehrplans unter Beachtung des vietnamesischen Kontexts.

Bei dieser Dissertation muss die Forschung auf den Rahmenlehrplan konzentriert werden. Betrachtet man den Rahmenlehrplan der KMK, so erkennt man deutlich die Strukturierung der didaktischen Ordnungsmittel für jeden Beruf in Deutschland. In jedem Lernfeld werden die Ziele und Inhalte ausführlich beschrieben. Durch jedes Lernfeld kann man den Lernprozess und die Unterrichtsmethode erkennen. Im Curriculum in Vietnam findet man nur die allgemeinen Ziele der Berufsbildung, die in den einzelnen Modulen nicht näher strukturiert und beschrieben werden.

Die wirtschaftlichen Bedingungen in Vietnam können die Voraussetzungen der Ausstattung für den Beruf Mediengestalter Digital und Print erfüllen, weil die Lern- und Arbeitsmittel die Computer und Anwendungssoftware sind, die alle Berufsschulen und Lernenden einkaufen können. Nur bei der Digitalfilmherstellung sind die Kosten für Bühneninvestitionen und Maschinen für Filmherstellung teurer.

In Vietnam gibt es viele ausländische Unternehmen für Mediengestaltung. Wie in der Problementfaltung genannt, gibt es 30% ausländische Werbeunternehmen im Land. Der

Transfer des Ausbildungskonzepts von Deutschland in das Ausbildungsprogramm in Vietnam wird den Beschäftigten dabei helfen, die Arbeitsanforderungen internationaler Unternehmen zu erfüllen, damit sie zukünftig an internationalen Projekten teilnehmen können. In einem großen Projekt der Digitalfilmherstellung gibt es beispielsweise eine Zusammenarbeit auf nationaler Ebene. Mediengestalter in Vietnam können zu der Phase Filmmachen beitragen. Bei großen Filmprojekten werden ihre in Vietnam erstellten Film-Dateien als Grobfilm an die Muttergesellschaften in Industrieländern weitergeleitet, in denen moderne Maschinen zur Verfügung stehen, um neue Techniken und Effekte in der Postproduktion hinzufügen zu können. Bei der internationalen Kooperation müssen die Mediengestalter nicht nur Fachkenntnisse beherrschen, sondern auch die Fähigkeiten der Zusammenarbeit mit ausländischen Kunden, Kollegen und der Präsentation. Das Einhalten des idealtypischen Arbeitsprozesses, das der ganzheitlichen Berufsbildung in Deutschland entspricht, ermöglicht es den vietnamesischen Mediengestaltern im Kontext der Globalisierung leichter international zu agieren.

Zu den Risiken:

Die enge Verbindung zwischen Schule und Unternehmen kann nicht so schnell wie in Deutschland verwirklicht werden. Da es keine gesetzliche Verbindung von beiden gibt, sind die Unternehmen in Vietnam nicht für die Unterstützung der Lernenden bei der Berufsbildung verantwortlich. Unternehmen denken betriebswirtschaftlich, was ihre eigenen Interessen einseitig betont. Daher ist der Transfer einiger Lerninhalte, die z. B. auf die Kundenanforderungen bezogen sind, nach Vietnam am Anfang schwierig. Jedoch ist die Perspektive der Zusammenarbeit von beiden im Laufe der Zeit besser. Wenn die Lernziele und -inhalte, die mit den Anforderungen im Betrieb durch die Anwendung des neuen Curriculums zukünftig verbunden sind, werden die Unternehmen auch mehr motiviert sein, mit den Berufsschulen zusammenzuarbeiten.

Wie im GP 4.1.1 wird die Kooperation zwischen Berufsschulen und Unternehmen bei der Berufsausbildung in Vietnam genannt. Das Ministerium für Arbeit, Invaliden und soziale Angelegenheiten bezeichnet das Jahr 2018 als ein Durchbruchjahr der Berufsausbildung, in dem die Ausbildung an den Schulen mit der Arbeit im Unternehmen stärker verbunden werden soll, damit die Unternehmen in die berufliche Bildung einbezogen sind, d. h. bspw. durch auftragsbezogene Schulungen, Bereitstellung von Lernmöglichkeiten in Verbindung mit dem Arbeitprozess (Kombination von Arbeiten und Lernen) oder die Sicherstellung der Beziehung von Arbeitskräfteangebot und -nachfrage. Das Ministerium begann mit der Erprobung dieser neuen Politik in 10 Schulen, die mit 15 Unternehmen verbunden waren, wobei die Auftragsschulung für 15.000 Mitarbeiter realisiert wurde. Dies sollte zukünftig auch in der Berufsbildung des Mediengestalters Digital und Print angewendet und realisiert werden.

Anforderung an die Lehrerausbildung: Wenn ein neues Konzept eingeführt wird, müssen die Lehrer die Anforderungen des neuen Rahmenprogramms erfüllen. Lehrer müssen Experten auf dem Gebiet der Mediengestaltung sein und über Soft Skills sowie Fähigkeiten der Zusammenarbeit mit Kunden verfügen. Daher erfordert die Entwicklung eines neuen Konzeptes auch Herausforderungen bei der Ausbildung von Lehrern. In Vietnam gibt es viele Lehrer, die als Experten tätig waren, so dass sie in der Lage sind, berufliche Fähigkeiten und Softwaretechnik zu beherrschen. Einige an Kunsthochschulen ausgebildete Lehrer verfügen über Designkenntnisse. Es gibt jedoch einen großen Mangel an Lehrern mit berufsdidaktischer Befähigung, die mit Methodenvielfalt und modernen Unterrichtsmethoden Erfahrungen haben und einen, auf den Lernenden zentrierten, berufsdidaktischen Ansatz erfassen. Beim Erstellen eines neuen Konzeptes muss daher die Etablierung der berufsdidaktischen Studien für Lehrende als obligatorische Bedingung fokussiert werden.

Konzept auf Ebene des Berufsbildes

Das gegenwärtige Profil des Berufes Mediengestalter/-in in Vietnam unterscheidet sich von dem in Deutschland vor allen in der Strukturierung von Handlungsfeldern. Während die Handlungsfelder für den Beruf in Vietnam nach Arbeitsprodukten differenziert sind (kurz, Print, Web und Film), sind diese in Deutschland prozessbezogen gegliedert. Hinzu kommt in Vietnam eine einseitige Konzentration auf die technologischen Aspekte der Mediengestaltung. Verglichen mit Deutschland, gibt es also keine Handlungsfelder "Beratung und Planung" und "Konzeption und Visualisierung". Diese Handlungsfelder sind jedoch essentiell für den Erfolg jedes heutigen Mediengestaltungsprojektes, wie sich in den Arbeitsanforderungen in den idealtypischen Arbeitsprozessen gezeigt hat (vgl Kapitel 3). Daher müssen diese Handlungsfelder auf die Curricula an Berufsschulen in Vietnam angewendet werden, aber nicht als vollständige Kopie von Deutschland in Form der zwei getrennten Vertiefungsrichtungen, sondern in Form der Anwendung der Arbeitsanforderungen an Mediengestalter in Vietnam. Wegen der häufigen Widersprüche zwischen Mediengestaltern und Kunden sind Wissen und Können zu diesen zwei Handlungsfeldern im aktuellen Arbeitsumfeld in Vietnam von wesentlicher Bedeutung. Sie werden zwar nicht als separate Handlungsfelder angesehen, sondern integrieren sich als Arbeitsanforderungen in die Ausbildungsinhalte der Mediengestalter.

Dies bedeutet, dass ein Mediengestalter sowohl technische Designaufgaben als auch gleichzeitig die Beratung, Planung und Konzeption übernehmen muss, aber die Arbeit ist in jedem Handlungsfeld von Grafikdesign, Webdesign und Digitalfilmherstellung getrennt. Ein echtes Projekt erfordert immer alle oben genannten Aufgaben, aber die aktuelle Berufsbildung im Land konzentriert sich zu einseitig auf Technik. Das alte Bildungskonzept in Vietnam besteht darin, dass Lehrer an der Schule nur für die Gestaltungstechnik unter Beachtung der Verwendung der Hard- und Software ausbilden, und die Schüler für ihre

späterer Berufsausübung Wissen und Können zur „Beratung und Planung“ etc. selbst erlernen müssen.

Eine Frage im Gliederungspunkt 6.2.c wird sein, inwieweit die Unterschiede bestimmend für eine Neuordnung des Berufsbildes in Vietnam sind? Der Vergleich zwischen zwei Handlungsfeldern „Grafikdesign für Print“ und „Webdesign“ zeigt, dass es viele gemeinsame Anforderungen von der Phase Kundenauftrag bis zur Phase Übertragung der Zeichnung auf Papier in den Computer gibt. Nach dem Schlusslayout im Computer werden die Datei des Printmedienproduktes zum Ziel des Drucks und die Datei des Webproduktes zum Ziel der Programmierung unterschiedlich eingesetzt. Das Zeichnen des Szenenbuches bei der Digitalfilmherstellung ist ähnlich wie die Skizze auf Papier in den Bereichen Grafikdesign und Webdesign. Obwohl die Arbeitsanforderungen in weiteren Arbeitsphasen von den zwei Handlungsfeldern Grafikdesign und Webdesign nach der Phase Skizze auf Papier verschieden zu denen vom Handlungsfeld Digitalfilmherstellung sind, umfassen viele Handlungen der Digitalfilmherstellung in weiteren Phasen (Produktion und Postproduktion) die Handlungen der Bearbeitung der 2D-Grafiken und 2D-Bilder, die mit den Handlungen von Grafikdesign und Webdesign ähnlich sind.

Zur Digitalfilmherstellung verwendet man auch die Fachkenntnisse der Bildbearbeitung in Handlungsfeldern „Grafikdesign für Print“ und „Webdesign“. Die Fachkenntnisse für Erstellung und Bearbeitung des statischen 2D-Bildes sind die Grundlage für das 3D-Modellieren. Z. B. bei der Produktion des Digitalfilms, insbesondere Werbefilms, verwendet man auch alle Bildelemente Typografie, Text, Bild, Grafik, Logo wie in der Mediengestaltung für Print und Webdesign. In einem Werbefilm erscheinen häufig Figuren, Texte und Bilder. Der 3D-Text und das 3D-Logo werden von 2D-Text und 2D-Logo extrudiert, d. h., man erstellt und bearbeitet zuerst den 2D-Text, die 2D-Typografie, das 2D-Logo und benutzt sie als Vorlage für die Erstellung der dritten Dimension. Viele andere 3D-Modelle, insbesondere die Modelle in der Architektur, werden auch von 2D-Flächen extrudiert, nachdem die 2D-Flächen durch die Anwendungssoftware für die 2D-Zeichnung bearbeitet wurden. Um die Oberflächen und Materialien für das 3D-Modellieren zu erzeugen, erstellt und bearbeitet man statische 2D-Bilder von einer Fotografie oder von einer Datenbank und überträgt es dann auf die 3D-Figur. Man benutzt auch die 2D-Grafik als Vorlage, um mit Hilfe der Werkzeuge der 3D-Software von 2D-Image zur 3D-Figur zu gelangen. Die Arbeit der Bearbeitung von 3D-Grafiken für Film entspricht der Fortsetzung der 2D-Bildbearbeitung und der Anwendung der 2D-Grafik für die 3D-Grafik. Daher müssen Lernende in den bestehenden Kurzeitbildungskursen für Digitalfilmherstellung in Vietnam am Anfang des Kurses immer Erkenntnisse für die 2D-Grafik lernen.

Obwohl der Mediengestalter für Digitalfilmherstellung die Kenntnisse der 2D-Grafik benutzt, um die 3D-Grafik zu erstellen, ist der Unterschied zwischen "Grafikdesign für Print" und

"Digitalfilmherstellung" zu groß. Die Dreharbeiten, das Filmmachen im Computer in der Phase Produktion sowie die Bearbeitung des Films, das Hinzufügen der Effekte und die Technik in der Phase Postproduktion sind sehr umfangreich und sehr verschieden zum Grafikdesign für Print. Deshalb sollte das Handlungsfeld "Digitalfilmherstellung" die dritte Spezialisierung neben "Grafikdesign für Print" und "Webdesign" innerhalb des Berufes Mediengestalter Digital und Print sein.

Eine weitere Frage des Berufsprofils für Mediengestalter/-in in der beruflichen Spezialisierung „Grafikdesign für Print“ ist die Schnittstelle zwischen dem Prozess der Gestaltung des Medienproduktes durch ein Medienunternehmen und der Druckerstellung in einer Druckerei. In Vietnam existiert der Beruf „Facharbeiter für Print“, der in Druckereien zum Einsatz kommt. Deshalb benötigt der Mediengestalter im Handlungsfeld „Grafikdesign für Print“ kein professionelles Wissen und Können, um die Druckerei zu beherrschen. Facharbeiter für Print arbeitet mit dem Mediengestalter zusammen, damit das Designprodukt gedruckt werden kann. Der Mediengestalter in Vietnam ist daher nicht verantwortlich für die ausführliche Arbeit der Druckerei mit der Druckmaschine, aber er muss den Zusammenhang zwischen der Gestaltung eines Medienproduktes und der Drucktechnik kennen.

Konzept auf Ebene des Curriculums

Nach dem Vorbild des Rahmenlehrplans in Deutschland sollte das Curriculum in Vietnam in Lernfelder strukturiert sein, worauf im folgenden Gliederungspunkt näher eingegangen wird. An dieser Stelle soll nochmals darauf hingewiesen werden, dass zur Umsetzung eines solch lernfeldorientierten Curriculums in der Berufsbildungspolitik sowohl gesetzliche Ergänzungen notwendig sind, als auch die berufsdidaktische Politik mit Blick auf die Lernorte innovativ verändert werden muss. In der bisherigen Berufsbildung machen die Lernenden nur einmal ein Praktikum im Unternehmen bis zu 3 Monaten im letzten Semester. Mit ergänzenden gesetzlichen Regelungen zwischen Berufsschulen und Unternehmen müssen mehr Praktika zur Umsetzung des Lernfeldkonzeptes, das sich stärker am beruflichen Handeln orientieren soll, angeboten werden. Zur Diskussion stehen Praktika im Unternehmen für jedes Semester von zwei Monaten, didaktisch-organisatorisch abgestimmt mit den Lernfeldern am Lernort Berufsschule und einer stärker handlungsorientierten methodischen Gestaltung der Ausbildung.

6.3.2 Zum Aufbau eines neuen Lehrplanes

Überblick zur Struktur des Rahmenlehrplans Mediengestalter/in Digital und Print in Vietnam

Abgeleitet aus den Untersuchungen, sind bei der Neuordnung eines Lehrplanes für den Beruf „Mediengestalter Digital und Print“ folgende Aspekte zu beachten:

- die historische Entwicklung des Berufes in seinen produktorientierten Spezialisierungen “Grafikdesign für Print” und “Webdesign”,
- der wirtschaftliche Wandel in den Medienbranchen und deren Anforderungen an die Facharbeit in drei Handlungsfeldern; also außer Print- und Webdesign im Handlungsfeld Digitalfilmgestaltung (Kapitel 3) und
- die Defizite in der gegenwärtigen Ausbildung im Land, insbesondere hinsichtlich einer stärkeren Verbindung von Arbeiten und Lernen (Handlungsorientiertheit des Lernens) bei der Entwicklung beruflicher Handlungskompetenz (Kapitel 4).

Für den Aufbau eines lernfeldorientierten Rahmenlehrplanes wird eine gemeinsame berufliche Grundlagenbildung für den Gesamtberuf sowie drei berufliche Spezialisierungen, differenziert nach den Medienprodukten, vorgeschlagen. Bei der Sicherung beruflicher Grundlagen in Form der gemeinsamen Lernfelder werden die Schnittstellen zwischen den Spezialisierungsrichtungen berücksichtigt. Die Differenzierungen für berufliche Spezialisierungen werden mit den unterschiedlichen Lernfeldern deutlich.

1. Ausbildungsjahr

Auf der Grundlage von Gemeinsamkeiten in den drei Handlungsfeldern wird die gemeinsame berufliche Grundlagenbildung erstellt. Sie umfasst die Zusammenarbeit mit Kunden, Erfassung des Kundenziels, Analyse der Kundenvorgabe, Bestimmung der Zielgruppe, Präsentation für den Kunden, Skizze der Illustration auf Papier, Bearbeitung von Designelementen wie Typografie, Bild, Grafik und Logo. Zu Beginn der Ausbildung sollten Lernende grundlegendes Fachwissen und Können erwerben, bezogen auf die Skizze der Illustration sowie die Gestaltung der Typografie, Grafiken und Bilder. Ein Logo ist ein besonderes Designprodukt, das in einfacher Form etwas symbolisiert, seine implizite Bedeutung aber ist umfangreich und typisch für die Eigenschaft und Strategie eines Unternehmens/einer Agentur. Es ist anspruchsvoll, eine Kreativitätsidee zu entwickeln. Logos erfordern ein hohes Niveau von Lernenden. Deshalb wird die Gestaltung des Logos nicht im ersten Ausbildungsjahr gelernt. Die Zusammenarbeit mit Kunden wird nur bei der Arbeit im Unternehmen thematisiert und fordert die schon erarbeiteten Fachkenntnisse der Lernenden, um die Kunden beraten, ihre Idee vor Kunden präsentieren und gestalten zu können. Deshalb wird der Kundenauftrag nicht im ersten Ausbildungsjahr, sondern erst nach der Erfassung des beruflichen Wissens und Könnens geschult. Zur nochmaligen Begründung dafür argumentiert der Verfasser, dass ohne fachliches Wissen und Können auch keine sachbezogene Analyse eines Kundenauftrages möglich ist und eine Kommunikation nur sehr allgemein und inhaltslos erfolgen kann. Um die Bildelemente wie Typografie, Grafik und Bild zu gestalten und umzusetzen, müssen Lernende die Designprinzipien und Gestaltungsgesetze beherrschen. Außerdem sollten Lernende früh die Funktion der Arbeitsmittel und Arbeitsbedingung verstehen, bevor sie sie nutzen.

Die gemeinsame berufliche Grundlagenbildung im ersten Ausbildungsjahr sollte sich auf die Lernfelder von Designprinzipien, Illustration, Typografie, Grafik, Bild und die Arbeitsbedingungen konzentrieren (Tabelle 19).

Gemeinsame berufliche Grundlagenbildung				
Lernfeld 1. Designprinzipien erfassen	Lernfeld 2. Illustration skizzieren	Lernfeld 3. Computernetzwerk und Internet nutzen	Lernfeld 4. Typografie gestalten	Lernfeld 5. Bild und Grafik gestalten und bearbeiten

Tabelle 19. Zuordnung der Lernfelder im 1. Ausbildungsjahr

2. Ausbildungsjahr

Im zweiten Ausbildungsjahr kann begonnen werden, die Zusammenarbeit mit Kunden zu erlernen. Lernende sollen alle genannten Arbeitsanforderungen beim Kundenauftrag verstehen und sich an Zielgruppen orientieren können (Lernfeld 6). Sie planen und setzen ein Medienprojekt um (Lernfeld 7). Sie suchen die Ideen für die Gestaltung und präsentieren. Diese Arbeitsanforderung an Grafikdesign und Webdesign unterscheidet sich von der Anforderung in der Filmherstellung. Die Ideen werden beim Grafikdesign und Webdesign in Form des Designkonzeptes dargestellt (Lernfelder 8a+b) und bei der Digitalfilmherstellung in das Drehbuch und Szenenbuch integriert (Lernfeld 8c).

In den Handlungsfeldern Grafikdesign und Webdesign integrieren Lernende alle Medienelemente in ein Layout, bestehend aus den Dateien von Typografie, Grafiken, Bildern und vorhandenen Logos (Lernfelder 9a+b). Lernende im Handlungsfeld Digitalfilmherstellung fangen an, basierend auf dem Szenenbuch einen Film zu drehen oder vom analogen zum digitalen Film zu konvertieren (Lernfeld 9c). Nach der Umsetzung dieser Anforderungen sind die Lerninhalte der drei Handlungsfelder verschieden und werden einzeln spezialisiert.

Grafikdesign für Print	Webdesign	Digitalfilmherstellung
Lernfeld 6. Kundenauftrag erfassen und Zielgruppe bestimmen		
Lernfeld 7. Medienprojekt planen und umsetzen		

Lernfeld 8a+b. Designkonzept entwickeln und präsentieren	Lernfeld 8c. Szenebuch erstellen und präsentieren
Lernfeld 9a+b. Medienelemente gestaltungsorientiert integrieren	Lernfeld 9c. Film aufnehmen und Digitalfilm konvertieren

Tabelle 20. Zuordnung der Lernfelder im 2. Ausbildungsjahr

3. Ausbildungsjahr

Im 3. Ausbildungsjahr vertiefen Lernende ihr Wissen und ihre Fähigkeiten in den Handlungsfeldern ihre Berufsfähigkeit (Lernfelder für berufliche Spezialisierungen). Bei der Zuordnung der Lernfelder ist zu berücksichtigen, dass es auch Überschneidungen im beruflichen Handeln geben kann. D. h., die Zuordnung zu den Spezialisierungsrichtungen (vgl. Tabelle 21) kann nicht als „starr“ und unveränderlich angesehen werden. Vielmehr kann Flexibilität bei der Umsetzung erreicht werden, wenn an den Lernorten unter Beachtung regionaler Bedingungen bei einer Spezialisierungsrichtung auf Lernfelder einer anderen Spezialisierung zugegriffen werden kann.

Lernende im Handlungsfeld Grafikdesign für Print bearbeiten das Layout, um die Schlusskomposition des Printmedienproduktes zu gestalten (Lernfeld 10a). Lernende im Handlungsfeld Webdesign entwerfen eine Webseite (Lernfeld 10b), während Lernende im Handlungsfeld Digitalfilmherstellung einen groben Digitalfilm erstellen (Lernfeld 10c).

Lernende im Handlungsfeld Grafikdesign für Print haben genügend Fachwissen und erste Erfahrungen, um ein Logo unter Beachtung des Corporate Designs zu schaffen (Lernfeld 11a). Lernende im Handlungsfeld Webdesign programmieren die schon gestaltete Webseite (Lernfeld 11b). Lernende im Handlungsfeld Digitalfilmherstellung führen die Postproduktion durch, d. h., sie bearbeiten den Film, fügen die Technik und Effekte in den Film ein (Lernfeld 11c).

Lernende im Handlungsfeld Grafikdesign für Print nutzen die Ausgabetechnik, um die Umsetzung der Drucktechnik zu erfassen, damit sie zukünftig mit den Facharbeitern für Print zusammenarbeiten und den Druckprozess überwachen können (Lernfeld 12a). Lernende im Handlungsfeld Webdesign nehmen die programmierte Webseite in Betrieb, sie testen und veröffentlichen diese (Lernfeld 12b). Lernende im Handlungsfeld Digitalfilmherstellung fügen den Ton in den Film ein (Lernfeld 12c).

Grafikdesign für Print	Webdesign	Digitalfilmherstellung
Lernfeld 10a. Printmedienprodukt gestalten	Lernfeld 10b. Webseite gestalten	Lernfeld 10c. Digitalfilm durch Computertechnik erstellen
Lernfeld 11a. Logos gestalten und Corporate Design umsetzen	Lernfeld 11b. Webseite programmieren	Lernfeld 11c. Digitalfilm bearbeiten
Lernfeld 12a. Ausgabetechnik nutzen	Lernfeld 12b. Webseite realisieren und übergaben	Lernfeld 12c. Ton hinzufügen

Tabelle 21. Zuordnung der Lernfelder zu den beruflichen Spezialisierungsrichtungen im 3. Ausbildungsjahr

Zur näheren Beschreibung der Lernfelder

Im Folgenden werden die Lernfelder näher beschrieben. Dabei werden, der Lernfeldidee entsprechend, die Ziele handlungsorientiert als zu erreichende Leistungsdimensionen beschrieben. Das schafft einen (modellhaften) Handlungskontext, an dem sich die Inhalte eines Lernfeldes orientieren, die dann bei der Umsetzung auch handlungsorientierter zu strukturieren sind.

Lernfelder der beruflichen Grundlagenbildung

Lernfeld 1. Designprinzipien erfassen	
Ziel	<p>Lernende untersuchen die Grundlagen von Gestaltungsgesetzen und Designprinzipien. Sie berücksichtigen die historische Entwicklung des Designstils und das Konzept der Ästhetik im Laufe der sozialen Kontextveränderung. Sie analysieren die vorhandenen Designprodukte unter Anwendung der erfassten Gestaltungsgesetze und Designprinzipien.</p> <p>Lernende wählen die bekannten historischen Designprodukte aus, analysieren die Layouts, Farben, soziale und wirtschaftliche Bedeutung, bewerten das Ergebnis unter Beachtung des historischen Kontexts und leiten daraus die gestalterischen und technischen Grundlagen für die Gestaltung ab. Sie präsentieren vor den</p>

	<p>Klassenkameraden und bekommen ein Feedback.</p> <p>Lernende wählen die im Land und weltweit bekannten gegenwärtigen Designprodukte aus, analysieren die Layouts, Farben, soziale und wirtschaftliche Bedeutung, bewerten das Ergebnis unter Beachtung der gegenwärtigen Bedingung und Globalisierung. Sie präsentieren vor den Klassenkameraden und bekommen ein Feedback.</p> <p>Lernende gestalten eigene Designprodukte auf Grundlagen der erfassten Gestaltungsgesetze und Designprinzipien. Sie präsentieren ihre Gestaltungsideen vor den Klassenkameraden, bewerten selbst und bekommen ein Feedback.</p>
Inhalte	<p>Ausrichtung</p> <p>Hierarchie</p> <p>Kontrast</p> <p>Wiederholung, Nähe und Ausgewogenheit des Designs</p> <p>Farbe und Raum</p> <p>Wahrnehmungs- und Wirkungszusammenhänge</p> <p>Präsentationstechnik</p>

Lernfeld 2. Illustration skizzieren	
Ziel	<p>Lernende skizzieren mit Stift alle Designelemente wie Typografie, Bild, Grafik, Logo auf Papier. Sie machen schnelle Miniaturskizzen unter Berücksichtigung geeigneter Proportionen sowie die Anordnung aller Designelemente. Sie kombinieren Text, Bild, Grafik, Logo, nicht auf Details, sondern berücksichtigen das Ganze der Komposition unter Verwendung der Designprinzipien.</p> <p>Für ein Designprojekt benutzen Lernende das schriftliche Konzept als Vorlage und übertragen es in einen visuellen Entwurf. Sie visualisieren die vielen schriftlichen Ideen in Form von Skizzen, Zeichnungen, Bildern, verschiedenen Grafiken etc. Sie berücksichtigen das Zusammenwirken zwischen Text und Kontext. Sie zeichnen und skizzieren vor der Nutzung moderner Visualisierungstechnik mit Grafiksoftware am Computer.</p> <p>Lernende erstellen Varianten des Layouts auf Papier. Sie probieren verschiedene Platzierungsvarianten für das Logo, den Kopfbereich, die Navigation, Bilder, Grafiken, Text-Inhalt und setzen die Farben ein.</p> <p>Lernende präsentieren ihre Zeichnungen für andere Klassenkameraden, vertreten ihre Gestaltungsideen argumentativ und bekommen ein Feedback.</p>

Inhalte	Technik des Zeichnens Prinzipien des visuellen Designs und Design-Layouts Kreativitäts-Technik wie Semiotik, Metapher, Poetik, Symbolismus... Abstraktion, Vertretung, Komposition
----------------	---

Lernfeld 3. Computernetzwerk und Internet nutzen	
Ziel	<p>Lernende nutzen Computersysteme in Netzwerkumgebungen und passen sie den betrieblichen Erfordernissen an. Sie informieren sich über technische Spezifika von Hardwarekomponenten und wählen diese unter technischen und betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten aus. Sie kalibrieren Monitore, installieren Software und Schriften und beachten Lizenzbestimmungen der Hersteller. Sie verwalten und pflegen lokale Speichermedien und nutzen unterschiedliche Verfahren zur Datensicherung.</p> <p>Lernende planen ein Nutzerkonzept und verwalten verschiedene Benutzer und Gruppen im Netzwerk. Bei der Arbeit mit verschiedenen Betriebssystemen beachten sie die Besonderheiten der Dateiverwaltung. Sie nutzen die Ressourcen des Betriebssystems und passen sie dem Aufgabengebiet entsprechend an.</p> <p>Lernende stellen die Einsatzbereitschaft von Computersystemen sicher, berücksichtigen die Normen, Vorschriften und Regeln zum Arbeitsschutz und zur Unfallverhütung und übernehmen dafür die Verantwortung. Sie recherchieren im Internet und nutzen verschiedene Möglichkeiten des Datentransfers.</p> <p>Lernende konfigurieren die Arbeitsplätze für die Nutzung zur Verfügung stehender Netzwerkressourcen und des Internets. Dabei treffen sie notwendige Sicherheitsmaßnahmen, überprüfen und aktualisieren diese regelmäßig. Sie binden einzelne Arbeitsplätze in das lokale Netz ein.</p>
Inhalte	Ergonomie Fontformate binäres Zahlensystem Datenübertragungsraten Netzwerkprotokolle

Lernfeld 4. Typografie gestalten	
Ziel	<p>Lernende untersuchen die Grundlagen der Typografie und verwenden die Designprinzipien für die Gestaltung eines typografischen Produkts. Sie analysieren die Nuancen, Bedeutung und Sprache der Überschrift und des Text-Inhalts.</p> <p>Lernende wählen verschiedene Textarten aus, konzentrieren auf Anatomie und Struktur der Schriftart, Sprache der Buchstabenformen, Buchstaben-Abstand sowie Wortabstand, Identifizieren der Charakteristik, Verständlichkeit und Lesbarkeit.</p> <p>Lernende suchen, modifizieren, deformieren und zieren schöne Schriftarten für Überschrift und Inhalt unter Beachtung der stilistischen und historischen Eigenschaft. Sie wählen die Farbe für die Schriftart aus. Lernende berücksichtigen dabei auch die typografische Betonung, die Größe von Schriftart und den Abstand von Texten unter Verwendung der Techniken von Hierarchie, Rhythmus und Kontrast. Sie beachten die Blickführung, die Wechselwirkung zwischen der Überschrift und den Text-Inhalten.</p> <p>Mit der Anwendungssoftware für Illustration stellen Lernende Überschrift und Text-Inhalte in einem Layout dar. Lernende präsentieren ihr typografisches Produkt für andere Klassenkameraden, vertreten ihre Gestaltungsideen argumentativ und bekommen ein Feedback.</p>
Inhalte	<p>Fundament der Typografie</p> <p>Anatomie der Schriftart und Rhythmus</p> <p>Techniken für Kontrast: Farbkontrast, Richtungskontrast, Kontrastierung schmalen mit breiten Buchstaben, Änderung der Schriftgröße oder des Schriftgewichts</p> <p>Techniken von Hierarchien: Zwischenraum, Stärke, Gewicht, Farbe und Form</p> <p>Blickführung und Farbwirkung</p> <p>Grafiksoftware für Illustration und Bildverarbeitung</p> <p>Präsentationstechnik</p>

Lernfeld 5. Bild und Grafik erstellen und verarbeiten	
Ziel	<p>Lernende fotografieren, um Bilder zu erzeugen, oder nutzen vorhandene Bilder von der Datenbank sowie aus dem Internet. In einigen Fällen erstellen sie die Bilder durch Scangerät.</p> <p>Lernende klassifizieren alle Themen der Fotos wie Objekt und Produkt, Porträt und Menschen, Landschaften und Gebäude, Texture usw. Mit der Anwendungssoftware für</p>

	<p>Bildbearbeitung bearbeiten sie die Bilder unter Berücksichtigung der Qualität der Bilddateien und der Bildauflösungen. Sie schneiden unter Verwendung der Software für Bildbearbeitung ein Bild, mischen verschiedene Bilder und verwenden die Technik sowie Effekte. Sie regulieren die Parameter von Farbe und Licht. Sie setzen die verarbeiteten Bilder in ein Layout ein.</p> <p>Lernende erstellen die Grafiken durch die Anwendungssoftware oder nutzen und bearbeiten die vorhandenen Grafiken von der Datenbank.</p> <p>Lernende wählen Motive von Bildern sowie Grafiken und Bildausschnitte unter Beachtung der Zielgruppe, Kommunikationsziele und Prinzipien der Bildwahrnehmung. Sie wählen geeignete Dateiformate für Speicherung und Ausgabe der Bilder aus. Lernende präsentieren ihr Designprodukt der Grafik- und Bildverarbeitung für andere Klassenkameraden, vertreten ihre Gestaltungsideen argumentativ und bekommen ein Feedback.</p>
Inhalte	<p>Designprinzipien Grundlagen der Fotografie Kamera und Scanner Bildkommunikation Grafiksoftware für Illustration und Bildverarbeitung Tonwertkorrektur Bildtausch, Weißabgleich Präsentationstechnik</p>

Lernfeld 6. Kundenauftrag erfassen und Zielgruppe bestimmen	
Ziel	<p>Lernende treffen sich und arbeiten mit Kunden, um zu erfassen, welche Ziele die Kunden erreichen möchten. Sie organisieren einen Kontakt in Form von Sitzungen, Informationsveranstaltungen oder Interview, um Einblick in interne Verfahren, Mission, Geschichte und wesentliche Eigenschaften der Kunden zu erhalten.</p> <p>Durch Interview/Gespräch/Telefonanruf erstellen Lernende ein schriftliches Dokument der Kundeninformationen. Sie analysieren die von Kunden erhaltene Liste der Zielvorgaben des Designs, z. B. kreative Ansprüche, ästhetische Werte, die Markenentwicklung oder greifbarere Ziele.</p> <p>Lernende notieren das Profil, die Geschäftsfelder sowie Zeit- und Preisvorstellung der Kunden und vereinbaren mit ihnen Möglichkeiten der Realisierung sowie das Budget. Sie beurteilen sachlich eine Auftragsbearbeitung, z. B. die Komplexität eines Digital- und</p>

	<p>Printmediums, Visualisierungsaufwand, Leistungsfähigkeit der Technik für die Realisierung etc. Sie analysieren alle Aspekte des Kundengeschäfts und die Kundenvorgabe, bestehend aus Hauptaspekten, Inhaltstruktur, und führen die Kunden bei der Entwicklung eines kreativen Briefings.</p> <p>In jeder Interaktion mit den Kunden bringen sie echtes Interesse an der Thematik ein und zeigen den Wunsch, ein wertvoller Marketing-Partner zu sein. Sie spezifizieren das Projekt und fassen dazu ein schriftliches Dokument ab. Sie wahlen und kombinieren die Arbeitsmittel (Hard- und Software, konventionell und digital) bei der Bearbeitung des Projektes aus. Sie suchen einige Designansätze.</p> <p>Lernende untersuchen Zielmarkt und Zielpublikum. Sie orientieren sich an Zielgruppe und Kundenkette: Medienunternehmen – Auftraggeber als Kunde – Kunden als Käufer von Produkten/Leistungen des Produzenten. Sie erkunden Psychologie, Geschmack und Demografie der Zielgruppe. Sie analysieren und recherchieren produktbezogene Marktforschungsstudien. Sie untersuchen Branding/Marke des Produkts, Identität (Corporate Identity) des Kunden. Sie erkunden, wie der Produzent von anderen – das können reale oder auch potenzielle Kunden sein – wahrgenommen wird.</p> <p>Sie sammeln und erfassen den Zustand der vorhandenen Designprodukte von anderen Konkurrenzunternehmen. Sie untersuchen das vorhandene Kommunikationsproblem zwischen Kunden und ihren Zielgruppen. Sie analysieren tief das Unternehmensprofil und die Erwartung des Kunden, um die Kommunikationen zum Projektdesign zu differenzieren. Mit den Ergebnissen bestimmen sie Marketingziele.</p> <p>Sie beschreiben grob das Designprojekt im Medienunternehmen. Sie erfassen die Informationen unter Einsatz verschiedener konventioneller (z. B. Fragebögen, Handaufzeichnungen) sowie digitaler Arbeitsmittel (z. B. PC, mobile Endgeräte) und bestimmen fein das Designprojekt im Medienunternehmen.</p> <p>Lernende beraten Kunden und klären sie über den Grund, die Vor- und Nachteile der Designansätze auf, damit die Kunden verstehen und daher akzeptieren, welcher Gestaltungsansatz machbar ist und vorgenommen werden sollte. Lernende vereinbaren mit Kunden Kosten, Zeitplan und weitere Termine des Projektes. Sie dokumentieren das Feedback der Kunden und überzeugen sie, um Widersprüche mit ihnen zu lösen.</p>
Inhalte	<p>Gesprächstechniken, z. B. fragende Gesprächsführung</p> <p>Kundenkommunikation und Grundregeln für gute Kommunikation</p> <p>Gesprächsvorbereitung, -durchführung und -nachbereitung – der Wert von Handaufzeichnungen</p> <p>Literaturrecherche, Internetrecherche, Interview sowie Fragebögen, Umfrage und Fokusgruppen</p> <p>E-Business</p>

	Marktforschungsphasen Event-Marketing
--	--

Lernfeld 7. Medienprojekt planen und umsetzen	
Ziel	<p>Lernende werden befähigt, den Zeitplan zu verwalten, d. h., wann die Gestaltung anzufangen und in welchen Etappen durchzuführen ist, wann die Präsentation für Kunden stattfindet und wann das Designprodukt den Kunden übergeben wird. Sie arbeiten in Tabellen des Zeitplans aus, wann jeder Arbeitsschritt angefangen und abgeschlossen wird. Sie fügen zusätzliche Zeit für unvorhergesehene Umstände hinzu und kalkulieren den Preis, wie viel das Design und die Produktion kosten.</p> <p>Lernende berücksichtigen im Team die Abwägung zwischen zeitlichen Abläufen, Kostenaufwand und Preis. Sie beteiligen sich an der Einschätzung des Zeitvolumens entlang der Ablauforganisation, der Zeitdauer zur Vorbereitung technischer Geräte und deren Einsatzdauer. Sie konzipieren einen realistischen Zeitplan zur kostenoptimierenden Bearbeitung des Designprojektes.</p> <p>Lernende beteiligen sich an der Berechnung der Zahl der Teilnehmer an dem Projekt und der Kosten pro Stunde und des monatlichen Gehalts jedes Teilnehmers. Sie berechnen die Kosten der Einrichtung, Ausrüstung, um Überpreis zu vermeiden und auf mögliche Schwierigkeiten vorzubereiten.</p> <p>Lernende diskutieren Möglichkeiten der Risikoabschätzung, um Verlust zu vermeiden oder zu verringern und die beste Lösung zu finden.</p>
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> Grobplanung Balkendiagramm Zeitplan Projektplanungstechniken Risikoanalyse Platzkostenrechnung Vollkosten- und Teilkostenrechnung Lizenzgebühren Deckungsbeitrag Nachkalkulation Kalkulationssoftware

Lernfeld 8a+b. Designkonzept entwickeln und präsentieren	
Ziel	<p>Lernende sammeln und analysieren die Kundeninformationen und –anforderungen. Sie klassifizieren die Kundenvorgabe in vielen Aspekten wie das Ziel, die Persönlichkeit und Wirtschaft des Kunden, Eigenschaften und Bedürfnisse des Produkts, Struktur des Inhalts der Gestaltung, Funktionsziele, vorhandene Daten von Text und Bild, Bedürfnisse der Zielgruppe, Produkte von konkurrierenden Unternehmen, Präzedenzfall usw. Sie wählen die benötigten Daten aus, ordnen sie an, kompilieren, arbeiten sie aus und ziehen Schlussfolgerungen aus der Analyse.</p> <p>Lernende konzipieren die Gestaltungselemente in Aspekten wie Ziel und Inhalt der Gestaltung, benötigte Daten von Text und Bild, Bedürfnisse der Zielgruppe, Anforderung der Ästhetik usw. Sie dokumentieren alle Eigenschaften des Designkonzeptes in Form der Konzeptvorgabe. Sie erstellen eine Konzeptstruktur, die die Grundlage für die Konzentration auf wesentliche Aspekte des Projektes und für die Details zu variablen Möglichkeiten des Grafik-Designs darstellt. Sie konstruieren Schlussfolgerungen aus der Analyse, wählen Begriffe, Zusammenhänge, Bilder, Grafiken u.a. aus, um die Designlösung zu generieren.</p> <p>Zur Präsentation für Kunden stellen Lernende das Designkonzept unter Verwendung der entsprechenden Medien dar. Sie verfeinern ihre Ideen, führen in Vollfarben aus. Sie demonstrieren, warum ihre eigenen Ideen brilliant sind. Sie zeigen auch, dass sorgfältige Überlegung und Vorbereitung dahinter stehen.</p>
Inhalte	<p>Literaturrecherche, Internetrecherche Analyse und Synthese Lineares Denken Querdenken Brainstorming und Konzept-Mapping Präsentationstechniken und -medien Präsentationssoftware</p>

Lernfeld 8c. Szenenbuch erstellen und präsentieren	
Ziel	<p>Lernende lesen das Drehbuch, analysieren jede Szene vom Drehbuch, um zu verstehen und rückkoppelnd ihre Überlegungen umzusetzen. Sie berücksichtigen wichtige Angaben für alle an der Filmproduktion mitwirkenden Teilnehmer wie Handlungsanweisungen und Text, Information über Drehort und Beleuchtung, Ausstattung der Szenen.</p>

	<p>Lernende zeichnen und illustrieren die aufgeschriebenen Ideen des Drehbuchs. Sie analysieren die Thematik und die Abfolge, damit die Filmproduktion später gute und themenbezogene Filmaufnahmen erstellt.</p> <p>Lernende malen auf dem Szenebuch die Illustration oder ersetzen die Bilder von Fotografie, 3D Bilder. Sie zeichnen die wichtigsten Szenen in der ersten Spalte des Szenebuches in kleinen Skizzen, legen die Kamerapositionen und die Positionen der handelnden Figuren fest. Sie erklären in der zweiten Spalte den Bildinhalt oder beschreiben das Geschehen bis zur nächsten Szene. In der dritten Spalte beschreiben sie das akustische Geschehen, bestehend aus Dialogen, Musik und Geräuschen.</p> <p>Sie erkennen Einstellungs- und Szenennummern, die Darstellung der Einstellung aus der Kameraperspektive, die Beschreibung der Einstellung von Text, Personen und Bewegungsrichtung, notieren die Kamerabewegung, Beleuchtung. Lernende präsentieren ihre Zeichnungen des Szenebuchs für andere Klassenkameraden, vertreten ihre Gestaltungsideen argumentativ und bekommen das Feedback. Bei der Präsentation für Kunden stellen sie das Szenebuch unter Verwendung der entsprechenden Medien dar. Sie begründen, warum ihre eigenen Darstellungen brilliant sind und zeigen auch, dass sorgfältige Überlegung und Vorbereitung dahinter stehen.</p>
Inhalte	<p>Zeichnungstechnik</p> <p>Prinzipien der Illustration</p> <p>Animationstechnik</p> <p>Struktur des Storyboards</p> <p>Präsentationstechniken und –medien</p> <p>Präsentationssoftware</p>

Lernfeld 9a+b. Medienelemente gestaltungsorientiert integrieren	
Ziel	<p>Lernende nutzen die unterschiedlichen Möglichkeiten von Digital- und Printmedien. Sie entwickeln Gestaltungsvarianten und überprüfen deren Verständlichkeit, Funktionalität und zielgruppenorientierte Wirkung. Sie wählen Anwendungssoftware hinsichtlich ihrer technischen Möglichkeiten zur Erstellung von Infografiken aus.</p> <p>Lernende integrieren die verschiedenen Elemente in ein Layout. Dazu bereiten sie umfangreiche Texte für beide Medienarten auf und strukturieren diese übersichtlich und lesefreundlich. In diesem Zusammenhang gestalten sie grafische und farbliche Orientierungshilfen. Bilder und Grafiken werden motivspezifisch und mediengerecht aufbereitet und in die jeweilige Gestaltung integriert. Die erstellten Produkte</p>

	beurteilen sie hinsichtlich der technischen Realisation. Sie kontrollieren ihre Arbeitsergebnisse und optimieren diese.
Inhalte	animierte, interaktive und statische Infografik PDF-Formular Navigation Stilvorlagen, Musterseiten, Templates Farbmodi Dateiformate

Lernfeld 9c. Film aufnehmen und Digitalfilm konvertieren	
Ziel	Lernende erwerben erste Fähigkeiten zur Dreharbeit im Filmstudio oder an den ausgewählten Drehorten und Kulissen. Sie halten die Leitung von Aufnahmeleiter/Regisseur und Regie/Regieassistenz ein. Lernende konvertieren mit Hilfe von Softwaretechnologie den analogen Film auf digitalen Film, um dann unter Einsatz verschiedener Hard- und Softwaretechnik beide Filmsourcen zu montieren und zu bearbeiten. Durch ein Computerprogramm steuern sie die digitale Aufnahme aus. Sie wandeln mit klassischem Film die optischen Informationen in ein elektronisches Signal, um den Film auf DVD oder Rechner zu bringen.
Inhalte	Prinzipien des Filmmaking Kameratechnik analoge Filme scannen Digitalisierungstechnik Dias oder Negativfilmen digitalisieren

Lernfelder zur beruflichen Spezialisierung „Grafikdesign für Print“

Lernfeld 10a. Printmedienprodukt gestalten	
Ziel	Lernende erstellen das Medienprodukte basierend auf den Schlussfolgerungen der Analyse und der Liste der Konzepte. Sie formalisieren die Design-Elemente wie Texte, Grafiken, Bilder, Logo durch Grafiksoftware im Computer. Sie bestimmen die Mittel der Informationen wie Art, Farbe, Layout, Symbol, Metaphorik für die Schlussarbeit unter

	<p>Beachtung der Kommunikation mit Zielgruppen und entwickeln die gesamte Bildsprache, die die Sensibilität der Zuschauer anspricht.</p> <p>Lernende nutzen Ergebnisse von Skizzieren und Zeichnen bei der Visualisierung der Ideen, unter Beachtung der Choreographie der Design-Elemente, um das Abschlussdesign im Computer auszuführen. Sie regulieren auf dem Interface des Computers die Proportionen aller Designelemente, die Abstände von ihnen und setzen die Farben ein. Sie heben Überschrift, Inhalte und wichtige Bilder hervor unter Berücksichtigung des komplexen Layouts. Danach verfeinern sie alle Details.</p> <p>Lernende berücksichtigen das Ziel und bestimmte Elemente der Darstellung in Serie, um es für das Medienunternehmen zu nutzen. Sie vervollständigen ein ganzes Layout des Designproduktes im Computer und exportieren die Datei des vollständigsten Layouts in eine Seitenlayoutsoftware, um die Druckvorlage zu erzeugen. Lernende präsentieren ihr Printmedienprodukt für andere Klassenkameraden und für Kunden, vertreten ihre Gestaltungsideen argumentativ und bekommen ein Feedback.</p>
Inhalte	<p>Prinzipien des visuellen Designs</p> <p>Illustrationssoftware</p> <p>Layoutsoftware</p> <p>Bildverarbeitungssoftware</p> <p>Musterseiten</p>

Lernfeld 11a. Logos gestalten und Corporate Design umsetzen	
Ziel	<p>Lernende wählen die bekannten Logos aus, analysieren die Struktur, Form, Farben, Metapher sowie soziale und wirtschaftliche Bedeutung, bewerten das Ergebnis von Logos unter Beachtung des Kontexts und leiten daraus die gestalterischen und technischen Grundlagen für das Logodesign ab. Sie präsentieren vor den Klassenkameraden und bekommen ein Feedback.</p> <p>Für die Logogestaltung schaffen Lernende ein neues Logo oder bearbeiten ein vorhandenes aus der Datenbank. Mit Hilfe von Kreativitätstechniken entwickeln sie Ideen, erstellen eine zielgruppenbezogene Gestaltungskonzeption und skizzieren. Unter Anwendung der Software für Vektor-Zeichnung sowie Bildbearbeitung zeichnen und bearbeiten sie ein neues Logo. Sie präsentieren vor den Klasskameraden und bekommen ein Feedback.</p> <p>Bei den Designprojekten mit Unternehmen werten Lernende die Kundenvorgaben aus, interpretieren Erscheinungsbilder anhand bestehender Designmanuals und entwickeln</p>

	<p>Gestaltungskriterien für ein Corporate Design. Sie setzen die Grundelemente eines Corporate Designs um. Bei der Konzeption, Gestaltung und Bewertung von Logos verwenden sie die Prinzipien von Wahrnehmungs- und Wirkungszusammenhängen. Sie setzen ihr Logodesign in den Designprodukten ein, überprüfen deren Wirkung und beurteilen sie nach gestalterischen und technischen Kriterien. Sie präsentieren das Designkonzept vor Kunden und bekommen ein Feedback.</p>
Inhalte	<p>Designsprinzipien für Logos Corporate Identity Piktogramm, Signet, Wort- und Bildmarken Kriterien für grafische Zeichen Werbemittel Urheberrecht, Markenschutz Übertragung des Images vom Scangerät in den Computer Kreativität-Technik wie Semiotik, Metapher, Poetik, Symbolismus Abstraktion, Vernetzung, Komposition</p>

Lernfeld 12a. Ausgabetechnik nutzen	
Ziel	<p>Lernende verarbeiten eine offene Datei zu einer geschlossenen Ausgabedatei und erstellen einen Formproof. Sie überprüfen Daten auf Verwendbarkeit und Vollständigkeit und erstellen Ausgabedateien für analoge und digitale Druckverfahren.</p> <p>Lernende legen Einstelldaten für den Druck und die Weiterverarbeitung an, geben diese weiter und kontrollieren die korrekte Übernahme in den Workflow. Sie nutzen unterschiedliche Ausgabesysteme und überprüfen die Daten, Materialien und Geräte auf Einhaltung der aktuellen ISO-Standards und kalibrieren die Ausgabegeräte nach den Vorgaben der standardisierten Produktion. Sie schießen die Seiten aus, übernehmen die Layoutdaten in Ausschießschemata und erstellen eine Bogenmontage. Dabei berücksichtigen sie die Parameter für den Druck, die Weiterverarbeitung und die Druckveredelung.</p>
Inhalte	<p>Preflight-Software Workflow-Software Ausgabe von Formen für Sonderfarben und Veredelung PostScript, Rasterung RIP-Funktionen</p>

	Druckformherstellung Large Format Print, Digitaldruck, Bedruckstoffe
--	---

Lernfelder zur beruflichen Spezialisierung „Webdesign“

Lernfeld 10b. Webseite gestalten	
Ziel	<p>Lernende vernetzen die Strukturierung einer Webseite, verbinden einzelne wichtige Informationen, inhaltliche Schwerpunkte und verschiedene Darstellungsformen. Sie entwickeln die Navigationsstruktur der Webseite und den strukturierten Verkehrsfluss über die Webseite. Sie kontrollieren den Gesamtumfang der Webseite und die Beziehung zwischen allen Seiten. Sie strukturieren die Information für eine Webseite durch Flussdiagramm/Flowchart. Sie sammeln und klassifizieren die Inhalte, verbinden alle Beziehungen der Inhalte, stellen die Hierarchie von Inhalten schematisch dar, verbinden die Hauptkategorien mit der Startseite und daraufhin die Unterrubriken mit den Hauptkategorien.</p> <p>Lernende antizipieren den Umfang des Mittels, auf dem die Webseite eingesehen werden, und fassen zusätzliche Ressourcen wie Webfont-Nutzung, Datenbank der Fotos und Bilder, usw. zusammen. Sie analysieren den Inhalt, sammeln die Dateien, die Zusammenfassung der Informationen der Webseite, bestehend aus den Inhalten der Webseite (Texte) sowie der Definition der visuellen Elemente (Logos und Markenelemente, Bilder). Sie wandeln Fotos und künstlerische Werke in ein digitales Format um und speichern Grafiken als JPEG oder GIF-Dateien ab, tragen dieses Material zusammen.</p> <p>Lernende erstellen eine Wireframing/Drahtmodelle für die Webseite. Sie skizzieren auf Papier mehrere Layoutentwürfe für die Start- und Inhaltsseiten. Sie probieren verschiedene Platzierungsvarianten für das Logo, den Kopfbereich, die Navigation sowie den Inhalt und überlegen sich, wie die Navigation auf den Inhaltsseiten aussehen soll. Beim Skizzieren mit Stift auf Papier stellen sie wahrgenommene Formen, Linie, Textur, Tonwert dar.</p> <p>Lernende verwenden Bildbearbeitungssoftware, um Formen anzulegen, Farben auszuwählen, Bilder zu beschneiden, Textinhalte zu tippen und Dateien für das Internet abzuspeichern. Sie platzieren die Design-Elemente an die zuvor skizzierten Stellen. Lernende importieren alle bearbeiteten Designelemente von Schriftart, Bilder, Grafiken, Logo in eine Software für Webdesign. Sie regulieren die Proportion aller Designelemente und deren Abstände. Sobald die ersten Prototypen zugelassen sind, verfeinern Lernende weiter. Sie wählen unter Beachtung des Zusammenhanges zwischen Inhalt und Form das Farbschema aus, das zur Stimmung einer Webseite</p>

	<p>passt. Sie berücksichtigen die Überschrift, wichtige Bilder und Inhalte und vervollständigen ein ganzes Layout unter Beachtung von Ästhetik und Kommunikationsziel.</p> <p>Lernende präsentieren ihre Webseite für andere Klassenkameraden und für Kunden, vertreten ihre Gestaltungsideen argumentativ und bekommen ein Feedback.</p>
Inhalte	<p>Designprinzipien Grafiksoftware für Webdesign Illustrationssoftware Bildverarbeitungssoftware Blickführung Gestaltungsraster Bildschirmauflösung Usability Farbcodierung, Hexadezimalsystem</p>

Lernfeld 11b. Webseite programmieren	
Ziel	<p>Lernende analysieren die Vorgaben hinsichtlich der darin enthaltenen technischen Problemstellungen und des gestalterischen Grundkonzeptes und legen geeignete Technologien für die Umsetzung fest. Sie installieren und konfigurieren einen lokalen Webserver und testen dessen Funktionalität. Zum Erstellen interaktiver Webseiten verwenden sie Skriptsprachen. Hierfür gestalten sie Formulare und organisieren die Übergabe von Daten zwischen Client und Server und deren Auswertung.</p> <p>Lernende installieren und konfigurieren ein Content Management System und gestalten die Benutzeroberfläche unter Berücksichtigung von Ästhetik und Benutzerfreundlichkeit.</p>
Inhalte	<p>HTML- und CSS-Code Javascript, Flash, XML, XHML</p>

Lernfeld 12b. Webseite realisieren und übergeben	
Ziel	<p>Lernende laden die Dateien auf den Webserver des Kunden hoch. Sie testen, ob die Webseite funktioniert und ins Internet veröffentlicht werden kann oder nicht. Sie überarbeiten die Dateien für den Umzug in die letzte Speicherstelle. Sie ordnen und montieren alle Dateien an, die mit dem Passwort an den Kunden zu übergeben sind.</p> <p>Lernende administrieren die Webseite unter Sicherheitsaspekten, beschaffen Updates und richten diese ein. Sie schulen Kunden zur Erfassung des Interfaces und der Struktur der Webseiten, zur Benutzung aller Werkzeuge und Funktionen, zum Formulieren und zum Aktualisieren der Informationen und Bilder. Zusammenfassend beurteilen sie ihr Produkt in Hinblick auf die Einhaltung der Vorgaben.</p>
Inhalte	<p>Datenbankserver Kennwortverschlüsselung Rechteverwaltung Usability, Accessibility Barrierefreie Informationstechnik-Verordnung Video-Schulung persönliches Coaching</p>

Lernfelder zur beruflichen Spezialisierung „Digitalfilmherstellung“

Lernfeld 10c. Digitalfilm durch Computertechnik erstellen	
Ziel	<p>Lernende erstellen den digitalen 2D-Film im Computer. Sie erstellen die 2D-Animationen mittels spezieller Software ganz oder teilweise im Computer, oder digitalisieren das in klassischer Manier aufgenommene Material und bearbeiten es im Computer weiter. Sie zeichnen entweder mit der Maus auf dem Bildschirm, oder auch die Zeichnungen analog auf einem Stück Papier und scannen es ein.</p> <p>Lernende nutzen die Spezialsoftware für das Erstellen von grafischen Inhalten und 2D Animation. Unter Verwendung der 2D-Animationssoftware benutzen sie den kompletten Werkzeugkasten, sowohl für das einfache Skizzieren als auch zur papierlosen Erstellung von handgezeichneten Trickfilmen auf rein digitaler Basis.</p> <p>Sie verbinden im Arbeitshandeln eng traditionelle Arbeitstechniken und den Einsatz digitaler Technologien. Sie importieren Bilder aus anderen Anwendungen, um animierte Filme zu erstellen oder erstellen die Bilder bzw. Grafiken. Wenn alle Grafiken fertig erstellt sind, fügen sie die Grafiken in das Videoprojekt ein und legen ein Videoprojekt an.</p>

	<p>Lernende erstellen den digitalen 3D-Film im Computer. Unter Verwendung der 3D-Software modellieren sie die 3D Figur. Sie erstellen die 3D-Objekte anhand von entsprechenden Werkzeugen im Computer, z. B. Modellieren in 3D, 3D-Scanning, prozedurales Modellieren, bildbasiertes Modellieren.</p> <p>Lernende nutzen die vorhandenen Materialien der 3D-Software oder erstellen die neuen Materialien und bearbeiten die Eigenschaft der Oberflächen dieser Materialien, wie z. B. Farbe, Rauigkeit und Wechselwirkung mit Licht wie Reflexion, Glanz oder Transparenz. Danach binden sie Materialien in die 3D-Figur ein. Sie überarbeiten mit der Software für Bildbearbeitung die Oberfläche der Materialien.</p> <p>Lernende beleuchten die 3D Figur. Sie erstellen durch 3D-Software die Lichttypen und setzen die Lichtquellen im 3D-Raum. Sie unterscheiden die Eigenschaft jedes Lichttyps, wählen die geeigneten Lichttypen aus und kombinieren einige von ihnen. Sie verwenden auch Lichtschema, Lichtanimation und bildbasierte Beleuchtung.</p> <p>Lernende erstellen die Bewegung der 3D-Figuren im Computer. Sie verwenden unterschiedliche Werkzeuge der 3D-Software für Bewegung wie Keyframe-Animation, Skelette und Muskeln, Forward Kinematik (FK), Inverse Kinematik (IK), oder Animation der virtuellen Kamera, um das zeitliche Verhalten der Figuren und Objekte im virtuellen Raum zu erstellen und zu regulieren.</p> <p>Lernende rendern die 3D-Objekte zur Erstellung der digitalen Filmdatei. Sie präsentieren ihren Film für andere Klassenkameraden, vertreten ihre Gestaltungsideen argumentativ und bekommen ein Feedback.</p>
Inhalte	<p>2D und 3D-Scanner Digitales Zeichnen Tablett, Smartphone, Computer Technik der Skizze 2D-Animationstechnik 2D-Grafiksoftware für Zeichnen und Animation 2D-Grafiksoftware für Bildbearbeitung 3D-Grafiksoftware für Modellieren und Animation Modellierungstechnik 3D-Animationstechnik Computergesteuerte Kamera Render-Verfahren Digitale Verfahren der Bilderzeugung, CGI (Computer Generated Imagery) und CG (Computer Graphics)</p>

Lernfeld 11c. Digitalfilm bearbeiten	
Ziel	<p>Lernende sammeln computergenerierte und reale Filmmaterialien zur Bearbeitung. Sie schneiden und mischen verschiedene Filmmaterialien. Sie kombinieren unabhängig voneinander aufgenommene Bilder auf der optischen Bank und bewegten Vordergrund- mit Hintergrundbildern. Dabei verwenden sie verschiedene Effekte und Techniken der Postproduktion, z. B, Partikelsystem, Matte Paintings, Spiegeltricks, Lichteffekte (Blitze, Feuer), Kabeltechnik, usw.</p> <p>Lernende regulieren die Mehrfachbelichtungen, Über- und Unterbelichtungen, Zeitmanipulationen, Motion Control, eine computergesteuerte Kamera. Sie gleichen unterschiedliche Helligkeits- oder Farbwerte an, verändern die Gesamtfarben, um die visuelle Ästhetik oder die emotionale Grundstimmung des Films zu verstärken.</p> <p>Lernende verstärken oder reduzieren einzelne Farbtöne, um den Blick auf ein bestimmtes Farbschema zu reduzieren oder Farbsymbolik gesondert hervorzuheben. Sie versuchen, ein ausgewogenes Verhältnis der Farbstimmung zu erreichen, die Ästhetik oder die visuelle Wahrnehmung des Films und die Farbtöne des Films harmonisch zu erzeugen.</p>
Inhalte	<p>analoge optische Verfahren Wandermasken Bluescreen/Greenscreen Digitale Verfahren der Bilderzeugung und -bearbeitung, CGI (Computer Generated Imagery) CG (Computer Graphics) Software für Filmbearbeitung Zeitmanagement Compositing Farbabstimmung Matting-Verfahren</p>

Lernfeld 12c. Ton hinzufügen	
Ziel	<p>Lernende setzen Klangelemente wie Dialog, Geräusche, Atmosphäre, Musik und Soundeffekte in den digitalen Film ein. Sie extrahieren die Audios von Dialog, Geräusche, Atmosphäre, Musik und Soundeffekte bei der Software in separate Daten, um diese in den Film einzubetten.</p>

	Sie nehmen verschiedene Komponenten (originaler Ton, Effekte, Musik, Geräusche) auf und mischen die auf verschiedenen Spuren aufgenommenen Komponenten. Zunächst werden Bild und originaler Ton geschnitten. Dabei wird der originale Ton einheitlich gepegelt. Danach erstellen sie einen Mischplan, in dem dargestellt wird, welche zusätzlichen Geräusche, Atmosphäre oder Musik für jede Szene benötigt werden und wie die Übergänge aussehen sollen.
Inhalte	Compositing Klangabstimmung Auditive räumliche Abbildung Sounddesign und -bearbeitung

6.4 Ausblick zur Umsetzung der Forschungsergebnisse

In Vietnam arbeitet der Verfasser als Lehrer und Bildungsforscher an der Technischen Pädagogischen Universität. An der Universität gibt es die Fachrichtung Grafikdesign für Print und Webdesign für das akademische Studium sowie ein berufliches Ausbildungszentrum für Facharbeiterberufe. Die Mitwirkung des Verfassers in diesen vorhandenen Strukturen schafft gute Ausgangsbedingungen für den Transfer des mit dieser Dissertation konzipierten lernfeldbasierten Rahmenlehrplanes in Verbindung mit relevanten Schwerpunkten der Berufsbildungsforschung. Dennoch wird seine Umsetzung in Vietnam ein längerer Prozess unter Beachtung der Traditionen in der Berufsbildungsforschung sowie der Berufsbildungspraxis sein.

Kurz- und mittelfristig sieht der Verfasser folgende Möglichkeiten zur schrittweisen Umsetzung seiner Forschungsergebnisse.

Konzeptionelle Erprobungen auf der Mikroebene und Mesoebene der Ordnungsmittel

Am Anfang wird der Verfasser selbst eigene Erprobungen im Rahmen seiner Lehrertätigkeit realisieren. Obwohl zunächst noch auf den alten Modulen aufgebaut werden muss, können auf der Mikroebene selbst gemachte Ordnungsmittel entwickelt, mit Lehrern sowie Auszubildenden kommuniziert und erprobt werden. Das Ziel der Ausbildung ist auf die Entwicklung von Handlungskompetenz gerichtet. Handlungsorientierter Unterricht wird in Vietnam noch selten angewendet. In Verbindung mit der Erprobung solcher lernfeldmodifizierter Module kann vom Verfasser ein Ansatz für die Gestaltung des handlungsorientierten Unterrichts entwickelt und erprobt werden. Handlungen müssen von den Lernenden selbstständig geplant, durchgeführt, überprüft, gegebenenfalls korrigiert und am Ende des Unterrichts bewertet werden. Bei der Erstellung und Ausarbeitung von Lehrinhalten wird der Verfasser auf die Inhalte der Lernfelder dieser Dissertation

zurückgreifen und diese modifizieren. Er wird Meinungen von Lehrenden der Lernenden erfassen und Daten sammeln, um die Ergebnisse auszuwerten (Mesoebene).

Vertiefung der Kontakte zu Unternehmen als Lernorte der Ausbildung

Parallel dazu kann der Verfasser die Beschreibung der Lernfelder mit Medienunternehmen als Lernorte der Praxis kommunizieren, eine Meinungserfassung zu deren Handhabbarkeit durchführen sowie erste Tests zur Abstimmung mit Erprobungen der Lernfelder im beruflichen Ausbildungszentrum anregen und durchführen. An der Universität für Technische Pädagogik gibt es eine Abteilung für Unternehmenskooperation, die für die Zusammenarbeit mit Unternehmen und Forschungen zur Unternehmenskooperation verantwortlich ist. In Kooperation mit dieser Abteilung kann der Verfasser Medienunternehmen kontaktieren und in einer breiten Befragung die o. g. ersten Tests ergänzen. Der Verfasser wählt zahlreiche Medienunternehmen für ein Feedback aus, macht mündliche Interviews und erfasst später in einer breiter angelegten schriftlichen Befragung Meinungen.

Durch die Abteilung für Unternehmenskooperation an der Universität kann vom Verfasser ferner die Verstärkung der Zusammenarbeit mit Unternehmen im Praktikum der Lernenden beantragt und organisatorisch mit dem beruflichen Ausbildungszentrum abgestimmt werden. Ergänzend wird vom Verfasser vorgeschlagen, Unternehmen zu gewinnen, die Praktikumszeit zu verlängern, so dass Lernende umfassender, aktiv und selbstständig an Medienprojekten mitarbeiten können. Das kann über die Universität begleitet werden. Die Ergebnisse des Praktikums werden gesammelt, geprüft, als Statistik gespeichert und ausgewertet.

Kooperation mit der Berufsbildungsforschung

Der Verfasser wird wissenschaftliche Forschungsthemen auf universitärer Ebene in Bezug auf die domänenspezifische Berufsbildungsforschung sowohl auf der Ebene der Curriculum-Entwicklung als auch bei der Anwendung des handlungsorientierten Unterrichts für die Berufsbildungsprogramme für Grafikdesign und Webdesign anregen und begleiten. In den akademischen Forschungssitzungen der Universität wird der Verfasser auch das Prinzip des schülerzentrierten Unterrichts betonen.

An der Technischen Pädagogischen Universität wird auch der Studiengang für Berufsschullehrerbildung angeboten, d. h. ein Studium für Absolventen als zukünftige Lehrer an Berufsschulen. Viele Studenten werden Lehrkräfte für den Ausbildungsberuf "Mediengestalter Digital und Print" und Forscher in der Mediengestaltung. Es liegt in der Verantwortung des Verfassers, das neue Bildungskonzept dieser Dissertation an die Studenten zu verbreiten, damit die nächste Generation von Lehrern weiter studiert und dieses Konzept in der beruflichen Ausbildung anwenden kann.

Zur Erweiterung der Aktivitäten in der Berufsbildungsforschung über die Technische Pädagogische Universität hinausgehend, ist zu beachten, dass es in Vietnam die Entscheidungsebenen für die wissenschaftliche Forschung gibt: auf zentraler staatlicher Ebene (Staatlicher Wissenschaftsrat), auf Ministeriumsebene, auf Provinz- und Stadtebene sowie auf der Universitätsebene selbst. Das trifft besonders auch auf Schwerpunkte der Berufsbildungsforschung zu. Auf Grundlage dieser Dissertation strebt der Verfasser an, über den Staatlichen Wissenschaftsrat Forschungen auf Ministeriumsebene zur Weiterentwicklung, Verbreitung und Umsetzung relevanter Schwerpunkte der Berufsbildungsforschung zu beantragen. Die Daten aus den oben genannten wissenschaftlichen und experimentellen Verfahren dienen als weitere Grundlage für Forschungen auf Ministeriumsebene. Es sei betont, dass Forschungen auf Ministeriumsebene den gesetzlichen Weg darstellen, um die Anwendung des Konzeptes dieser Dissertation in Vietnam zu realisieren.

Bildungs- und wirtschaftspolitische Verortung auf der Makroebene der Ordnungsmittel

Wie im GP 6.1 genannt, ist ein Verwaltungsrat, der vom Generaldirektor der Allgemeinen Abteilung für Berufsbildung erstellt wird, für Weiterentwicklung von Curricula und deren Aufbau für jeden Beruf verantwortlich. Im Diskurs und Interessenausgleich der teilnehmenden Mitglieder aus Ministerien, anderen Organisationen der Politik-Gesellschaft, Regierungsbehörden, Verbänden, verwandten Wirtschaftsgruppen sowie Abteilungen für Arbeit, Invaliden und soziale Angelegenheiten erfolgen Aufbau und systematische Änderungen eines Lehrplans als zentrales Ordnungsmittel für jeden Beruf. Wenn die oben genannten Forschungen auf Universitäts- sowie auf Ministeriumsebene erfolgreich realisiert werden, können Entscheidungen für diesen Verwaltungsrat vorgeschlagen und diskutiert werden.

Literaturverzeichnis

Ambrose, G.; Harris, P. (2009): Grundlagen des Grafikdesigns. Stiebner Verlag GmbH, München.

Baumgardt, M. (2000): Web design kreativ! Springer-Verlag Berlin Heidelberg.

Bannwitz, F; Rauner, F. (1993): Wissenschaft und Beruf. Berufliche Fachrichtungen im Studium von Berufspädagogen des gewerblich-technischen Bereiches. Reihe: Berufliche Bildung, Band 17, Bremen.

Blumenberg H.; Blunck M.; Friderici M.; Gricksch G.; Kern A.; Schütze S.; Thelen I.; Uthmann N. (1996): Making of... Wie ein Film entsteht (Hg. Manthey). Verlagsgruppe Milchstraße, Rowohlt Taschenbuch Verlag GmbH, Kino Verlag GmbH, Hamburg.

Botschaft der Sozialistischen Republik Vietnam in Deutschland (2012): Ratgeber für Geschäftsaktivitäten und Investitionen in Vietnam, Seite 8. Online verfügbar unter: <http://www.vietnambotschaft.org/wp-content/uploads/2012/09/Vietnam-business-guide.pdf>

Bundesministeriums der Justiz und für Verbraucherschutz (2005): Berufsbildungsgesetz (BBiG). Online verfügbar unter: https://www.gesetze-im-internet.de/bbig_2005/BBiG.pdf

Dabbs, A.; Campbell A. (2004): The digital designer's bible. ILEX, United Kingdom.

Dabner, D. (2006): Das Grafikdesign-Buch. Grundlagen und Übungen. Stiebner Verlag GmbH, München.

Dabner, D.; Stewart, S.; Zempol, E. (2014): Graphic Design School. Thames & Hudson Ltd, London.

DLRG Landesverband Niedersachsen e.V. (2018): Dezentrale Ausbildungs- und Prüfungsmaßnahmen im Landesverband Niedersachsen. Online verfügbar unter: https://niedersachsen.dlrg.de/fileadmin/groups/8000000/Dokumente_ab_2017/Einsatz_2018/vorgabe_dezentrale_ausbildung_lv_nds_042018_01.pdf

Flückiger, B. (2008): Visual Effects. Filmbilder aus dem Computer. Schüren Verlag GmbH Marburg.

Frommberger, D. (2017): Der Betrieb als Lernort in der beruflichen Bildung – international Entwicklungen im Vergleich. Online verfügbar unter: http://www.bwpat.de/ausgabe32/frommberger_bwpat32.pdf

Gerds, P. (2001): Positionierung der gewerblich-technischen Berufsbildungswissenschaften im Studium der BerufspädagogInnen? In: Entwicklungsdimension der Berufsbildung (Fischer, Hg.). Sonderband zum 60. Geburtstag von F. Rauner. W. Bertelsmann Verlag, wbv, Bielefeld, Seite 241 ff.

Graver, A.; Jura, B. (2012): Designraster und Seiten-Layout. Grundprinzipien des Seitenlayouts verstehen und anwenden. Stiebner Verlag GmbH München

Hembree, R. (2006): The complete graphic designer: a guide to understanding graphics and visual communication. Rockport Publishers, Massachusetts.

Hintermaier, A. (2012): Ablaufplan bei der Erstellung von Videos. Pädagogisches Institut, Landeshauptstadt München.

Jenewein, K. (1998): Zur Theorie und Praxis der Lernortkooperation in der gewerblich-technischen Berufsausbildung. Verlag Neusäß.

Jenewein, K. (2013): Forschungen im Berufsfeld Elektrotechnik unter besonderer Berücksichtigung des Berufes „Systemelektroniker/-in“. In: Handbuch Berufsforschung (Hg. Pahl, Herkner). W. Bertelsmann Verlag GmbH (wbv), Bielefeld. Seiten 591ff.

Kremer, H. J.; Sloane, P. (2000): Lernfeldkonzept - erste Umsetzungsverfahren und Konsequenzen für die Implementierung. In: Lernen in Lernfeldern. Theoretische Analysen und Gestaltungsansätze zum Lernfeldkonzept. Eusl - Verlagsgesellschaft mbH, Markt Schwaben, S. 71ff.

Kultusministerkonferenz (2013): Rahmenlehrplan für die Ausbildungsberufe Mediengestalter Digital und Print und Mediengestalterin Digital und Print, Mediengestalter Flexografie und Mediengestalterin Flexografie.

Kultusministerkonferenz (2018): Handreichung für die Erarbeitung von Rahmenlehrplänen der Kultusministerkonferenz für den berufsbezogenen Unterricht in der Berufsschule und ihre Abstimmung mit Ausbildungsordnungen des Bundes für anerkannte Ausbildungsberufe.

Landesbetrieb Landwirtschaft Hessen (2013): Berufsbildung im Agrarbereich Hessen. Online verfügbar unter: <https://docplayer.org/30740380-Landesbetrieb-landwirtschaft-hessen-berufsbildung-im-agrarbereich-hessen.html>.

Meyer, H. (1987): Unterrichtsmethoden. 2 Bände (Bd. 1: Theorieband. Bd. 2: Praxisband.). Cornelsen Scriptor, Frankfurt am Main.

Ministerium für Arbeit, Invaliden und soziale Angelegenheiten (2008): Beschluss der Regelung des Curriculums der Mittelstufe der Berufslehre und der Oberstufe der Berufslehre.

Ministerium für Arbeit, Invaliden und soziale Angelegenheiten (2009): Curriculum für Grafikdesign auf Ebene der Oberstufe der Berufslehre nach der Regelung des Rahmenlehrplans für Berufsgruppe der Computer- und Informatiktechnologie.

Ministerium für Arbeit, Invaliden und soziale Angelegenheiten (2009): Curriculum für Grafikdesign auf Ebene der Mittelstufe der Berufslehre nach der Regelung des Rahmenlehrplans für Berufsgruppe der Computer- und Informatiktechnologie.

Ministerium für Arbeit, Invaliden und soziale Angelegenheiten (2009): Curriculum für Webdesign auf Ebene der Oberstufe der Berufslehre nach der Regelung des Rahmenlehrplans für Berufsgruppe der Computer- und Informatiktechnologie.

Ministerium für Arbeit, Invaliden und soziale Angelegenheiten (2009): Curriculum für Webdesign auf Ebene der Mittelstufe der Berufslehre nach der Regelung des Rahmenlehrplans für Berufsgruppe der Computer- und Informatiktechnologie.

Niethammer, M.; Storz, P. (2002): Arbeitsprozesswissen in der Chemiarbeit. In: Lernfeld Arbeitsprozess. Ein Studienbuch zur Kompetenzentwicklung von Fachkräften in gewerblich-technischen Aufgabenbereichen (Hg. Fischer/Rauner). Reihe: Bildung und Arbeitswelt, Band 6. Nomos Verlag Baden-Baden, Seite 113 ff.

Niethammer, M. (2006): Berufliches Lernen und Lehren in Korrelation zur chemiebezogenen Facharbeit. W. Bertelsmann Verlag, Bielefeld, Seite 502.

Niethammer, M.; Storz, P. (2010): Berufliche Fachrichtung Labortechnik/Prozesstechnik. In: Handbuch Berufliche Fachrichtungen (Hg. Pahl/Herkner). W. Bertelsmann Verlag, wbv, Bielefeld, Seite 491 ff.

Pahl, J. P.; Herkner, V. (Hg. 2013): Handbuch Berufsforschung. W. Bertelsmann Verlag, wbv, Bielefeld (Beiträge zu Domänen gewerblich-technischer Richtungen)

Pujagut, J.; Garcia, S.; Oliver, M. (2010): A graphic design project from start to finish. Index Book, Barcelona.

Rauner, F. (2005): Berufsbildungsforschung – eine Einführung. In: Handbuch Berufsbildungsforschung (Hg. Rauner), 1. Auflage. W. Bertelsmann Verlag, wbv, Bielefeld, Seite 9 ff.

Rauner, F. (2013): Von einer fragmentierten zu einer interdisziplinären Berufsforschung. In: Handbuch Berufsforschung (Hg. Pahl/Herkner). W. Bertelsmann Verlag, wbv, Bielefeld, Seite 132 ff.

Rauner, F. (Hg. 2018): Handbuch Berufsbildungsforschung. W. Bertelsmann Verlag, wbv, Bielefeld, 3. Auflage (Handbuch beinhaltet zahlreiche Beiträge zur aktuellen domänenspezifischen Berufsbildungsforschung)

Steiff, J. (2005): The Complete Idiot's Guide to Independent Filmmaking. Alpha Books.

Storz, P. (2005): Berufsbildungsforschung Chemietechnik. In: Handbuch Berufsbildungsforschung (Hg. Rauner). W. Bertelsmann Verlag, wbv, Bielefeld, 1. Auflage, Seite 155 ff.

Storz, P. (Hg. 2005): Arbeits-und Qualifikationsanforderungen in Handlungsfeldern der Biotechnologie (zus. mit Alex, E.). Monografie in der Reihe: Berufsbildung, Arbeit und Innovation, Bd.29. W. Bertelsmann Verlag, wbv, Bielefeld.

Storz, P. (2013): Berufsforschung im Bereich der Chemietechnik. In: Handbuch Berufsforschung (Hg. Pahl/Herkner). W. Bertelsmann Verlag, wbv, Bielefeld, Seite 579 ff.

Volkskongress (2005): Ausbildungsgesetz Vietnam.

Wulff, J.; Bender T. (2003): Lexikon der Filmbegriffe. Bender Verlag.

Liste der Abbildungen

Abbildung 1: Kategorie der Arbeitsschwerpunkte des Berufes Mediengestalter/in in Vietnam	21
Abbildung 2: Prozesskette des Handlungsfelds Grafikdesign für Print	24
Abbildung 3: Vom Kommunikationsproblem zur Lösung zum Grafikdesign	32
Abbildung 4: Induktive Struktur: von Schlussfolgerungen der Analyse zur Formalisierung...35	
Abbildung 5: Deduktive Struktur: von der Formalisierung zur Schlussfolgerung aus der Analyse	35
Abbildung 6: Prozesskette des Handlungsfelds Webdesign	38
Abbildung 7: Prozesskette des Handlungsfelds Digitalfilmherstellung	52
Abbildung 8: Das vietnamesische Berufsbildungssystem	92
Abbildung 9: Das Berufsbildungssystem Deutschlands	133
Abbildung 10: Zusammenwirken der Einflussfaktoren für einen Transfer eines neuen Curriculums in Vietnam	163
Abbildung 11: Klassifizierung des Berufs Mediengestalter/in Digital und Print in Vietnam	172
Abbildung 12: Klassifizierung des Berufs Mediengestalter/in Digital und Print in Deutschland	172

Liste der Tabellen

Tabelle 1. Reale Arbeiten von Unternehmen für Printmedien	76
Tabelle 2. Reale Arbeiten von Unternehmen für Webdesign	82
Tabelle 3. Reale Arbeiten von Unternehmen für Digitalfilmherstellung	87
Tabelle 4. Tabelle-Muster der Auflistung der Pflichtfächer, Lernzeit und Verteilung der Lernzeit	100
Tabelle 5. Tabelle-Muster der Auflistung der Wahlfächer, Lernzeit und Verteilung der Lernzeit	101
Tabelle 6. Tabelle-Muster der Prüfungsorganisation	102
Tabelle 7. Die bekanntesten Ausbildungseinrichtungen für Mediengestaltung Digital und Print in Vietnam	109
Tabelle 8. Reale Berufsausbildung des Berufes Mediengestalter Digital und Print in Vietnam	113
Tabelle 9. Auflistung der Pflichtfächer, Lernzeit und Verteilung der Lernzeit für Grafikdesign	121
Tabelle 10. Auflistung der Wahlfächer und –module, Lernzeit und Verteilung der Lernzeit für Grafikdesign	122
Tabelle 11. Prüfungsorganisation für Grafikdesign	123
Tabelle 12. Auflistung der Pflichtfächer und –module, Lernzeit und Verteilung der Lernzeit für Webdesign	127
Tabelle 13. Auflistung der Wahlfächer und –module, Lernzeit und Verteilung der Lernzeit für Webdesign	128
Tabelle 14. Prüfungsorganisation für Webdesign	130
Tabelle 15. Profile zu Grafikdesign für Print und Webdesign im Rahmenlehrplan KMK in Deutschland	170
Tabelle 16. Gemeinsamkeit der Berufsbildungsinhalte des Grafikdesigns für Print von Rahmenlehrplan in Deutschland und Curriculum in Vietnam	180
Tabelle 17. Gemeinsamkeit der Berufsbildungsinhalte des Webdesigns von Rahmenlehrplan in Deutschland und Curriculum in Vietnam	181

Tabelle 18. Unterschied der Berufsbildungsinhalte von Rahmenlehrplan in Deutschland und Curriculum in Vietnam	181
Tabelle 19. Zuordnung der Lernfelder im 1. Ausbildungsjahr	191
Tabelle 20. Zuordnung der Lernfelder im 2. Ausbildungsjahr	192
Tabelle 21. Zuordnung der Lernfelder zu den beruflichen Spezialisierungsrichtungen im 3. Ausbildungsjahr	193

Liste der Abkürzungen

BIBB	Bundesinstitut für Berufsbildung
BBiG	Berufsbildungsgesetz
ASEAN	Association of South East Asian Nations (Gemeinschaft der Südostasiatischen Staaten)
HwO	Handwerksordnung
BMBF	Bundesministerium für Bildung und Forschung
DQR	Deutscher Qualifikationsrahmen
KMK	Kultusministerkonferenz
IHK	Industrie- und Handelskammern
WTO	World Trade Organization
KMU	kleine und mittlere Unternehmen
ÜBS	Überbetriebliche Bildungsstätte
DLRG	Deutsche Lebens-Rettungs-Gesellschaft
AG BFN	Arbeitsgemeinschaft Berufsbildungsforschungsnetz
BBFI	Berufsbildungsforschungs-initiative
BIBB-FDZ	Forschungsdatenzentrum im Bundesinstitut für Berufsbildung
DGfE	Deutsche Gesellschaft für Erziehungswissenschaft
IT	Informatik Technologie
IKT	Informations- und Kommunikationstechnologien
2D	Zwei Dimensionen
3D	Drei Dimensionen
Pay-TV	Pay television (Bezahlfernsehen)
RGB	Red Green Blue (Rot Grün Blau)
CMYK	Cyan Magenta Yellow Black (Cyan Magenta Gelb Schwarz)
PDF	Portable Document Format
TIFF	Tagged Image File Format
GIF	Graphics Interchange Format
MH	Môn học (Fach)
MĐ	Mô đun (Modul)
ISO	International Organization for Standardization
VAA	Vietnam Advertising Association

Anlage A

Webseiten der untersuchten Unternehmen in den Handlungsfeldern des Mediengestalters

Medienunternehmen Sao Kim (2013): Professioneller Designprozess in Sao Kim. Online verfügbar unter: <http://thietkebaobi.vn/quy-trinh-thiet-ke-bao-bi-chuyen-nghiep-tai-sao-kim/> (Zugriff: 05.03.2019)

Medienunternehmen Uplevo (2017): Anleitung des Designprozesses. Online verfügbar unter: <http://www.uplevo.com/designbox/brochure-la-gi-huong-dan-thiet-ke-brochure-dinh-cao>, <http://www.uplevo.com/designbox/huong-dan-thiet-ke-to-roi> (Zugriff: 05.03.2019)

Medienunternehmen IN AN AZ (2018): Erfahrung des perfekten Designs. Online verfügbar unter: <https://inanaz.com.vn/kinh-nghiem-thiet-ke-to-roi.html> (Zugriff: 05.03.2019)

Medienunternehmen Angito (2018). Logo Design – Designprozess in Angito. Online verfügbar unter: <https://drive.google.com/file/d/19-AFZ7h4DLhn1tN4kUZj6s9hWAm02sis/view> (Zugriff: 05.04.2019)

Medienunternehmen DGS – DO HOA SO (2016): Professioneller Logodesignprozess – Marketingdesignprozess - Webdesignprozess - Verpackungsdesignprozess. Online verfügbar unter: <https://dgs.net.vn/quy-trinh-thiet-ke-logo-chuyen-nghiep/> (Zugriff: 05.03.2019)

Medienunternehmen ISTAR (2019): Erkundung der Gestaltung von Broschüren mit iStar. Online verfügbar unter: <https://brochure.vn/kien-thuc/brochure/tim-hieu-ve-thiet-ke-brochure-voi-istar-0> (Zugriff: 05.03.2019)

Medienunternehmen Brands Vietnam (2012): Wie ist das Verpackungsdesign? Online verfügbar unter: <https://www.brandsvietnam.com/congdong/topic/10375-Thiet-ke-bao-bi-thuc-pham-nhu-the-nao> (Zugriff: 05.03.2019)

Medienunternehmen ViamDesign (2017): Verpackungsdesignprozess für Lebensmittel. Online verfügbar unter: <https://viamdesign.vn/thiet-ke-bao-bi-nhan-mac-thuc-pham/> (Zugriff: 05.03.2019)

Medienunternehmen Bluesky (2018): Schritte zur Umsetzung des Broschürendesigns. Online verfügbar unter: <http://blueskyna.com/index.php/thiet-ke-sang-tao/cac-buoc-thuc-hien-thiet-ke-brochure-90.html>, <http://blueskyna.com/index.php/thiet-ke-sang-tao/quy-trinh-thiet-ke-to-roi-dep-92.html> (Zugriff: 05.03.2019)

Medienunternehmen Dmastudio (2016): Verpackungsdesignprozess. Online verfügbar unter: <https://www.dmastudio.vn/thiet-ke-bao-bi-nhan-mac-my-pham>,
<https://www.dmastudio.vn/thiet-ke-bao-bi-nhan-mac-thuc-pham> (Zugriff: 05.03.2019)

Medienunternehmen Vinh Thinh (2018): Dienstleistung des Designs von Logo, Profil, Verpackung. Online verfügbar unter: <http://vinhthinhcompany.vn/thiet-ke-logo-bid2.html>,
<http://vinhthinhcompany.vn/thiet-ke-profile-bid3.html>, <http://vinhthinhcompany.vn/thiet-ke-bao-bi-bid7.html> (Zugriff: 05.03.2019)

Medienunternehmen Thietkelogothuonghieu (2019): Professioneller Logodesignprozess. Online verfügbar unter: <https://thietkelogothuonghieu.com/quy-trinh-thiet-ke-logo/> (Zugriff: 05.03.2019)

Medienunternehmen Thietkelogoprovn (2016): Prozess des professionellen Katalog- und Profildesigns. Online verfügbar unter: <https://thietkelogo.pro.vn/tin-tuc/kien-thuc-thiet-ke/quy-trinh-thiet-ke-catalogue-profile-chuyen-nghiep> (Zugriff: 05.03.2019)

Medienunternehmen Logoaz Branding (2019): Design der Produktetikett - Design der Broschüre - Arbeitsprozess. Online verfügbar unter: <https://logoaz.vn/dich-vu/thiet-ke-tem-nhan-san-pham-chuyen-nghiep/>, <https://logoaz.vn/dich-vu/thiet-ke-brochure/>, (Zugriff: 05.03.2019)

Medienunternehmen Khai Nguyen (2013): Professioneller Logodesignprozess. Online verfügbar unter: <https://thietkekhainguyen.com/quy-trinh-thiet-ke-logo-chuyen-nghiep/> (Zugriff: 05.03.2019)

Medienunternehmen Bigsouth (2013): Professionelles Katalogdesign - Professioneller Katalogdesignprozess in Bigsouth. Online verfügbar unter: <http://bigsouthbrand.com/dich-vu/tai-lieu-marketing/thiet-ke-catalogue-chuyen-nghiep/> (Zugriff: 05.03.2019)

Medienunternehmen Adina (2019): Professioneller Plakatgestaltungsprozess. Online verfügbar unter: <https://adina.com.vn/thiet-ke-bien-bang/> (Zugriff: 05.03.2019)

Medienunternehmen Lavin (2013): Verpackungsdesign – Professioneller Verpackungsdesignprozess in Lavin. Online verfügbar unter: <https://lavin.vn/chi-tiet/thiet-ke-bao-bi-159.html> (Zugriff: 05.03.2019)

Medienunternehmen Thegioidohoa (2018): Arbeitsprozess. Online verfügbar unter: <https://thegioidohoa.com/thiet-ke-bao-bi-2018> (Zugriff: 05.03.2019)

Medienunternehmen Dac Hoa An (2017): Prozess der Verpackungsgestaltung und Produktion in Dac Hoa An. Online verfügbar unter: <http://dachoaan.com/quy-trinh-nhan-thiet-ke-va-san-xuat-bao-bi-tai-dac-hoa/> (Zugriff: 05.03.2019)

Medienunternehmen Hongthiennam (2018): Professioneller Logodesignprozess. Online verfügbar unter: <http://hongthiennam.com/quy-trinh-thiet-ke-logo/> (Zugriff: 05.03.2019)

Medienunternehmen Thanks (2018): Prozess des Brand-Designs. Online verfügbar unter: <https://thanks.com.vn/gioi-thieu-thanks/quy-trinh-thiet-ke-thuong-hieu/> (Zugriff: 05.03.2019)

Medienunternehmen Sinhvu (2019): Verpackungsdesignprozess. Online verfügbar unter: <http://sinhvu.com/thiet-ke-bao-bi/> (Zugriff: 05.03.2019)

Medienunternehmen Hani Cosmetic (2019): Prozess des Kosmetikverpackungsdesigns in Hani Cosmetic. Online verfügbar unter: <https://hani.vn/thiet-ke-bao-bi/> (Zugriff: 05.03.2019)

Medienunternehmen Freshbrand (2015): Professioneller Logodesignprozess – Verpackungs- und Marketingsdesign. Online verfügbar unter: <https://freshbrand.vn/bay-buoc-cua-mot-quy-trinh-thiet-ke-logo-chuyen-nghiep.html>, <http://freshbrand.vn/thiet-ke-bao-bi-va-marketing.html>, (Zugriff: 05.03.2019)

Medienunternehmen Chuyenthietke (2015): Professioneller Logodesignprozess. Online verfügbar unter: <https://chuyenthietke.com/quy-trinh-thiet-ke-logo-cong-ty-chuyen-nghiep> (Zugriff: 05.03.2019)

Medienunternehmen Alona (2017): Erkundung des Designprozesses der Broschüren. Online verfügbar unter: <http://alona.vn/tim-hieu-quy-trinh-thiet-ke-to-roi-nhu-nao-cho-an-tuong/> (Zugriff: 05.03.2019)

Medienunternehmen Erato (2017): Verpackungsdesign – Kreativitätprozess. Online verfügbar unter: <http://eratoagency.com/thiet-ke-bao-bi> (Zugriff: 05.03.2019)

Medienunternehmen Ohhadesign (2017): Prozess des Kosmetikverpackungsdesigns. Online verfügbar unter: <https://www.ohha.vn/thiet-ke-bao-bi-my-pham/> (Zugriff: 05.03.2019)

Medienunternehmen Vislogo (2019): Professioneller Logodesignprozess in Vislogo. Online verfügbar unter: <http://giaiphaplogo.com/quy-trinh-thiet-ke-logo-chuyen-nghiep/> (Zugriff: 05.03.2019)

Medienunternehmen Viet Solution (2019): Webdesignprozess. Online verfügbar unter: <https://www.vietsol.net/thiet-ke-website/quy-trinh-thiet-ke-web/> (Zugriff: 02.03.2019)

Medienunternehmen Non (2019): Design - Webdesignprozess. Online verfügbar unter: <http://non.vn/danh-muc-quy-trinh-thiet-ke-website-3.html> (Zugriff: 02.03.2019)

Medienunternehmen Trust.vn (2019): Webdesignprozess. Online verfügbar unter: <http://www.thietkeweb.com/thiet-ke-web/quy-trinh-thiet-ke-web.html> (Zugriff: 02.03.2019)

Medienunternehmen VNT Tech (2013): Webdesignprozess. Online verfügbar unter: <http://www.vnt.net.vn/Quy-trinh-thiet-ke-website.html> (Zugriff: 02.03.2019)

Medienunternehmen Maxdesign (2009): Webdesignprozess in Maxdesign. Online verfügbar unter: <http://maxdesign.vn/thiet-ke-website-chuyen-nghiep/15-chu-de-website-thiet-ke-website-chuyen-nghiep-voi-chu-de-giao-dien-dep-p1.html> (Zugriff: 02.03.2019)

Medienunternehmen Webanz (2015): Webdesignprozess. Online verfügbar unter: <http://webanz.vn/quy-trinh-thiet-ke-web> (Zugriff: 02.03.2019)

Medienunternehmen Blueway (2015): Webdesignprozess. Online verfügbar unter: <https://thuvientvc.files.wordpress.com/2015/08/blueway-website-quytrinh-110831.pdf> (Zugriff: 02.03.2019)

Medienunternehmen Hpro Digital (2019): Webdesignprozess. Online verfügbar unter: <http://hprodigital.com/quy-trinh-thiet-ke-website.html> (Zugriff: 02.03.2019)

Medienunternehmen Seotot.vn (2018): Professioneller Webdesignprozess. Online verfügbar unter: <http://seotot.vn/quy-trinh-chuan-thiet-ke-mot-website-chuyen-nghiep.html> (Zugriff: 02.03.2019)

Medienunternehmen Nhatdesign (2014): Webdesignprozess. Online verfügbar unter: <http://nhatdesign.com/qua-trinh-thiet-ke-website> (Zugriff: 02.03.2019)

Medienunternehmen ADC (2011): Webdesignprozess - Leitfaden für die Gestaltung der Webseite. Online verfügbar unter: <https://www.adcvietnam.net/cong-nghe/quy-trinh-thiet-ke-website-huong-dan-cac-buoc-xay-dung-website.htm> (Zugriff: 02.03.2019)

Medienunternehmen Webico (2015): Professioneller Webdesignprozess. Online verfügbar unter: <https://www.webico.vn/cac-buoc-quy-trinh-xay-dung-website-chuyen-nghiep-bai-ban/> (Zugriff: 02.03.2019)

Medienunternehmen Wordpress (2019): Webdesignprozess. Online verfügbar unter: <https://thietkewebwordpress.net/quy-trinh-thiet-ke-website/> (Zugriff: 02.03.2019)

Medienunternehmen Phong Kim (2018): Webdesignprozess. Online verfügbar unter: <http://www.phongkim.net/dich-vu-website/quy-trinh-thiet-ke-website.html> (Zugriff: 02.03.2019)

Medienunternehmen QTS (2019): Wie ist der Webdesignprozess in QTS? Online verfügbar unter: <https://giaodiendep.vn/tin-tuc/quy-trinh-thiet-ke-website-tai-cong-ty-qts-nhu-the-nao-31> (Zugriff: 02.03.2019)

Medienunternehmen Webso (2019): Webdesignprozess. Online verfügbar unter: <https://webso.vn/quy-trinh-thiet-ke-website> (Zugriff: 02.03.2019)

Medienunternehmen Thuong hieu tre (2019): Webdesignprozess. Online verfügbar unter: <https://thuonghieutre.vn/quy-trinh-thiet-ke-website.html> (Zugriff: 02.03.2019)

Medienunternehmen Megawyn (2019): Webdesignprozess. Online verfügbar unter: <http://megawyn.com/tu-van-khach-hang/quy-trinh-thiet-ke-website> (Zugriff: 02.03.2019)

Medienunternehmen ADT (2018): Professioneller Webdesignprozess nach Weltstandards. Online verfügbar unter: <https://skyweb.com.vn/quy-trinh-thiet-ke-website-chuyen-nghiep-theo-tieu-chuan-the-gioi-a458.html> (Zugriff: 02.03.2019)

Medienunternehmen Huho (2019): Webdesignprozess. Online verfügbar unter: <http://www.huho.vn/thiet-ke-website/quy-trinh-thiet-ke-website> (Zugriff: 02.03.2019)

Medienunternehmen Bizmac (2017): Webdesignprozess. Online verfügbar unter: <https://www.bizmac.com.vn/quy-trinh-thiet-ke-website.html> (Zugriff: 02.03.2019)

Medienunternehmen Vivicorp (2019): Prozess zur Entwicklung des Webdesignprojektes. Online verfügbar unter: <http://vivicorp.com/ho-tro/quy-trinh-du-an/> (Zugriff: 02.03.2019)

Medienunternehmen Esun (2012): Webdesignprozess. Online verfügbar unter: <http://esun.com.vn/thiet-ke-web/quy-trinh-thiet-ke-web.html24> (Zugriff: 02.03.2019)

Medienunternehmen Vipcom (2018): Webdesignprozess von Vipcom. Online verfügbar unter: <https://vipcom.vn/web/quy-trinh-thiet-ke-web.html> (Zugriff: 02.03.2019)

Medienunternehmen SVN (2015): Professioneller Webdesignprozess. Online verfügbar unter: <http://nguoilaptrinh.com/thiet-ke-website> (Zugriff: 02.03.2019)

Medienunternehmen Vinalink Media (2019): Professioneller Webdesignprozess. Online verfügbar unter: <http://www.thietkeweb.vn/quytrinh.htm> (Zugriff: 02.03.2019)

Medienunternehmen Tri Viet (2019): Webdesignprozess. Online verfügbar unter: <http://trivietit.net/quy-trinh-thiet-ke-website.html> (Zugriff: 02.03.2019)

Medienunternehmen SaiGonPixel Media (2014): Webdesignprozess. Online verfügbar unter: <http://saigonpixel.vn/quy-trinh-thiet-ke-website> (Zugriff: 02.03.2019)

Medienunternehmen Taodo (2015): Standard-Webdesignprozess. Online verfügbar unter: <http://taodo.com.vn/quy-trinh-thiet-ke-website-tieu-chuan/> (Zugriff: 02.03.2019)

Medienunternehmen Webtienich (2015): Webdesignprozess. Online verfügbar unter: <http://webtienich.vn/website/quy-trinh-thiet-ke-web/w2834.html> (Zugriff: 02.03.2019)

Medienunternehmen V&Avietnam (2019): Webdesignprozess. Online verfügbar unter: <http://www.vavietnam.com/quy-trinh-thiet-ke-website/> (Zugriff: 02.03.2019)

Medienunternehmen Webchuyennghiep (2012): Webdesignprozess. Online verfügbar unter: <https://webchuyennghiep.info/gioi-thieu/4/quy-trinh-thiet-ke-website.html> (Zugriff: 02.03.2019)

Medienunternehmen Life and Technology (2017): Hochqualifiziertes Webdesign von SEO – LAT in Hanoi. Online verfügbar unter: <https://www.lat.vn/thiet-ke-website-cao-cap> (Zugriff: 02.03.2019)

Medienunternehmen Canhcam (2015): Arbeitsprozess. Online verfügbar unter: <https://www.canhcam.vn/quy-trinh> (Zugriff: 02.03.2019)

Medienunternehmen Webgiare.net (2015): Webdesignprozess von Webgiare.net. Online verfügbar unter: <https://webgiare.net/thiet-ke-web/quy-trinh-lam-viec-webgiare.html> (Zugriff: 02.03.2019)

Medienunternehmen Ngoi Sao So (2008): Dienstleistung des Webdesigns. Online verfügbar unter: <http://www.ngoisao.so.vn/thiet-ke-web/> (Zugriff: 02.03.2019)

Medienunternehmen Cuu Long (2019): Perspektive – Strategie - Professioneller Webdesignprozess. Online verfügbar unter: <https://congtythietkewebsite.com.vn/wp-content/uploads/2017/03/web-profile.pdf> (Zugriff: 02.03.2019)

Medienunternehmen Vico Toan Cau (2019): Webdesignprozess. Online verfügbar unter: <http://vicoads.com/vi/ac94a34/quy-trinh-thiet-ke-website.html> (Zugriff: 02.03.2019)

Medienunternehmen Ketnoiviet (2019): Webdesign - Webdesignprozess. Online verfügbar unter: <https://ketnoiviet.net/thiet-ke-website/quy-trinh-thiet-ke-website-1.html> (Zugriff: 02.03.2019)

Medienunternehmen Highland (2019): Webdesignprozess von Highland Soft. Online verfügbar unter: <http://xpt.vn/thiet-ke-website/Tin-cong-nghe-thong-tin/Quy-Trinh-Thiet-ke-Website-cua-Highland-Soft-23.web> (Zugriff: 02.03.2019)

Medienunternehmen Topweb (2019): Webdesignprozess in Topweb. Online verfügbar unter: <http://www.thuonghieu24h.net/?mod=quytrinhtkw> (Zugriff: 02.03.2019)

Medienunternehmen Diemnhan (2016): Webdesignprozess in Diemnhan. Online verfügbar unter: <http://diemnhan.com.vn/quy-trinh-thiet-ke-website-tai-diem-nhan-2.html> (Zugriff: 02.03.2019)

Medienunternehmen Vietware (2010): Webdesignprozess. Online verfügbar unter: <http://vietwave.vn/article-170/quy-trinh-thiet-ke-web> (Zugriff: 02.03.2019)

Medienunternehmen Skyoss (2013): Webdesignprozess. Online verfügbar unter: <https://skyoss.net/Thiet-ke-website/Quy-trinh-thiet-ke-website> (Zugriff: 02.03.2019)

Medienunternehmen CMAY (2018): Webdesignprozess in CMAY. Online verfügbar unter: <https://cmay.vn/quy-trinh-thiet-ke-website-hoan-chinh-tai-cmay/> (Zugriff: 02.03.2019)

Medienunternehmen Otit (2019): Webdesignprozess. Online verfügbar unter: <http://otit.vn/quy-trinh-thiet-ke-web-sd30.html> (Zugriff: 02.03.2019)

Medienunternehmen Hoang Khoa (2017): Webdesignprozess. Online verfügbar unter: <http://www.hoangkhoa.com/ho-tro/quy-trinh-thiet-ke-web-134.html> (Zugriff: 02.03.2019)

Medienunternehmen Soka Media (2019): Webdesignprozess in Soka Media. Online verfügbar unter: <https://sokamedia.com/quy-trinh-thiet-ke-website-chuyen-nghiep-tai-sokamedia/> (Zugriff: 02.03.2019)

Medienunternehmen Tam Nguyen Media (2008): Webdesignprozess. Online verfügbar unter: <https://tamnguyen.com.vn/quy-trinh-thiet-ke-website-rao-vat.html> (Zugriff: 02.03.2019)

Medienunternehmen Digysky (2019): Webdesignprozess. Online verfügbar unter: <http://digisky.vn/dich-vu/quang-cao-website/quy-trinh-thiet-ke-website-digisky/66/chi-tiet.html> (Zugriff: 02.03.2019)

Medienunternehmen Trong Dong Media (2016): Werbefilmproduktion. Online verfügbar unter: <http://trongdongmedia.com/dich-vu/san-xuat-phim-quang-cao/> (Zugriff: 05.03.2019)

Medienunternehmen Vietstarmax (2019): Werbefilmproduktionprozess. Online verfügbar unter: <https://sanxuattvc.vn/phim-quang-cao>, <https://sanxuattvc.vn/phim-3d> (Zugriff: 05.03.2019)

Medienunternehmen Orient Dragon (2014): Werbefilmproduktionprozess. Online verfügbar unter: <http://lamphimquangcao.net/services/quy-trinh-lam-phim-quang-cao-17.html>, <http://www.lamphimquangcao.net/news/quy-trinh-lam-phim-quang-cao-53.html>, <http://orientdragon.net/quy-trinh-san-xuat-phim-hoat-hinh-quang-cao> (Zugriff: 05.03.2019)

Medienunternehmen Rainstorm (2019): Werbefilmproduktion. Online verfügbar unter: <http://www.rainstormfilm.com/lam-phim-quang-cao/> (Zugriff: 05.03.2019)

Medienunternehmen MAO (2019): Werbefilm- und Unternehmensfilmproduktionsprozess. Online verfügbar unter: <http://www.mao.vn/vi/san-xuat-phim-quang-cao> (Zugriff: 05.03.2019)

Medienunternehmen Ujet (2018): Werbefilmproduktionsprozess nach Weltstandard. Online verfügbar unter: <https://ujetmedia.com/quy-trinh-san-xuat-tvc-quang-cao-dat-chuan-quoc-te/>, <https://ujetmedia.com/san-xuat-tvc-quang-cao/> (Zugriff: 05.03.2019)

Medienunternehmen VSCCOM (2015): Dienstleistung der Werbefilmproduktion. Online verfügbar unter: <http://vsccom.vn/dich-vu-san-xuat-phim/quay-phim-quang-cao.html> (Zugriff: 05.03.2019)

Medienunternehmen Flypro (2019): Werbefilmproduktionsprozess. Online verfügbar unter: <https://flypro.vn/detail/cam-nang/quy-trinh-san-xuat-phim-quang-cao-tvc> (Zugriff: 05.03.2019)

Medienunternehmen Lua Viet Media (2016): Werbefilmproduktion. Online verfügbar unter: <http://luavietmedia.com/gioi-thieu/san-xuat-noi-dung-quang-cao/san-xuat-tvc/> (Zugriff: 05.03.2019)

Medienunternehmen Garden Media (2019): Werbefilmproduktion. Online verfügbar unter: <http://gardenmedia.vn/dich-vu/san-xuat-phim-quang-cao-tvc.html> (Zugriff: 05.03.2019)

Medienunternehmen Vietlink (2013): Professioneller Werbefilmproduktionsprozess. Online verfügbar unter: <http://sanxuatphimquangcaovideo.blogspot.com/2013/07/quy-trinh-san-xuat-tvc-chuyen-nghiep.html> (Zugriff: 05.03.2019)

Medienunternehmen Solution Group (2019): Professioneller Werbefilmproduktionsprozess. Online verfügbar unter: <http://solution.com.vn/san-xuat-tvc/quy-trinh-san-xuat-phim-3d-s234.html>, <http://solution.com.vn/san-xuat-tvc.html> (Zugriff: 05.03.2019)

Medienunternehmen REC (2018): Werbefilmproduktionsprozess. Online verfügbar unter: <http://sanxuatphim.vn/tin-tuc/quy-trinh-san-xuat-video-quang-cao>, <https://recmedia.vn/san-xuat-phim-quang-cao/> (Zugriff: 05.03.2019)

Medienunternehmen T&G Media (2019): T&G Media - Professioneller Werbefilmproduktionsprozess. Online verfügbar unter: <http://quayphimso.com/tg-media-san-xuat-tvc-chuyen-nghiep.html> (Zugriff: 05.03.2019)

Medienunternehmen Greenway (2017): Werbefilmproduktionsprozess nach Weltstandard. Online verfügbar unter: <https://www.greenway.com.vn/quy-trinh-san-xuat-tvc-quang-cao-theo-tieu-chuan-quoc-te/>, <https://www.greenway.com.vn/dich-vu/cong-ty-san-xuat-tvc-lam-phim-quang-cao-chuyen-nghiep/> (Zugriff: 05.03.2019)

Medienunternehmen Bigsouth (2016): Werbefilmproduktionsprozess. Online verfügbar unter: <http://bigsouthbrand.com/dich-vu/truyen-thong-da-phuong-tien/san-xuat-phim-quang-cao/> (Zugriff: 05.03.2019)

Medienunternehmen Trung Sam (2010): Filmproduktionsprozess. Online verfügbar unter: <https://tscd.vn/about-tscd/>, <http://tscd.vn/tien-trinh-thiet-ke-phim-motion-graphic/> (Zugriff: 05.03.2019)

Medienunternehmen Thoi Dai So (2019): Werbefilmproduktionsprozess. Online verfügbar unter: <http://www.thoidaiso.net/dich-vu/san-xuat-tvc-phong-su/> (Zugriff: 05.03.2019)

Medienunternehmen Diem Nhan (2016): Videoproduktionsprozess. Online verfügbar unter: <http://www.diemnhan.com.vn/quy-trinh-san-xuat-video.html> (Zugriff: 05.03.2019)

Medienunternehmen Brasol (2018): Werbefilmproduktionsprozess. Online verfügbar unter: <https://brasol.vn/dich-vu/quang-cao-truyen-hinh> (Zugriff: 05.03.2019)

Medienunternehmen Yourweb (2019): Professioneller Werbefilmproduktionsprozess. Online verfügbar unter: <https://yourweb.vn/quy-trinh-san-xuat-phim-quang-cao-tvc-chuyen-nghiep/> (Zugriff: 05.03.2019)

Medienunternehmen Producer.vn (2019): Videoproduktionsprozess. Online verfügbar unter: <https://producer.vn/quy-trinh-san-xuat-video> (Zugriff: 05.03.2019)

Medienunternehmen TVC Media (2019): Werbefilm- und Unternehmenfilmproduktionsprozess. Online verfügbar unter: <http://tvcmedia.net/quy-trinh-san-xuat-tvc-quang-cao-phim-gioi-thieu-doanh-nghiep-bid14.html> (Zugriff: 05.03.2019)

Medienunternehmen Quay Phim Viet (2019): Werbefilmproduktionsprozess nach Weltstandard. Online verfügbar unter: <https://quayphimviet.com/dich-vu/lam-phim-quang-cao-tvc/quy-trinh-san-xuat-tvc-chuan-quoc-te> (Zugriff: 05.03.2019)

Medienunternehmen Amaamedia (2018): Werbefilmproduktionsprozess. Online verfügbar unter: <http://amaamedia.com/san-xuat-phim/san-xuat-phim-quang-cao> (Zugriff: 05.03.2019)

Medienunternehmen Dolee (2018): Filmproduktion. Online verfügbar unter: <http://dolee3d.vn/products/>, <http://www.dolee3d.vn/c/muc-dich-va-cach-lam-mot-tvc-quang-cao-hoan-chinh-101-21.html> (Zugriff: 05.03.2019)

Medienunternehmen Sac Viet Media (2018): Werbefilmproduktionsprozess. Online verfügbar unter: <https://sacvietmedia.vn/quy-trinh-san-xuat-phim-quang-cao-tvc/> (Zugriff: 05.03.2019)

Medienunternehmen Dreamtime (2019): Dienstleistung des Filmproduktionsprozesses. Online verfügbar unter: <http://dreamtimevn.com/dich-vu/dich-vu-san-xuat-phim/> (Zugriff: 05.03.2019)

Anlage B

Webseiten der bekanntesten Ausbildungseinrichtungen für Mediengestaltung Digital und Print in Vietnam

Schule für Technologie und Kommunikation VnSkills (2019): Training. Online verfügbar unter: <http://vnskills.com/> (Zugriff: 10.03.2019)

FPT-Arena Ho Chi Minh Stadt (2018): Ausbildungsprogramme. Online verfügbar unter: <http://arena.fpt.edu.vn/chuong-trinh/> (Zugriff: 10.03.2019)

3DKID (2018): Kurse von Grafik 3DKID. Online verfügbar unter: <https://www.dohoa3dkid.vn/> (Zugriff: 10.03.2019)

Ausbildungseinrichtung für Informatik an der Universität für Naturwissenschaften (2019): Ausbildungsprogramme. Online verfügbar unter: <https://csc.edu.vn/> (Zugriff: 10.03.2019)

Enter Focus Academy (2015): Kurse der Computergrafik. Online verfügbar unter: <http://enterfocus.edu.vn/category/dao-tao/> (Zugriff: 10.03.2019)

Ausbildungszentrum VITA – Viet Tam Duc (2019): Startseite. Online verfügbar unter: <https://daotaolaptrinh.edu.vn/> (Zugriff: 10.03.2019)

VIET-GRAPHICS Multimedia (2015): Kurse der hochqualifizierten Computergrafik. Online verfügbar unter: <http://khaigiang.vn/dvdt/tt-do-hoa-cao-cap-viet-graphics-multimedia-2359.html> (Zugriff: 10.03.2019)

DHMotion Ausbildungszentrum (2014): Startseite. Online verfügbar unter: <https://hdmotion.edu.vn/> (Zugriff: 10.03.2019)

ITAXA (2019): Kurse für Grafikdesign. Online verfügbar unter: <http://itaxa.vn/index.php/dao-tao/day-thiet-ke-do-hoa> (Zugriff: 10.03.2019)

Sai Gon Grafik (2019): Bildungskurse. Online verfügbar unter: <https://dohoasaigon.com/khoa-hoc> (Zugriff: 10.03.2019)

Zentrum für Gestaltung und Informatik-Technologie der Hochschule für bildende Künste HCM Stadt (2018): Startseite. Online verfügbar unter: <http://polygon.vn/VN/>, <http://hcmufa.edu.vn/trung-tam/trung-tam-tin-hoc-va-thu-vien/> (Zugriff: 10.03.2019)

New Age Informatik – IDC (2016): Ausbildungsprogramme. Online verfügbar unter: <https://idc.edu.vn/thiet-ke-do-hoa.html> (Zugriff: 10.03.2019)

REDSUN Trainingszentrum (2016): Ausbildungsprogramme. Online verfügbar unter: http://www.redsun.edu.vn/chuong-trinh-dao-tao_1327.html (Zugriff: 10.03.2019)

Arena Multimedia Hanoi und Ho Chi Minh Stadt (2019): Ausbildungsprogramme. Online verfügbar unter: <https://www.arena-multimedia.vn/content/chuong-trinh-dao-tao.html>, <https://www.arena-multimedia.vn/content/hoc-thiet-ke-do-hoa.html>, <https://www.arena-multimedia.vn/content/hoc-lam-phim-hoat-hinh-3D.html> (Zugriff: 10.03.2019)

Green Academy (2019): Ausbildungsprogramme für Gestaltung im Computer. Online verfügbar unter: <http://greenacademy.edu.vn/khoa-hoc/thiet-ke.html> (Zugriff: 10.03.2019)

EduVie (2017): Ausbildungsprogramme. Online verfügbar unter: <http://eduvie.com.vn/khoa-hoc-dao-tao.html> (Zugriff: 10.03.2019)

Hoa Sen Ausbildungseinrichtung für Informatik (2019): Ausbildungsprogramme für Facharbeiter der Computergrafik. Online verfügbar unter: <http://upskill.vn/khoa-hoc/chuyen-vien-thiet-ke-do-hoa> (Zugriff: 10.03.2019)

Ausbildungszentrum DPI (2016): Ausbildungsprogramme. Online verfügbar unter: <http://www.dpicenter.edu.vn/> (Zugriff: 10.03.2019)

Nhat Nghe Informatikschulungszentrum (2019): Kurse der Grafik. Online verfügbar unter: <http://www.nhatnghe.com/khoahoc/dohoa> (Zugriff: 10.03.2019)

Technologische Mittelschule Hung Vuong (2017): Grafikdesign - Ausbildungsprogramm. Online verfügbar unter: <http://hungvuongtech.edu.vn/home/nghe-thiet-ke-do-hoa> (Zugriff: 10.03.2019)

Ispace (2019): Kurse für Facharbeiter für Computergrafik. Online verfügbar unter: <https://ispace.edu.vn/thiet-ke-do-hoa-sp401.html> (Zugriff: 10.03.2019)

Zone Media Education (2014): Startseite. Online verfügbar unter: <https://zonemedia.edu.vn/> (Zugriff: 10.03.2019)

Hocvietnam Zentrum (2014): Kurse für Computergrafik. Online verfügbar unter: <https://www.hocvietnam.com/khoa-hoc-do-hoa-ung-dung/> (Zugriff: 10.03.2019)

Zentrum Hochthietkedohoapro (2016): Ausbildungsprogramme. Online verfügbar unter: <http://hochthietkedohoapro.com/> (Zugriff: 10.03.2019)

FPT Polytechnic Danang (2017): Grafikdesign. Online verfügbar unter: <https://caodang.fpt.edu.vn/nganh-hoc/thiet-ke-do-hoa> (Zugriff: 10.03.2019)

Architektur- und Grafikzentrum Arch One (2019): Kurse für Facharbeiter für Computergrafik. Online verfügbar unter: <http://www.hieuhoc.com/khoahoc/chitiet/ky-thuat-vien-thiet-ke-do-hoa-trung-tam-kien-truc-do-hoa-archone> (Zugriff: 10.03.2019)

Hoa Sen College Danang (2015): Kurse für Kurzezeitbildung. Online verfügbar unter: <http://hsc.edu.vn/chuong-trinh-dao-tao/cac-khoa-ngan-han/> (Zugriff: 10.03.2019)