Mediamatiker, Mediamatikerin EFZ

Mediamatikerinnen und Mediamatiker erstellen Texte, Fotos, Videos und Tonaufnahmen und bereiten Informationen für vielerlei Kommunikationsmittel auf: von der Website über Social-Media-Kanäle bis zur interaktiven App. Dazu benutzen die Multimediaprofis unter anderem Informatikwerkzeuge wie zum Beispiel CSS, Javascript oder Bildbearbeitungsprogramme.

SDBB Verlag

Anforderungen

Ich bin kommunikationsstark
Mediamatikerinnen und Mediamatiker brauchen eine rasche Auffassungsgabe und Kommunikationsgeschick, um die Bedürfnisse der Kundschaft zu erfassen und umzusetzen. Auch um die eigenen Konzepte und Produkte zu erklären und zu verkaufen, müssen sie sich gut verständigen können.

Ich verfüge über technisches Verständnis
Die Berufsleute haben es nicht nur mit Tools und Applikationen, sondern auch mit medialen Hilfsmitteln wie Kameras oder Aufnahmegeräten zu tun. Diese wollen richtig gehandhabt und gepflegt sein.

Ich habe gestalterische Fähigkeiten
Auch bei digitalen Produkten spielt die Optik eine wichtige Rolle. Die Berufsleute müssen kreativ sein und Inhalte in ästhetisch ansprechender Form für die verschiedenen Medienkanäle aufbereiten.

Ich arbeite gerne mit anderen zusammen
Die Qualität der Arbeitsergebnisse wächst mit der Fähigkeit der Beteiligten, mit anderen zusammen zu tüfteln und zu optimieren. Mediamatikerinnen und Mediamatiker müssen Teamplayer sein.

Ich kann gut organisieren
Um ein digitales Produkt zu entwickeln, braucht es auch organisatorisches Geschick: Neben dem Termin- und Zeitmanagement sorgen die Berufsleute für geeignete Schauplätze sowie Akteurinnen und Akteure vor und hinter der Kamera.

Für die unterschiedlichen digitalen Arbeiten steht den Berufsleuten eine bunte Palette von Programmen zur Verfügung.

Arbeitsumfeld

Mediamatikerinnen und Mediamatiker arbeiten branchenübergreifend in Firmen und Organisationen unterschiedlicher Grössen, vom Kleinbetrieb bis zum multinationalen Konzern. Ihre Aufgaben sind an der Schnittstelle zwischen Marketing und Informatik angesiedelt. Die Arbeitsplätze befinden sich sowohl in Grossraumbüros von Kommunikationsabteilungen wie auch in Coworking-Spaces oder Fotostudios. Je nach Aufträgen können Selbstständige auch völlig ortsunabhängig arbeiten, als so genannte «digitale Nomaden».

Abwechslung durch Ausseneinsätze
Die Berufsleute sind für externe Kundenkontakte oder Kooperationen mit Fachleuten aus anderen Richtungen bisweilen auch abseits von ihrem fixen Arbeitsplatz unterwegs. Es können Ausseneinsätze für Foto-, Film- oder Tonaufnahmen an Events oder Drehorten anfallen. Solche Einsätze erfordern manchmal auch zeitliche Flexibilität.

Ausbildung EFZ

Voraussetzung
Abgeschlossene Volksschule

Dauer
4 Jahre

Lehrbetrieb
KMU und Grossbetriebe aus sämtlichen Branchen und aus der Verwaltung

Berufsfachschule
Die Lernenden besuchen in den ersten drei Lehrjahren an 2 Tagen pro Woche die Berufsfachschule, im vierten Lehrjahr an 1 Tag pro Woche.
Themen: Produzieren von digitalen Medieninhalten, Gestalten von Medieninhalten, Entwickeln und Umsetzen von Marketing- und Kommunikationsmassnahmen, Mitwirken in der Betriebsadministration, Einsetzen von Informations- und Kommunikationstechnologien (ICT), Führen von einfachen Projekten. Hinzu kommen der allgemeinbildende Unterricht sowie Marketingfachsprache, Betriebskommunikation, eine zweite Landessprache, Englisch und Sport.

Je nach Ausbildungsbetrieb absolvieren die Lernenden bei bereits bestehendem Lehrvertrag ein so genanntes Basislehrjahr an einem Berufsbildungszentrum, wo bereits die wichtigsten Grundkenntnisse für den Einstieg ins 2. Lehrjahr vermittelt werden.

Überbetriebliche Kurse
Die überbetrieblichen Kurse (üK) umfassen insgesamt 25 Tage und finden blockweise statt. In den Kursen üben und vertiefen die Lernenden ihre praktischen Fähigkeiten.

Abschluss
Eidg. Fähigkeitszeugnis
«Mediamatikerin, Mediamatiker EFZ»

Berufsmaturität
Bei sehr guten schulischen Leistungen kann während oder nach der beruflichen Grundbildung die Berufsmaturitätsschule besucht werden. Die Berufsmaturität ermöglicht das Studium an einer Fachhochschule, je nach Richtung prüfungsfrei oder mit Aufnahmeverfahren.

Konzepte diskutieren Mediamatikerinnen und Mediamatiker gerne im Team.

Sarah Balsiger
20 Jahre, Mediamatikerin EFZ im 4. Lehrjahr, arbeitet bei einem grossen Verwaltungsbetrieb

«Wer nicht dazulernt, hat schon verloren»

Sarah Balsiger weiss, wie digitale Kommunikation geht. Sie skizziert Storyboards, schneidet Filme und programmiert Animationen.

Auf ihrem Grossbildschirm hat Sarah Balsiger gerade das Schnittprogramm mit sechs verschiedenen Bild- und Audiospuren vor sich. Sie will einem Imagefilm über das Rechenzentrum des Bundes den letzten Schliff verpassen. «Ein Satz im Off-Ton wurde ein wenig zu früh abgeschnitten. Das muss ich noch korrigieren», erklärt sie.

Filmen mit der Drohne

Sobald der Film perfekt läuft, exportiert sie die Datei aus dem Schnittprogramm in ein mp4-File. Bald wird der Beitrag auf der Website ihres Arbeitgebers publiziert sein.
Der Film dauert etwa fünf Minuten. Er erklärt, was mit den Daten passiert, wenn Personen an der Schweizer Grenze ihren Ausweis vorzeigen. Für Aussenaufnahmen über dem Zoll oder über dem Rechenzentrum des Bundes haben Sarah Balsiger und ein jüngerer Kollege auch mit einer Drohne gefilmt. «Dass man so eine zur Verfügung hat, ist aber noch die Ausnahme», hält die Lernende fest. Weitere Teile des Films bestehen aus kurzen Erklär-Animationen. Wie die Sicherheit im Rechenzentrum funktioniert, illustriert Sarah Balsiger anhand einer animierten Grafik: Der Bügel eines Bügelschlosses bewegt sich einige Sekunden lang.
Für solche Animationen braucht sie das Programm «After Effects».
Die angehende Mediamatikerin arbeitet mit vier weiteren Lernenden im «Mediamatik-Studio». Dieses befindet sich im siebten Stock eines Hochhauses mit tausend Mitarbeitenden. Hier verfügt das junge Team über Film- und Fotokameras, Audio-Equipment sowie über sämtliche elektronische Hard- und Software. Den Umgang mit all diesen Tools hat Sarah Balsiger bereits während des Basislehrjahrs gelernt. «Dadurch war ich schon beim Eintritt in den Betrieb gut gerüstet», erinnert sie sich. Die «Digital Native» kannte sich aber schon vorher gut aus. «Für meine Bewerbung habe ich ein kurzes Bewerbungsvideo gedreht», erzählt sie. Die Lernenden dokumentieren für den Verwaltungsbetrieb Events oder fotografieren monatlich die neuen Mitarbeitenden.

Am Anfang eines Projekts steht oft ein telefonisches Briefing.

Erklärvideos statt Anleitungstexte

Vor allem aber illustrieren sie Projekte für die interne Kommunikation oder erklären neue IT-Anwendungen. «Heutzutage schaut man viel lieber ein kurzes Video auf Youtube, statt eine ewig lange Anleitung durchzulesen», sagt Sarah Balsiger.
Die 20-Jährige hat ihre Lehre schon bald abgeschlossen. «Als nächstes möchte ich Erfahrungen in der Privatwirtschaft sammeln», verrät sie. Sie weiss, dass sie sich in ihrem Beruf laufend weiterbilden muss: «Wer nicht dazulernt, hat schon verloren», hält sie fest.

Das Leben von Usern vereinfachen

Simon Caminada begleitet als gelernter Mediamatiker digitale Projekte vom Kick-off bis zur Übergabe der fertigen Produkte.

Simon Caminada
23 Jahre, Mediamatiker EFZ bei einer digitalen Kreativagentur

Wo Simon Caminada arbeitet, herrscht Startup-Stimmung. Seit zwei Jahren ist er bei einer digitalen Kreativagentur dabei, die nicht lange zuvor gegründet wurde. Der 23-Jährige senkt das Durchschnittsalter der jungen Crew dabei nicht wesentlich. «Bis heute bin ich dankbar, in diesem innovativen kleinen Team aufgenommen worden zu sein», freut sich der junge Mediamatiker.

Papier, Laptop und Programme

Simon Caminadas Arbeitsplatz befindet sich an einem grossen Tisch im Grossraumbüro eines Technoparks. Er sitzt inmitten einer Gruppe anderer Digitalprofis, umgeben von Maus- und Tastaturgeklicke. «Mein wichtigstes Arbeitsgerät ist sicher der Laptop», stellt Simon Caminada fest, «für Skizzen kommen aber auch Papier, Stift und Tablet zum Einsatz.» Daneben arbeitet der Mediamatiker mit zahlreichen IT-Werkzeugen. Dazu gehören sämtliche üblichen Grafik- und Textprogramme, zum Skizzieren insbesondere das Webdesign-Tool «Sketch». Als Programmiersprachen nutzt Simon Caminada häufig Python oder PHP. «Man ist schnell in verschiedenen Sprachen drin, wenn man einmal die Grundlagen der Programmierung kennt», erklärt er dazu.
«Am liebsten kreiere ich Apps, Webplattformen oder ganz neue Business-Modelle», verrät der Mediamatiker.
Bei seinen Projekten erfasst Simon Caminada an einem Kickoff-Meeting zuerst die Kundenbedürfnisse. Danach entwickelt er im Team verschiedene Ideen und baut das Gerüst für das neue IT-Produkt in Form von digitalen Wireframes. Anschliessend begleitet der begeisterte Programmierer auch bei der digitalen Auskleidung des neuen Produkts, beim so genannten User Interface- und Motion-Design – also bei der Gestaltung der später sichtbaren Oberfläche.
Ziel von alledem ist stets eine zufriedene Kundschaft: «Es reizt mich, mich in die Perspektive der User zu versetzen und deren Leben und Arbeit einfacher und effektiver zu machen», betont Simon Caminada.

Kreative Lösungen im Team

Ein Beispiel dafür ist eine von der Kreativagentur produzierte Webplattform, die das Buchen von Taxis vereinfacht: «Ich habe dafür ein Modul programmiert, durch das Taxibetriebe in nur fünf Schritten ihr Angebot erfassen, präsentieren und verkaufen können», sagt Simon Caminada.
Hinter einem solchen Ergebnis können allerdings ganze Wochen stecken, welche die Profis mit Entwicklung, Tests und Verbesserungen verbringen. In solchen Phasen kann sich der Mediamatiker auf eine besondere Stärke seines Teams verlassen.
Er weiss aus Erfahrung: «Durch die nahtlose Zusammenarbeit finden sich stets kreative Lösungen.»

Projektpräsentationen gehören zum Alltag der Mediamatikerinnen und Mediamatiker.

Viele Arbeitsstunden verbringen die Berufsleute vor dem Bildschirm beim Programmieren und Designen.

Kundenkontakt Für Mediamatik-Projekte braucht es den regelmässigen Austausch mit der Kundschaft. Die Berufsleute erfassen Bedürfnisse, präsentieren Konzepte und erklären ihre Produkte.

Inhalte bearbeiten Mediamatikerinnen und Mediamatiker bringen die Inhalte in die richtige Form. Dazu benutzen sie unter anderem Videoschnittprogramme.

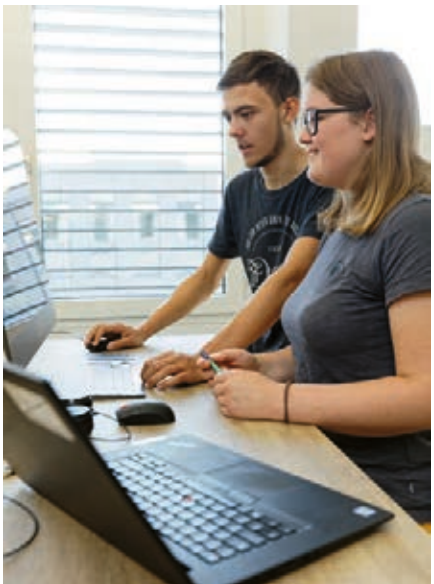
Inhalte erstellen Für digitale Kommunikationsmittel erzeugen die Berufsleute Inhalte teilweise selber: zum Beispiel Fotos von Mitarbeitenden für die Firmen-Website.

Websites oder Applikationen produzieren Am Bildschirm fügen Mediamatikerinnen und Mediamatiker die Inhalte zusammen oder programmieren Anwendungen.

Datenmanagement Je nach Verwendungszweck der neuen Anwendung müssen auch Datenbanken verwaltet werden. Dafür kommt hochspezialisierte Software zum Einsatz.

Austausch unter Fachpersonen In der Konzeptphase, aber auch bei der Feinprogrammierung fördert der teaminterne Austausch kreative Lösungen.

Projektadministration Jedes Projekt muss auch gut organisiert werden. Für Terminvereinbarungen, zur Vergabe externer Aufträge oder für Sitzungen nutzen die Berufsleute häufig Internet-Telefonie.



Produktübergabe Am Ende eines Projekts erklären die Berufsleute den künftigen Benutzern, wie die neuen Tools zu handhaben sind.

Arbeitsmarkt

Schweizweit schliessen pro Jahr rund 500 Lernende ihre berufliche Grundbildung als Mediamatikerin oder Mediamatiker EFZ ab. Der Bedarf an ausgebildeten Berufsleuten ist hoch.

Vielseitige Perspektiven

Es bestehen Spezialisierungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten in Richtung Wirtschaft, Technik und Gestaltung: Mögliche Fachrichtungen sind beispielsweise Marketing, Medientechnik, Content Creation, Künstliche Intelligenz, Informatik, Webdesign oder Animation. Auch die Berufstätigkeit als Selbstständige/r steht offen.

Weitere ICT-Berufe

In der Welt der Informations- und Kommunikationstechnologie gibt es weitere berufliche Grundbildungen:

Informatiker/in EFZ Plattformentwicklung
Sie sind Fachleute für den Aufbau, Betrieb und die Wartung von ICT-Infrastrukturen und sorgen dafür, dass Netzwerke, Server und Systeme stabil und sicher laufen.

Informatiker/in EFZ Applikationsentwicklung
Sie entwickeln und programmieren Softwarelösungen, passen bestehende Anwendungen an und testen diese, damit sie reibungslos genutzt werden können.

Entwickler/in digitales Business EFZ
Sie verbinden IT-Know-how mit betriebswirtschaftlichem Denken, analysieren Geschäftsprozesse und gestalten digitale Lösungen, die den Alltag von Unternehmen und Kunden erleichtern.

ICT-Fachmann/-Fachfrau EFZ
Sie installieren, konfigurieren und warten Geräte und Apps in Unternehmen und Organisationen. Ausserdem schulen sie die User und helfen bei Problemen.

Mehr Informationen

www.berufsberatung.ch, für alle Fragen rund um Lehrstellen, Berufe, Aus- und Weiterbildungen

www.ict-berufsbildung.ch, Informationen zu allen Aus- und Weiterbildungen im ICT-Bereich

www.berufsberatung.ch/lohn, alles zum Thema Lohn

Weiterbildung

Einige Möglichkeiten nach dem EFZ:
Kurse: Angebote von höheren Fachschulen HF und Verbänden
Berufsprüfung (BP) mit eidg. Fachausweis: AI Business Specialist, Multimedia Content Creator, Techno-Polygraf/in, Wirtschaftsinformatiker/in, ICT-Application Development Specialist
Höhere Fachprüfung (HFP) mit eidg. Diplom: Web Project Manager/in
Höhere Fachschule HF: Marketingmanager, Techniker/in Medien, Informatiker
Fachhochschule FH: Bachelor of Science in Medieningenieurwesen, Informationswissenschaft, Informatik oder Wirtschaftsinformatik, Bachelor of Arts in visueller Kommunikation.

Foto: © shutterstock.com/Gorodenkoff

Multimedia Content Creator BP

Diese Fachleute arbeiten in Unternehmen mit eigenen Kommunikationsabteilungen, in Agenturen, Medienhäusern oder Produktionsfirmen. Sie sind verantwortlich für die Entwicklung und Umsetzung von Content-Strategien und berücksichtigen dabei die Anforderungen der jeweiligen Kanäle.

Bachelor of Arts (FH) in Wirtschaftsinformatik

Wirtschaftsinformatikerinnen und -informatiker FH übernehmen anspruchsvolle Projektleitungs- und Managementaufgaben bei Informatikdienstleistern, Software-Herstellern, Unternehmensberatungen und Firmen aller Branchen. Mit professionellen IT-Lösungen tragen sie zur Effizienz von Geschäftsprozessen bei.

Impressum

2. aktualisierte Auflage 2025

© 2025 SDBB, Bern. Alle Rechte vorbehalten.

ISBN 978-3-03753-493-9

Herausgeber:
Schweizerisches Dienstleistungszentrum Berufsbildung | Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung SDBB
SDBB Verlag, www.sdbb.ch, info@sdbb.ch.
Das SDBB ist eine Fachagentur der Kantone (EDK) und wird vom Bund (SBFI) unterstützt.

Recherche und Texte: Susanne Birrer, SDBB
In Zusammenarbeit mit: Matthias Bauhofer, ICT Berufsbildung; Brigitte Schneiter-von Bergen, text-bar **Fotos:** Iris Krebs, Bern; Claudia Lutz, Sugiez; shutterstock.com/Gorodenkoff **Grafik:** Eclipse Studios, Schaffhausen **Realisierung:** Roland Müller, SDBB **Druck:** Haller + Jenzer, Burgdorf

Vertrieb, Kundendienst:
SDBB Vertrieb, Industriestrasse 1, 3052 Zollikofen
Telefon 0848 999 001, vertrieb@sdbb.ch,
www.shop.sdbb.ch

Artikel-Nr.:
FE1-3041 (Einzelex.), FB1-3041 (Bund à 50 Ex.).
Dieses Faltblatt gibt es auch in Französisch.

Wir danken allen beteiligten Personen und Firmen ganz herzlich für ihre Mitarbeit. Mit Unterstützung des SBFI.

Die kantonalen Berufs-, Studien- und Laufbahnberatungen

Swissdoc: 0.561.13.0