Die Jobs von morgen

Data Scientist, App-Entwickler und Social Business Berater: Welche Berufsbilder in Zukunft gefragt sind.

Von Sophia Freynschlag

Wien. Die Digitalisierung und die damit einhergehende Datenflut bringen neue Berufsbilder hervor – die „Wiener Zeitung" hat sich umgehört, welche Qualifikationen in Zukunft gefragt sind. In der IT- und Kommunikationsbranche werden Datenspezialisten benötigt, betonen mehrere Firmenchefs. „Der Data Scientist gehört mit Sicherheit zu einem der gefragtesten Berufe der kommenden Jahre", sagt Franz J. Kolostori, Geschäftsführer von Eyepin, einem Anbieter von E-Mail-Marketing-Software in Wien. Vor dem Hintergrund einer Datenflut müssten Daten richtig interpretiert und die Ergebnisse der Analyse gewinnbringend eingesetzt werden.

Mit Data Scientists schneller auf Trends reagieren

Data Scientists filtern aus den teils unstrukturierten Daten nützliche Informationen und bearbeiten diese auf. Ihre Klassifikationen und Prognosen ermöglichen individualisierte Angebote für Kunden, ein schnelleres Reagieren auf Veränderungen und Trends, effizientere Geschäftsprozesse sowie vorausschauendes Handeln und Planen. Während diese Spezialisten in den USA bereits seit geraumer Zeit gefragt seien, stecke die Entwicklung dieses Berufes in Europa noch in den Kinderschuhen, so Kolostori. Ausbildungsmöglichkeiten gibt es bisher nur wenige. Data Scientists brauchen eine mathematische Ausbildung sowie technische Kenntnisse, sie müssen aber auch das Business im Detail verstehen.

Auch im E-Commerce wird vor allem die Analyse, Verknüpfung und Interpretation von Daten immer wichtiger, wodurch neue Jobs entstehen, sagt Georg Glinz, Unternehmenssprecher der Unito-Gruppe mit den Marken Otto, Universal und Quelle. Weil der Versandhändler Unito in diesem Geschäftsjahr mehr als 80 Prozent der Umsätze im Internet erzielt, werden in den nächsten 12 bis 18 Monaten zwischen 20 und 30 neue Mitarbeiter – vor allem im Online-Marketing, im E-Commerce, in Business Intelligence und Einkauf – eingestellt.

Karriere & Management

Die Anforderungen an Bewerber werden spezifischer, eine adäquate Ausbildung gibt es oft nicht dafür. „Unsere Branche ändert sich schneller, als dies aktuell vom Bildungssystem antizipiert wird", sagt Glinz. Dadurch müssten die Unternehmen selbst zunehmend ihre Mitarbeiter für ihre Aufgaben schulen.

Eine steigende Nachfrage nach hochqualifizierten, spezialisierten App-Entwicklern erwartet Michael Suitner, Gründer und Geschäftsführer von Secure Payment Technologies: Für die Smartphone-Bezahlapp Vero Pay sucht Suitner derzeit vor allem App-Entwickler, die sowohl benutzerfreundliche als auch sichere Applikationen programmieren können. Da sich die Anforderungen und das Umfeld im Bereich mobiles Bezahlen so schnell ändern, „ist es schwer, rein mit einer universitären Ausbildung das Auslangen zu finden", sagt Suitner. Umso wichtiger sei es, dass das Unternehmen Weiterbildungsangebote zur Verfügung stelle. Auch im Bereich der Kommunikation zwischen zwei Maschinen werden künftig Experten gefragt sein, erwartet Suitner.

Benjamin Ruschin, Leiter des Digital-Dienstleisters und -Beraters Vienna Digital, betont ebenfalls die Bedeutung von außeruniversitären Ausbildungen und Workshops: „Die Forschung hinkt grundsätzlich zwei bis drei Jahre der Praxis hinterher." In seinem Unternehmen spielen die Ausbildung und Zertifikate von Bewerbern kaum eine Rolle: „Bei der Einstellung von neuen Social Media Managern konzentrieren wir uns eher auf die praktische Erfahrung und Skills der Person."

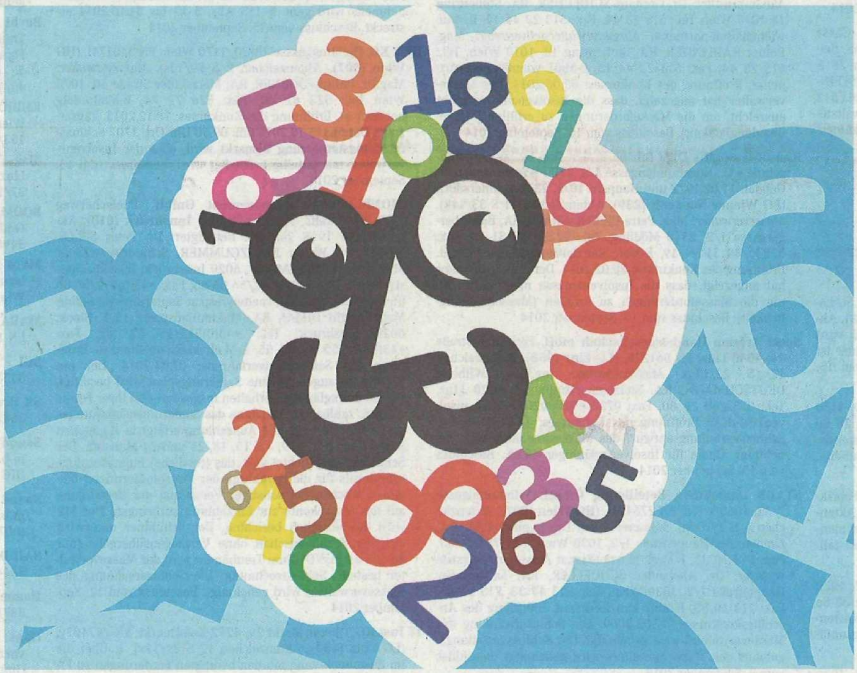
Vor allem das eigenverantwortliche „am Ball bleiben" in Hinblick auf die neuesten Technologien sei ein wesentlicher Faktor, sagt Harald Winkelhofer, Chef der Mobile Marketing Agentur IQ mobile und Präsident der Mobile Marketing Association Austria (MMA): „Recherchieren, aktives Lesen und dieses neue Wissen dann mit den Kollegen zu teilen, prägt das tägliche Business."

Neben Mobile Marketing Managers werden Generalisten mit digitalem Marketingwissen gesucht, die sowohl Verständnis für technische Themen sowie für Kommunikationsthemen mitbringen, um Kunden zu beraten, sagt Winkelhofer. „Das Ausbildungsangebot im Bereich Mobile Marketing ist in Österreich aber auch im gesamten deutschsprachigen Raum sehr dürftig bis gar nicht vorhanden." Auf der Fachhochschule St. Pölten wird erstmals in Kooperation mit der MMA ein eigener Lehrgang zu Mobile Marketing Management angeboten.

Ein neuer Beruf entsteht mit dem Social Business Berater, heißt es von der Agentur Ambuzador. Dieser entwickelt Methoden, um Impulse aus den Communities in die Markenführung einzubinden und Geschäftsprozesse darauf auszurichten.

„Zu wenige Lehrbetriebe in der Kreativbranche"

Neben Akademikern braucht es in der IT- und Kreativbranche auch „Indianer". Die Obfrau der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation der Wirtschaftskammer Wien, Birgit Kraft-Kinz, verweist darauf, dass der Lehrberuf „Medienfachmann/-frau" und seine Lehrinhalte bisher zu wenig bekannt seien. Aktuell sind 470 Medienfachmänner/-frauen in Ausbildung, davon 145 in Wien. Kraft-Kinz: „Die Kreativbranche bietet derzeit zu wenige Lehrbetriebe. Die Lehrlingslücke ist enorm – es gibt sehr viel mehr Interessenten als angebotene Lehrstellen." ■



Nützliche Informationen aus der Datenflut sollen Data Scientists herausholen. Foto: fotolia/sabonisr