

*Apps, Netzwerke und Plattformen im Internet verändern auch die Arbeitswelt. Der Münchner Social-Media- & Digital-PR-Berater Lukas Adda (thedigitalguide.net) erklärt fünf Berufe mit Zukunft*

# Welche **KARRIERE-CHANCEN** uns Facebook serviert

**DER JOB:**

**MEME SPECIALIST**

Als Web-Trendscout sucht man im Netz nach neuen Internetphänomenen (engl. „meme“). Daraus kann das eigene Unternehmen dann Ideen und Kampagnen entwickeln. **Was man dafür braucht:** Kommunikationsstudium plus Volontariat oder Trainee-Programm, etwa in einer PR-Agentur. Unerlässlich: Trendgespür, sehr gute Englischkenntnisse, extrem gute Einbindung in Netzwerke. Ideal für *early adopters*, also alle, für die neue Technologien sofort zum Leben gehören.

**DER JOB:**

**SEO CONSULTANT**

Als „Berater zur Suchmaschinenoptimierung“ weiß man, wie man Webseiten so aufbereitet, dass sie von Google & Co. sofort gefunden werden, definiert dafür die richtigen Keywords und beobachtet den Markt. **Was man dafür braucht:** Studium in Wirtschaft, Marketing, Informatik o. ä. Man ist mit allen Google-Produkten und neuesten Webtechnologien vertraut und hat zwei Jahre Erfahrung in einer Online- oder SEO-Agentur.

**DER JOB:**

**ACCOUNT EXECUTIVE ONLINE**

Als Kundenberater begleitet man Online-Projekte von Anfang bis Ende, kümmert sich um Kosten, Abgabetermine, Qualität und den Kontakt zum Auftraggeber. **Was man dafür braucht:** Kommunikationsstudium plus Volontariat oder Trainee-Programm. Man sollte sich bestens mit dem Internet und seinen digitalen Neuheiten auskennen, gern mit Menschen und im Team arbeiten.

**DER JOB:**

**SOCIAL APP DEVELOPER**

Man entwickelt Games und Programme für Smartphones, iPad und soziale Netzwerke. **Was man dafür braucht:** Studium der Medienwissenschaften/Informatik. Zwei Jahre Erfahrung in Online- oder Social-Media-Agenturen,

Kreativität, Kenntnisse aktueller Programmiersprachen und Webtechnologien.

**DER JOB:**

**CHIEF LISTENING OFFICER**

Man pflegt die Unternehmensdarstellung über Facebook/Twitter, beobachtet, wie sich die Konkurrenz präsentiert, gleicht aus, wenn mal Schlechtes über die Firma gepostet wird, und vermittelt Kollegen den richtigen Umgang mit Social Media. **Was man dafür braucht:** Wirtschafts- oder Marketingstudium plus Volontariat oder Trainee-Programm, Leitungserfahrung in einer Marketing- oder PR-Abteilung. Man besitzt Trendgespür, ist gut vernetzt, kann gut führen, argumentieren, sich durchsetzen.

