



Katalog der Beurteilungskriterien für die individuelle praktische Arbeit (IPA) im Qualifikationsverfahren

Mediamatiker/in EFZ BiVo 2019

Gültig ab 01.01.2025 / Version 3.0



Kriterienkatalog Qualifikationsverfahren Mediamatiker/in EFZ BiVO 2019

Version vom 18. September 2024

Inhaltsverzeichnis

Fachkompetenz.....	3
PM und Arbeitsjournal	8
Dokumentation	11
Präsentation.....	14
Fachgespräch	16
Anhang A: Individual-Kriterien	17

Gewichtung:

- Ausführung und Resultat der Arbeit: 50%
- Dokumentation: 20%
- Präsentation und Fachgespräch: 30%



Fachkompetenz

101	Zielsetzungen (doppelte Gewichtung)
Gütestufe 3	<ol style="list-style-type: none">1. Die Zielsetzungen der IPA sind gemäss Aufgabenstellung erfüllt.2. Die Zielsetzungen sind in guter Qualität erfüllt.3. Die Zielüberprüfung ist durchgeführt und dokumentiert.4. Allfällige Abweichungen sind begründet.
Gütestufe 2	Drei Punkte sind erfüllt.
Gütestufe 1	Zwei Punkt ist erfüllt.
Gütestufe 0	Weniger als zwei Punkte sind erfüllt.

102	Produkt (doppelte Gewichtung)
Gütestufe 3	<ol style="list-style-type: none">1. Das Produkt ist fachgerecht und nach aktuellen Standards erstellt.2. Die definierten Vorgaben sind eingehalten.3. Das Produkt weist eine sehr hohe Qualität auf.
Gütestufe 2	Zwei Punkte sind erfüllt.
Gütestufe 1	Ein Punkt ist erfüllt.
Gütestufe 0	Kein Punkt ist erfüllt.



103	Funktionsfähigkeit und Praxistauglichkeit (doppelte Gewichtung)
Gütestufe 3	<ol style="list-style-type: none">1. Das Produkt oder der Prozess ist funktionsfähig und technisch einwandfrei.2. Das Produkt ist praxistauglich. Es kann ohne Korrekturen eingesetzt werden.3. Das Produkt bietet einen Mehrwert für das Unternehmen.
Gütestufe 2	Zwei Punkte sind erfüllt.
Gütestufe 1	Ein Punkt ist erfüllt.
Gütestufe 0	Kein Punkt ist erfüllt.

104	Begeisterungsfaktor (doppelte Gewichtung)
Gütestufe 3	<ol style="list-style-type: none">1. Das Produkt zeigt eigene Ideen im Rahmen des Projektthemas auf.2. Auf dem Weg vom Projektstart bis zum finalen Produkt wurden Kreativitätstechniken angewendet und begründet.3. Das Produkt sticht durch besondere Umsetzungsmethoden und/oder Eigenschaften hervor, welche die Zielgruppe begeistern kann.4. Das Produkt bringt einen aussergewöhnlichen Einsatz des Kandidaten zum Ausdruck.
Gütestufe 2	Drei Punkte sind erfüllt.
Gütestufe 1	Zwei Punkt ist erfüllt.
Gütestufe 0	Weniger als zwei Punkte sind erfüllt.



105	Zielgruppendefinition
Gütestufe 3	<ol style="list-style-type: none">1. Eine Zielgruppe ist demografisch, psychografisch, geografisch und verhaltensorientiert definiert.2. Pro Zielgruppe wird eine Persona erstellt.3. Die Zielgruppe ist nachvollziehbar hergeleitet.4. Das Produkt wurde unter Berücksichtigung der Zielgruppendefinition erstellt. Die Herleitungen dazu sind dokumentiert.
Gütestufe 2	Drei Punkte sind erfüllt.
Gütestufe 1	Zwei Punkte sind erfüllt.
Gütestufe 0	Weniger als zwei Punkte sind erfüllt.

106	Gestaltung der Dokumentation
Gütestufe 3	<ol style="list-style-type: none">1. Die grafische Gestaltung (Layout, Typografie und interaktive Elemente) widerspiegelt die berufliche Fachkompetenz eines/einer Mediamatiklers/in. Etwaige CI/CD-Vorgaben werden gemäss Absprache aller Beteiligten eingehalten.2. Ein Gestaltungsraster mit Satzspiegel und einheitlichen Titeln ist durchgängig korrekt angewendet.3. Bilder, Tabellen und Abbildungen sind sinnvoll eingesetzt, richtig beschriftet und bieten einen Mehrwert zum textlichen Inhalt.4. Es wird mit verschiedenen Abbildungs-Arten gearbeitet (z.B. Skizzen, Layouts, Screenshots, Stockfotos, Hintergrundbildern, Tabellen, Infografiken, Icons etc.).
Gütestufe 2	Drei Punkte sind erfüllt.
Gütestufe 1	Zwei Punkte sind erfüllt.
Gütestufe 0	Weniger als zwei Punkte sind erfüllt.



107	Qualitätssicherung
Gütestufe 3	<ol style="list-style-type: none">1. Es werden messbare und sinnvolle Kriterien für die Qualitätssicherung definiert.2. Die Qualitätssicherung wird zum richtigen Zeitpunkt mit den richtigen Testpersonen und Tools durchgeführt und fachlich begründet.3. Aus der Qualitätssicherung sind die nötigen Schritte abgeleitet und dokumentiert.
Gütestufe 2	Zwei Punkte sind erfüllt.
Gütestufe 1	Ein Punkt ist erfüllt.
Gütestufe 0	Kein Punkt ist erfüllt.

108	Individual-Kriterium
Gütestufe 3	
Gütestufe 2	
Gütestufe 1	
Gütestufe 0	

109	Individual-Kriterium
Gütestufe 3	
Gütestufe 2	
Gütestufe 1	
Gütestufe 0	



110	Individual-Kriterium
Gütestufe 3	
Gütestufe 2	
Gütestufe 1	
Gütestufe 0	

= 42 Punkte



PM und Arbeitsjournal

201	Projektphasen
Gütestufe 3	<ol style="list-style-type: none">1. Die gewählte Projektmanagementmethode ist dokumentiert und richtig angewendet.2. Die Projektphasen/Arbeitspakete sind im Projektplan ersichtlich und schlüssig.3. Die Projektphasen/Arbeitspakete und Tätigkeiten sind zeitlich visualisiert.4. Die Tätigkeiten innerhalb der Phasen sind richtig zugeordnet und beschrieben.
Gütestufe 2	Drei Punkte sind erfüllt.
Gütestufe 1	Zwei Punkte sind erfüllt.
Gütestufe 0	Weniger als zwei Punkte sind erfüllt.

202	SOLL/IST-Vergleich im Projektplan
Gütestufe 3	<ol style="list-style-type: none">1. Der SOLL/IST-Vergleich ist durchgeführt und visuell abgegrenzt.2. Die Meilensteine sind vorhanden, richtig definiert und die Erreichung ist dokumentiert.3. Abweichungen sind festgehalten, begründet und Massnahmen abgeleitet.
Gütestufe 2	Zwei Punkte sind erfüllt.
Gütestufe 1	Ein Punkt ist erfüllt.
Gütestufe 0	Kein Punkt ist erfüllt.



203	Verwaltung der Dokumente
Gütestufe 3	<ol style="list-style-type: none">1. Ein sinnvolles, sicheres Backupkonzept ist vorhanden und wird angewendet.2. Das Backupkonzept ist nachvollziehbar beschrieben.3. Die Datenstruktur und Dateibezeichnungen erleichtert Dritten eine allfällige Weiterführung des Projektes.
Gütestufe 2	Zwei Punkte sind erfüllt.
Gütestufe 1	Ein Punkt ist erfüllt.
Gütestufe 0	Kein Punkt ist erfüllt.

204	Arbeitsjournal
Gütestufe 3	<ol style="list-style-type: none">1. Folgende Abschnitte sind im Arbeitsjournal vorhanden: Arbeiten des Tages, Probleme, Lösungsweg, Fremdhilfen, persönliches Tagesfazit, Pendenzen, Zeit (SOLL/IST)2. Das Arbeitsjournal wird täglich geführt und mit den Tageszielen abgeglichen.3. Die Zeitangaben sind nachvollziehbar und korrekt eingetragen. Die Abweichungen und das Tagestotal sind korrekt ausgewiesen.
Gütestufe 2	Zwei Punkte sind erfüllt.
Gütestufe 1	Ein Punkt ist erfüllt.
Gütestufe 0	Kein Punkt ist erfüllt.



205	Probleme und Fremdhilfen
Gütestufe 3	<ol style="list-style-type: none">1. Probleme (organisatorisch, terminlich, inhaltlich) werden lösungsorientiert angegangen.2. Allfällige Hilfe durch Dritte (auch das Einholen von Feedback und die Qualitätssicherung durch andere Personen) ist im Arbeitsjournal dokumentiert und begründet.3. Für notwendige Anpassungen oder Abweichungen werden abgeleitete Massnahmen aufgezeigt.
Gütestufe 2	Zwei Punkte sind erfüllt.
Gütestufe 1	Ein Punkt ist erfüllt.
Gütestufe 0	Kein Punkt ist erfüllt.

206	Kommunikation und Vereinbarungen
Gütestufe 3	<ol style="list-style-type: none">1. Regeln, Vorgaben und Vereinbarungen werden eingehalten.2. Anspruchsgruppen (z.B. Auftraggeber) werden angemessen miteinbezogen und/oder über den Projektstand in Kenntnis gesetzt.3. Die Kommunikation ist adressatengerecht und wird vorausschauend geplant.4. Wichtige Kommunikationen, Protokolle, Mails werden im Anhang aufgeführt.
Gütestufe 2	Drei Punkte sind erfüllt.
Gütestufe 1	Zwei Punkte sind erfüllt.
Gütestufe 0	Weniger als zwei Punkte sind erfüllt.

= 18 Punkte



Dokumentation

301	Struktureller Aufbau der Dokumentation
Gütestufe 3	<ol style="list-style-type: none">1. Folgende Abschnitte sind in der Dokumentation vorhanden: Titel, Inhaltsverzeichnis, Vorwort, Ausgangslage, Zielsetzungen, Hauptteil, Fazit, Quellenangaben, Abbildungs- und Tabellenverzeichnis, Anhänge2. Der Inhalt folgt einem roten Faden.3. Alle Endresultate sind gut sichtbar abgebildet und/oder verlinkt.
Gütestufe 2	Zwei Punkte sind erfüllt.
Gütestufe 1	Ein Punkt ist erfüllt.
Gütestufe 0	Kein Punkt ist erfüllt.

302	Rechtliche Rahmenbedingungen
Gütestufe 3	<ol style="list-style-type: none">1. Copyrights sind geklärt und aufgeführt.2. Etwaige firmenspezifische Vorgaben sind deklariert.3. Weitere Informationen zum rechtlichen Umfeld (z.B. Einverständniserklärungen oder Lizenzen) der Arbeit sind dokumentiert.4. Eine korrekte und unterzeichnete Eigenständigkeitserklärung ist aufgeführt.
Gütestufe 2	Drei Punkte sind erfüllt.
Gütestufe 1	Zwei Punkte sind erfüllt.
Gütestufe 0	Weniger als zwei Punkte sind erfüllt.



303	Verständlichkeit
Gütestufe 3	<ol style="list-style-type: none">1. Der Inhalt ist für eine Fachperson verständlich verfasst.2. Der Inhalt ist auf den Punkt gebracht.3. Firmenspezifische oder spezielle Fachausdrücke werden nachvollziehbar erklärt.
Gütestufe 2	Zwei Punkte sind erfüllt.
Gütestufe 1	Ein Punkt ist erfüllt.
Gütestufe 0	Kein Punkt ist erfüllt.

304	Rechtschreibung und Grammatik Dokumentation und Arbeitsjournal
Gütestufe 3	<ol style="list-style-type: none">1. Das Arbeitsjournal, Vorwort und Fazit sind in der Ich-Form geschrieben. Die restliche Dokumentation in der dritten Person passiv.2. Der Sprachstil ist professionell.3. Die Grammatik und die Rechtschreibung in der Dokumentation und im Arbeitsjournal sind korrekt.
Gütestufe 2	Zwei Punkte sind erfüllt.
Gütestufe 1	Ein Punkt ist erfüllt.
Gütestufe 0	Kein Punkt ist erfüllt.

305	Arbeitsschritte Dokumentation
Gütestufe 3	<ol style="list-style-type: none">1. Die Arbeitsschritte sind nachvollziehbar beschrieben.2. Die Vorgehensweisen sind begründet.3. Es gibt keine Lücken oder Wiederholungen.
Gütestufe 2	Zwei Punkte sind erfüllt.
Gütestufe 1	Ein Punkt ist erfüllt.
Gütestufe 0	Kein Punkt ist erfüllt.



306	Lösungsvarianten und Entscheidungen
Gütestufe 3	1. Es werden Lösungsvarianten für die Erarbeitung des Produktes beschrieben. 2. Die Lösungsvarianten sind logisch und sinnvoll. 3. Gefällte Entscheidungen sind nachvollziehbar begründet.
Gütestufe 2	Zwei Punkte sind erfüllt.
Gütestufe 1	Ein Punkt ist erfüllt.
Gütestufe 0	Kein Punkt ist erfüllt.

= 18 Punkte



Präsentation

401	Inhalt
Gütestufe 3	<ol style="list-style-type: none">1. Die Präsentation ist inhaltlich in schlüssige Informationseinheiten gegliedert.2. Die wichtigsten Aspekte der Arbeit werden beschrieben und reflektiert.3. Alle Aussagen sind sachlich korrekt und dem Zielpublikum (Fachpersonen) angepasst.4. Die Präsentation bietet gegenüber der Dokumentation einen Mehrwert und neue Informationen.
Gütestufe 2	Drei Punkte sind erfüllt.
Gütestufe 1	Zwei Punkte sind erfüllt.
Gütestufe 0	Weniger als zwei Punkte sind erfüllt.

402	Rahmenbedingungen
Gütestufe 3	<ol style="list-style-type: none">1. Das Interesse der Zuhörenden wird zu Beginn geweckt (gute Einleitung).2. Das Produkt wird überzeugend vorgestellt und gewürdigt.3. Die Zeitvorgabe (15-20 Min.) wird eingehalten.4. Der Schluss rundet die Präsentation gut ab.
Gütestufe 2	Drei Punkte sind erfüllt.
Gütestufe 1	Zwei Punkte sind erfüllt.
Gütestufe 0	Weniger als zwei Punkte sind erfüllt.



403	Sprache und Auftreten
Gütestufe 3	<ol style="list-style-type: none">1. Das Auftreten ist gewandt und sicher (frei gesprochen, Blickkontakt, Gestik, Körpersprache).2. Die Sprache ist deutlich und das Tempo angemessen. Die Lautstärke ist den Räumlichkeiten angepasst.3. Sprache und Präsentationshilfsmittel sind aufeinander abgestimmt und ergänzen sich.
Gütestufe 2	Zwei Punkte sind erfüllt.
Gütestufe 1	Ein Punkt ist erfüllt.
Gütestufe 0	Kein Punkt ist erfüllt.

404	Präsentationshilfsmittel
Gütestufe 3	<ol style="list-style-type: none">1. Die Gestaltung der Präsentationshilfsmittel widerspiegelt die berufliche Fachkompetenz.2. Die Aussagen der Präsentation sind visualisiert; Zahlen und Tabellen sind gut lesbar.3. Die Präsentationshilfsmittel werden technisch einwandfrei, zeit- und themengerecht eingesetzt.4. Die Formulierungen in den Präsentationshilfsmitteln (Grammatik / Rechtschreibung) sind korrekt.
Gütestufe 2	Drei Punkte sind erfüllt.
Gütestufe 1	Zwei Punkte sind erfüllt.
Gütestufe 0	Weniger als zwei Punkte sind erfüllt.

= 12 Punkte



Fachgespräch

501-504	Individuelle Themenkomplexe
---------	-----------------------------

= 12 Punkte

Anhang A: Individual-Kriterien

Eine Auswahl von möglichen Kriterien für die Individual-Kriterien 108, 109 oder 110

PRODUZIEREN VON DIGITALEN MEDIENINHALTEN (HKB 1)

Filmproduktion 1

1. Das Drehbuch oder Storyboard wird eingehalten. Das bedeutet, dass die geplante Handlung, die Reihenfolge der Szenen aus der Drehbuch- oder Storyboardvorlage beibehalten werden und die Übergänge flüssig und nahtlos sind.
2. Es werden mindestens 3 verschiedene Perspektiven und 3 unterschiedliche Einstellungsgrößen eingesetzt. Die Wahl ist begründet.
3. Die Vertonung des Films unterstützt die Dramaturgie, indem sie die Stimmungen, Emotionen und Spannungselemente verstärkt. Der Einsatz von Musik, Soundeffekten und Dialogen erfolgt gezielt, sinnvoll und mit mindestens 3 Begründungen innerhalb der Handlung.
4. Ein Call-to-Action wird im Video integriert. Er ist entweder durch einen eindeutigen Ton, einer gesprochenen Aussage, gut lesbarer Schrift oder grafischen Elementen deutlich erkennbar. Dadurch werden die Zuschauer dazu aufgefordert, eine bestimmte Handlung auszuführen, wie beispielsweise den Besuch einer Webseite oder das Ausfüllen eines Kontaktformulars.

Filmproduktion 2

1. Die Multimediainhalte werden unter Berücksichtigung des richtigen Fokus erstellt. Der interessante und wichtige Inhalt steht im Fokus der Aufnahmen.
2. Die Bildkomposition ist korrekt gewählt. Statements erfolgen beispielsweise auf Augenhöhe, der Goldene Schnitt, die Drittelsregel oder die Zentralsicht wurde bewusst gewählt und begründet.
3. Das Licht wird bewusst eingesetzt. Beispielsweise wird mit natürlichem Licht, mit der 2 oder 3 Punktebeleuchtung gearbeitet. Die Wahl ist begründet.
4. Die Blende, der ISO-Wert und der Shutter speed wurden korrekt begründet für den gewünschten Effekt/Output.

Filmproduktion Farbkorrekturen

1. Es wurde eine korrekte Anpassung von Helligkeit, Kontrast und Sättigung gemacht, um durchgängig ein ausgewogenes und ansprechendes Bild zu erzeugen.
2. Die Farbstimmung entspricht der gewünschten Emotion der Szene. Beispielsweise wird eine warme Farbbearbeitung bei einer freundlichen Szene verwendet. Die gewünschte Stimmung und die Wahl der Farbstimmung wird dokumentiert und pro Szene begründet.
3. Die Hauttöne aller Personen wirken natürlich und sind kongruent.
4. Der Weissabgleich ist bei jedem Bild passend zum Stil bearbeitet.



Filmproduktion Schnitt /Postproduction

1. Der Schnitt erfolgt sinnvoll und ist inhaltlich mit der Handlung verbunden. Die Dramaturgie wird mit dem Schnitt unterstützt und die Geschichte flüssig erzählt.
2. Die Schnitte erfolgen wo sinnvoll auf die Musik (Cut-On-Beat oder beispielsweise CutTo-Black).
3. Namenseinblender, Texte, Grafiken und Endframe sind nach CI/CD der Firma angewandt und gut leserlich. Die verwendeten Farben, Schriften und Audioelemente sind korrekt.
4. Die Länge des finalen Videos beträgt 2 Minuten (plus minus 15 Sekunden). Unnötige Szenen sind weggeschnitten, damit die Aufmerksamkeit der Zuschauenden aufrecht erhalten bleibt.

Filmproduktion Audio

1. Bei der Aufnahme erfolgt der korrekte Einsatz von Mikrofonen. Die Wahl ist fachlich korrekt begründet. Stimmen werden zwischen -6 und -12 dB aufgenommen. Die Aufnahmen peaken oder rauschen nicht.
2. Rauschunterdrückung und Entfernung unerwünschter Hintergrundgeräusche für eine klarere und professionellere Klangqualität sind gemacht. Zum Beispiel wurden Klicks, Störgeräusche, Schmatzers und Rauschen entfernt.
3. Es wird mit verschiedenen Soundeffekten und Audioebenen gearbeitet. Die verschiedenen Ebenen wie Musik, Soundeffekten und Stimmen sind aufeinander abgestimmt. Die Gesamtlautstärke ist auf einen marktüblichen Wert normalisiert.
4. Cuts und Übergänge sind nicht zu hören. Es werden Fades oder andere Effekte zur Entfernung von Klickgeräuschen eingesetzt.



Filmproduktion Export

1. Es erfolgt die Identifizierung des optimalen Containers /Formats (abhängig der Anforderungen des Kanals z.B. Streaming, Web, Leinwand an einem Event.).
2. Die Datei wird im Kodek H.264 und mit einer Bittiefe von 10 – 15 Bit exportiert. Abweichungen für einen speziellen Bedarf werden fachlich begründet. Als Archivfile wird eine Version als ProRes 422 HQ exportiert.
3. Ziel ist eine Dateigrösse, die adäquat für den geforderten Kanal ist. Als MP4 ist sie pro
4. Minutenlänge nicht grösser als 100 MB und nicht kleiner als 50 MB. Das Video wird in einer für den Kanal passenden Auflösung exportiert.

Animation

1. Ein animierter Charakter ist erstellt, der in mindestens zwei verschiedenen Szenen vollständige Abläufe und Bewegungen mit verschiedenen Emotionen und Ausdrücken durchläuft.
2. Bei grösseren Bewegungsabläufen oder beispielsweise einem Walk Cycle wurde Character Rigging korrekt verwendet und ein Puppet mit Joints und Bones erstellt.
3. Texte oder Grafiken entsprechen dem CI/CD, werden in passender Geschwindigkeit und mit angemessenem Easing animiert.
4. Die Kompositionseinstellung entspricht mindestens der Qualität des gewünschten Exports (z.B. 1920x1080 25fps).

Fotografie: Erstellung einer Shotlist

1. Bildinhalt: Jedes Bild wird genau beschrieben, einschließlich der gewünschten Elemente, die darauf zu sehen sein sollen, um die beabsichtigte Botschaft oder Stimmung zu vermitteln.
2. Technische Spezifikationen: Für jedes Bild werden technische Details festgehalten, darunter Einstellungsgrösse, Perspektive, Seitenverhältnis und Format, um eine konsistente und professionelle Bildqualität sicherzustellen.
3. Anzahl der bearbeiteten Bilder pro Motiv: Es wird definiert, wie viele bearbeitete Bilder pro Motiv benötigt werden, um sicherzustellen, dass alle erforderlichen Varianten und Optionen für die spätere Auswahl und Verwendung vorhanden sind.

Fotografie: Vorbereitung auf das Fotoshooting

1. Auswahl der Fotolocations: Es wird bestimmt, wo das Fotoshooting - basierend auf den Anforderungen des Projekts und den gewünschten ästhetischen Ergebnissen – stattfinden soll.
2. Planung der Lichtverhältnisse: Es werden die erforderlichen Lichtquellen und Lichtsetups festgelegt, um die gewünschte und definierte Stimmung für die Fotos zu schaffen.
3. Material: Für ein reibungsloses und erfolgreiches Fotoshooting wird das Material im Voraus sorgfältig vorbereitet. Dies umfasst die Erstellung einer detaillierten Materialübersicht, die eigenständige Organisation des benötigten Equipments sowie die fachgerechte Reinigung aller verwendeten Geräte.
4. Auswahl der Requisiten und Accessoires: Es werden alle benötigten Requisiten und Accessoires ausgewählt, um das gewünschte Konzept zu unterstützen und die gewünschte Botschaft zu vermitteln.

Fotografie: Shooting

1. Die Bildgestaltung wird durch Anwendung des Goldenen Schnitts für Harmonie und Ausgewogenheit optimiert. Zudem wird eine durchgehende Bildsprache eingehalten, um ein einheitliches visuelles Erscheinungsbild zu gewährleisten, das den Unternehmensrichtlinien entspricht.
2. Dokumentation des Belichtungskonzepts: Ein detailliertes Belichtungskonzept wird entwickelt und dokumentiert, um sicherzustellen, dass die Bilder die gewünschte Stimmung und Atmosphäre widerspiegeln und technisch einwandfrei belichtet sind.
3. Begründete Motivauswahl: Die Auswahl der Motive wird in der Dokumentation begründet, um sicherzustellen, dass sie den Anforderungen des Projekts entsprechen und die gewünschte Botschaft oder Stimmung vermitteln.
4. Die Kameraeinstellungen werden entsprechend den Anforderungen des jeweiligen Fotoshootings gewählt, einschließlich Blende, Belichtungszeit und ISO.
Die Kameraeinstellungen werden an die vorhandenen Lichtverhältnisse angepasst.

Fotografie: Nachbearbeitung

1. Prozess: Es erfolgt eine Auswahl mit Sternebewertung in Adobe Lightroom. Die Exporteinstellungen entsprechen den Vorgaben und werden begründet.
2. Farbkorrektur und Bildoptimierung: Es werden Farbkorrekturen und ein Weissabgleich angewendet, um die Farbgebung auf die Unternehmensrichtlinien anzupassen.
3. Anpassung der Bildausschnitte und -größen: Die Bildausschnitte und -größen werden angepasst, um die Aufmerksamkeit auf bestimmte Details zu lenken und die visuelle Wirkung zu optimieren.
4. Retusche von Hautunreinheiten und -fehlern: Falls erforderlich, werden Hautunreinheiten und andere Fehler auf den Bildern retuschiert, um ein makellooses Erscheinungsbild zu erreichen.



Fotografie: Vorbereitung, Umsetzung und Nachbearbeitung

1. Shotlist-Erstellung: Es wird eine detaillierte Liste erstellt, die die zu erfassenden Bildinhalte, Einstellungsgrößen und Perspektiven festlegt.
2. Materialvorbereitung: Die Beschaffung und Reinigung der benötigten Ausrüstung wird sorgfältig geplant und erklärt, um einen reibungslosen Ablauf sicherzustellen.
3. Einheitliche Bildsprache und Goldener Schnitt: Die Anwendung des Goldenen Schnitts und eine konsistente Bildsprache werden gezielt umgesetzt, um ästhetisch ansprechende Ergebnisse zu erzielen.
4. Professionelle Bildbearbeitung: Die Aufnahmen werden sorgfältig nachbearbeitet, um Farben, Kontraste und Bildkomposition zu optimieren und ein ansprechendes Endergebnis zu erzielen.

GESTALTEN VON MEDIENINHALTEN (HKB 2)

Design: Gestaltungsprozess

1. Kreative Ideenfindung: Anwendung verschiedener Kreativitätstechniken wie Brainstorming, Mind Mapping und Design Thinking zur Generierung innovativer Gestaltungskonzepte.
2. Konzeptentwicklung und Auswahl: Für die Bewertung und Auswahl der vielversprechendsten Gestaltungskonzepte werden unter Berücksichtigung der Anforderungen des Auftraggebers und der Zielgruppe Kriterien definiert.
3. Produktion: professionelle Umsetzung und Ausgestaltung der ausgewählten Gestaltungslösung.
4. Feedback: Sammlung von Feedback von Stakeholdern und Nutzern und Verbesserung der Gestaltungslösung basierend auf den erhaltenen Rückmeldungen.

Grafische Aufbereitung

1. Kreative Konzeption: Entwicklung von ansprechenden Entwürfen, die die gestalterische Vision des Projekts widerspiegeln und die gewünschte Botschaft effektiv kommunizieren.
2. Umsetzung der Gestaltung: Professionelle Ausarbeitung und Umsetzung der Entwürfe unter Berücksichtigung von Designprinzipien wie Farbharmonie, Typografie und Layoutgestaltung.
3. Anpassung an verschiedene Medien: Gewährleistung der Anpassungsfähigkeit der gestalteten Elemente an verschiedene Medienformate und -plattformen, um eine konsistente visuelle Präsenz zu gewährleisten.
4. Kontinuierliche Verbesserung: Überprüfung und Optimierung der gestalterischen Elemente basierend auf Rückmeldungen und Analysen (z.B. mittels definierten Feedbackformularen), um die gewünschte visuelle Identität zu erreichen.

Ästhetische Umsetzung

1. Anwendung von Gestaltungsgesetzen wie Nähe, Ähnlichkeit und Kontinuität, um eine klare und intuitive visuelle Struktur zu schaffen.
2. Schaffung einer ausgewogenen und harmonischen Komposition durch gezielte Farbauswahl, Formgebung und Platzierung der Elemente.
3. Auswahl geeigneter Schriftarten und -größen, die nicht nur die Lesbarkeit unterstützen, sondern auch das Schriftgewicht berücksichtigen, um eine optimale visuelle Hierarchie zu erreichen.
4. Gewährleistung einer einheitlichen Wahrnehmung der gesamten Gestaltung, um eine konsistente visuelle Identität zu etablieren und einen professionellen Eindruck zu vermitteln.

Einhaltung Corporate Design

1. Das Logo wird gemäss den Richtlinien korrekt platziert und verwendet.
2. Die verwendeten Schriftarten und Schriftgrössen entsprechen den festgelegten Standards im Corporate Design.
3. Die Farbauswahl und -gewichtung, einschliesslich der Primär- und Sekundärfarben, entspricht den Vorgaben.
4. Die Icons sind gemäss den Richtlinien gestaltet und eingebunden

Typografische Gesetzmässigkeiten

1. Die Makrotypografie, zu der Schriftwahl, Schriftgrößen, Überschriften und Textblöcke gehören, wird optimiert, um eine klare Hierarchie und eine ansprechende Strukturierung des Textes zu erreichen.
2. Bei der Mikrotypografie werden die Feinheiten der Schriftgestaltung berücksichtigt, einschliesslich Zeichenabständen, Ligaturen und Buchstabenformen.
3. Der Satzspiegel ist klar erkennbar, Abweichungen werden sinnvoll begründet, um eine harmonische Gestaltung des Layouts zu gewährleisten.
4. Ein sinnvolles Grundlinienraster wird verwendet, um eine gleichmäßige vertikale Ausrichtung der Textelemente sicherzustellen und das Layout effektiv zu strukturieren.

Technische Ausführung für Druckprodukte

1. Farbigkeit: Die Farben im Flyer entsprechen exakt den vorgegebenen Farbwerten gemäß den CI/CD-Richtlinien des Unternehmens.
2. Bildauflösung: Alle Bilder im Flyer haben eine Auflösung von mindestens 300 dpi.
3. Farbmodus: Das PDF ist im CMYK-Farbmodus erstellt und entspricht den Druckstandards für das gewählte Druckverfahren.
4. Beschnitt: Der Beschnitt ist korrekt gesetzt und beträgt mindestens 3 mm, um sicherzustellen, dass keine wichtigen Inhalte am Rand abgeschnitten werden. Die Schnittzeichen sind im Druck-PDF vorhanden.

Design Style Guide/Corporate Design Manual

1. Der Style Guide ist klar strukturiert und verständlich formuliert, um auch von Personen ohne spezifische Vorkenntnisse problemlos genutzt werden zu können.
2. Die grundlegenden Gestaltungselemente wie Logo, Farben und Typografie werden detailliert beschrieben, einschliesslich ihrer richtigen Verwendung.
3. Das verwendete Rastersystem ist für 3 verschiedene Bildschirmauflösungen und Darstellungsgrößen umfassend erläutert.
4. Die Gestaltung und Verwendung von Icons sind genau definiert und dokumentiert, um eine konsistente Nutzung sicherzustellen.

Logo-Design:

1. Das Logo wird entsprechend der Branche des Auftraggebers gestaltet, um dessen Identität treffend widerzuspiegeln. Hierfür werden Kreativitätstechniken angewendet.
2. Durch die Vektorisierung des Logos wird sichergestellt, dass es skalierbar und hochauflösend ist, um vielseitige Anwendungen zu ermöglichen.
3. Das Logo wird so entworfen, dass es farbig und in Schwarz-Weiß sowie auf verschiedenen Hintergründen deutlich lesbar und erkennbar ist.
4. Eine spezielle Optimierung des Logos für den Einsatz in mobilen Umgebungen, insbesondere in Social Media, wird vorgenommen. Hierfür werden Tests durchgeführt, um eine optimale Darstellung sicherzustellen.

Infografik erstellen

1. Informationsstruktur: Die Infografik enthält die vorher definierten Daten und präsentiert diese in logischer und übersichtlicher Anordnung.
2. Verständlichkeit: Die wichtigen Informationen/Botschaften werden klar und prägnant präsentiert, damit sie von der Zielgruppe leicht verstanden werden können.
3. Blickführung und Ästhetik: Es wird darauf geachtet, ob die visuellen Elemente die Aufmerksamkeit auf wichtige Informationen lenken und ob das Gesamtbild ästhetisch ansprechend gestaltet ist.

Bildrecherche, Bildauswahl, Bilddarstellung

1. Bildrecherche: Es werden qualitativ hochwertige Bilder recherchiert, die den Richtlinien des Corporate Designs entsprechen.
2. Bildauswahl: Die Bildauswahl wird objektiv begründet und erfolgt nach einem definierten Bewertungsraster, das z.B. Relevanz, Komposition oder Farben berücksichtigt. Die ausgewählten Bilder harmonisieren visuell und inhaltlich mit der Headline des Projekts.
3. Bilddarstellung: Die Bilder werden auf allen Viewports (Desktop, Tablet und Mobile) korrekt und ansprechend dargestellt.
4. Begründete Bildauswahl: Die Auswahl der Bilder wird begründet und ihre Relevanz für das Projekt wird transparent dargelegt.

ENTWICKELN UND UMSETZEN VON MARKETING- UND KOMMUNIKATIONSMASSNAHMEN (HKB 3)

Erstellung Konzept

1. Das Konzept umfasst eine verständliche Ausgangslage und eine klare Zielsetzung.
2. Das Konzept ist logisch und strukturiert aufgebaut. Die einzelnen Teile des Konzepts bauen aufeinander auf und ergeben ein stimmiges Gesamtbild.
3. Das Konzept ist realistisch und umsetzbar. Es berücksichtigt die vorhandenen Ressourcen und stellt sicher, dass die Ziele mit den zur Verfügung stehenden Mitteln erreicht werden können.
4. Die kreativen Elemente des Konzepts sind durchdacht und tragen zur Einzigartigkeit und Attraktivität des Projekts bei. Dies umfasst visuelle, sprachliche und konzeptionelle Aspekte.

Erstellung Mediaplan

1. Der Mediaplan enthält einen detaillierten Zeitplan für die Ausspielung der Werbemaßnahmen. Die Maßnahmen sind zeitlich aufeinander abgestimmt.
2. Die Auswahl der Medienkanäle basiert auf ihrer Reichweite und Relevanz für die Zielgruppe. Die Auswahl wird in der Dokumentation begründet.
3. Der Mediaplan definiert klare, messbare Ziele (KPIs), wie z.B. Reichweite, Click-Through-Rate, Conversion Rate, etc., um den Erfolg der Kampagne zu bewerten.
4. Angaben zum Budget sind vollständig und realistisch.

Social Media Strategie

1. Es wird eine fundierte Auswahl der Social Media Kanäle, basierend auf der Zielgruppenanalyse und den Plattformstärken, getroffen. Die Inhalte entsprechen der Markenidentität und dem Corporate Design des Unternehmens.
2. Ein übersichtlicher und verständlicher Redaktionsplan stellt sicher, dass regelmässig neuer Content veröffentlicht wird.
3. Es sind konkrete Key Performance Indicators (KPIs) festgelegt, wie Reichweite,
4. Engagement, Conversions, etc.

Social Media Aktivitäten

1. Die Social Media Aktivitäten zielen darauf ab, Interaktion in der Community zu steigern. Entsprechende Überlegungen werden nachvollziehbar dokumentiert.
2. Die Social Media Aktivitäten sind konsistent und nach CI/CD der Firma umgesetzt
3. Alle Social Media Aktivitäten werden kanalgerecht aufbereitet und kanalspezifische Anforderungen sind berücksichtigt und dokumentiert.
4. Die Social Media Aktivitäten passen zum bestehenden Auftritt der Firma oder weichen begründet davon ab.



Marketing Controlling

1. Die Marketingaktivitäten werden systematisch ausgewertet und in einem verständlichen und übersichtlichen Report dargestellt.
2. Die Haupteckdaten sind zusammengefasst festgehalten.
3. Es wird eine klare Handlungsempfehlung ausgesprochen.
4. Es werden alle relevanten KPI's betrachtet und richtig interpretiert.

Kommunikation und Botschaften

1. Die Kernbotschaft ist klar verständlich und nachvollziehbar hergeleitet.
2. Die Kernbotschaft wird in allen Werbemitteln konsistent vermittelt.
3. Die Sprache und Tonalität entspricht der Zielgruppe und wird nachvollziehbar begründet.
4. Die Wahl der Kommunikationskanäle ist nachvollziehbar hergeleitet.

MITWIRKEN IN DER BETRIEBSADMINISTRATION (HKB 4)

Kostenvergleich

1. Kostenerhebung einer internen Produktion: Es werden die Gesamtkosten für die interne Videoproduktion ermittelt. Die Auflistung beinhaltet alle Material- und Personalkosten sowie Locationsmieten, Lizenzen, Bewilligungen und sonstige Kosten.
2. Kostenerhebung einer externen Produktion: Eine Offerte einer externen Firma mit den gleichen Elementen wie aus Kriterium 1 wird eingeholt. Dabei wird darauf geachtet, dass sich die beiden Offerten inhaltlich vergleichen lassen.
3. Vergleich der Gesamtkosten: Anhand der ermittelten Daten wird ein detaillierter Kostenvergleich erstellt., Mögliche Einsparungen oder zusätzliche Ausgaben werden aufgezeigt. Eine Empfehlung wird formuliert.
4. Präsentation der Ergebnisse: Der Kandidat präsentiert die Ergebnisse des Kostenvergleichs klar und verständlich, um den Entscheidungsträgern eine fundierte Grundlage für die Auswahl der optimalen Produktionsmethode zu bieten.

Benutzerdokumentation erstellen

1. Umfang: Die Benutzerdokumentation bietet eine ausreichende Abdeckung aller relevanten Informationen, ohne dabei in unnötige Details zu verfallen, um eine klare und verständliche Anleitung für die Benutzer zu gewährleisten.
2. Nachvollziehbare Funktionsbeschreibungen: Alle Funktionsbeschreibungen in der Dokumentation sind klar und verständlich formuliert, sodass Benutzer die verschiedenen Funktionen leicht nachvollziehen und nutzen können.
3. Aussagekräftige Screenshots: Die in der Dokumentation verwendeten Screenshots sind angemessen dimensioniert und bieten eine aussagekräftige Visualisierung der beschriebenen Funktionen, um Benutzern eine visuelle Unterstützung zu bieten.
4. Einhaltung von Corporate Design / Corporate Identity: Die Benutzerdokumentation entspricht den Vorgaben des Corporate Designs / Corporate Identity des Unternehmens, um ein konsistentes Erscheinungsbild und eine klare Markenidentität zu gewährleisten.

Planung Ressourcen und Material für einen Event

1. Interne Ressourcenplanung: Es liegt ein konkreter Vorschlag vor, wie die benötigten personellen Ressourcen intern für die Eventunterstützung gefunden werden können, um einen reibungslosen Ablauf zu gewährleisten.
2. Kontaktdatenliste für Eventunterstützung: Eine vollständige Kontaktliste aller Personen, die für die Unterstützung des Events benötigt werden, ist erstellt, um eine effektive Kommunikation und Koordination zu ermöglichen.
3. Vollständige Materialliste: Es liegt eine vollständige Liste aller benötigten Materialien für das Event vor, um sicherzustellen, dass alle erforderlichen Ressourcen rechtzeitig beschafft werden können.
4. Materialbeschaffungsplan: Die Materialliste enthält klare Angaben dazu, wo und wann jedes einzelne Material bezogen wird, um eine rechtzeitige Beschaffung und Bereitstellung sicherzustellen und Engpässe zu vermeiden.

EINSETZEN VON INFORMATIONEN- UND KOMMUNIKATIONSTECHNOLOGIEN ICT (HKB 5)

Technische Umsetzung Webseite:

1. Die Webseite ist responsive aufgebaut und berücksichtigt unterschiedliche Bildschirm-/Fenstergrößen und Seitenverhältnisse.
2. Die gerätespezifischen Eingabemethoden werden berücksichtigt (Maus- vs. TouchBedienung) und optimal genutzt.
3. Die Website funktioniert auf den aktuell gängigsten Browsern und Geräten. Diese sind in der Dokumentation genannt.
4. Der Code ist valide, bewusste Abweichungen sind dokumentiert.

Suchmaschinenoptimierung (SEO):

1. Es werden semantische HTML-Tags eingesetzt und Titelhierarchien werden eingehalten.
2. Es wird mit sprechenden URLs gearbeitet.
3. Interne Verlinkungen sind sinnvoll gesetzt und verbessern die Navigation.
4. Es wurde mindestens eine Methodik zur Überprüfung der SEO-Grundlagen angewendet.

Wireframes

1. Die Wireframes sind schematisch und geben keine Gestaltung vor.
2. Alle relevanten Elemente sind vorhanden und deren Einsatz erkennbar.
3. In den Wireframes lassen sich beispielhafte Inhalte erkennen, der spätere Einsatz ist klar.
4. Die Wireframes berücksichtigen verschiedene Bildschirmgrößen und Geräte (Responsivität).

Kontaktformulare (Usability)

1. Eingegebene Formulare beinhalten eine sinnvolle Validierung (z.B. von E-Mailadressen).
2. Fehlerhafte Eingaben lassen sich nicht absenden.
3. Fehlerhafte Eingaben werden in einer für den Nutzer verständlichen Form ausgezeichnet
4. Der Benutzer erhält eine verlässliche Rückmeldung, dass das Formular übermittelt wurde.

Kontaktformulare (Technologie)

1. Eingegebene gängige Sonderzeichen werden korrekt übermittelt.
2. Das wiederholte Absenden von Formularen wird verhindert.
3. Es wurden Massnahmen zur missbräuchlichen Verwendung des Formulars getroffen.
4. Die Daten werden vor der Weiterverwendung auf Schadcode überprüft.

Cross-Browser- und Cross-Device-Tests:

1. Die Webseite wird auf verschiedenen Browsern (Chrome, Firefox, Safari, Edge) getestet.
2. Die Webseite wird auf verschiedenen Geräten (Desktop, Tablet, Smartphone) getestet.
3. Unterschiede in der Darstellung und Funktionalität werden dokumentiert und behoben.
4. Die Testcases sind sinnvoll gewählt und beschrieben.

Performance

1. Die Website wurde aus Sicht der Performance überprüft und erreicht im verwendeten Tool eine gute oder sehr gute Bewertung.
2. Es gibt keine technischen Fehler oder Bugs, die das Nutzererlebnis reduzieren
3. Formulare und interaktive Elemente funktionieren einwandfrei und liefern erwartete Ergebnisse.
4. Es werden Fehlerbehandlungen und –meldungen bereitgestellt, die dem Nutzer klare Anweisungen geben.

Sicherheit

1. Es wurden Massnahmen zur Verhinderung von SQL-Injection angewendet und dokumentiert.
2. Es wurden Massnahmen zur Verhinderung von Cross-Side-Scripting angewendet und dokumentiert.
3. Es wurden keine Variablen aus unsicheren Quellen (GET/POST) ohne Überprüfung weiterverwendet.
4. Das Thema Sicherheit wurde in der Dokumentation explizit behandelt.

Coding

1. Es wurde mit einer Versionskontroll-Software gearbeitet, Commit-Messages sind nachvollziehbar
2. Variablenbezeichnungen entsprechen einer einheitlichen Logik.
3. Einrückungen unterstützen die Lesbarkeit des Codes.
4. Kommentare unterstützen das Verständnis der Funktionen.