ICT Berufsbildung
Formation professionnelle
Formazione professionale

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

Mediamatiker/in EFZ BiVo 2019

Gültig ab 01.01.2027 / Version 1

Kriterienkatalog Qualifikationsverfahren Mediamatiker/in EFZ BiVO 2019
Version vom 21. Oktober 2026

Inhalt

Fachkompetenz 3
PM und Arbeitsjournal 8
Dokumentation 11
Präsentation 14
Fachgespräch 16
Anhang A: Individuelle Kriterien 18

Gewichtung:

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

Fachkompetenz

A01	**Zielsetzungen (doppelte Gewichtung)**
Gütestufe 3	1. Die im Detailbeschrieb erfassten Ziele der Lieferobjekte sind alle vollständig erfüllt 2. Die Zielüberprüfung der Lieferobjekte und individuellen Kriterien ist durchgeführt und dokumentiert. 3. Allfällige Abweichungen sind begründet.
Gütestufe 2	Zwei Punkte sind erfüllt.
Gütestufe 1	Ein Punkt ist erfüllt.
Gütestufe 0	Kein Punkt ist erfüllt.

A02	**Produkt (doppelte Gewichtung)**
Gütestufe 3	1. Das Produkt ist fachgerecht und nach aktuellen Standards erstellt. 2. Das Produkt weist eine sehr hohe Qualität auf. 3. Die gestalterischen und funktionalen Möglichkeiten wurden im Rahmen der verfügbaren Ressourcen (Zeit, Hilfsmittel) gut genutzt. In der Dokumentation ist die Beweisführung aufgeführt.
Gütestufe 2	Zwei Punkte sind erfüllt.
Gütestufe 1	Ein Punkt ist erfüllt.
Gütestufe 0	Kein Punkt ist erfüllt.

A03	**Funktionsfähigkeit und Praxistauglichkeit (doppelte Gewichtung)**
Gütestufe 3	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.

A04	**Begeisterungsfaktor (doppelte Gewichtung)**
Gütestufe 3	1. Das Produkt zeigt eigene Ideen im Rahmen des Projektthemas auf. 2. Es wurden zwei Kreativitätstechniken beschrieben, angewendet und begründet. 3. Das Produkt bringt einen aussergewöhnlichen Einsatz der kandidierenden Person zum Ausdruck.
Gütestufe 2	Zwei Punkte sind erfüllt.
Gütestufe 1	Ein Punkt ist erfüllt.
Gütestufe 0	Kein Punkt ist erfüllt.

A05	**Zielgruppendefinition**
Gütestufe 3	1. Eine Zielgruppe ist demografisch, psychografisch, geografisch und verhaltensorientiert beschrieben. 2. Die Zielgruppe ist nachvollziehbar hergeleitet. 3. Pro Zielgruppe wird ein Kunden-Avatar erstellt. 4. Das Produkt wurde zielgruppenorientiert umgesetzt. Die Überlegungen dazu sind dokumentiert.
Gütestufe 2	Drei Punkte sind erfüllt.
Gütestufe 1	Zwei Punkte sind erfüllt.
Gütestufe 0	Weniger als zwei Punkte sind erfüllt.

A06	**Gestaltung der Dokumentation**
Gütestufe 3	1. Die grafische Gestaltung (Layout, Typografie) widerspiegelt die berufliche Fachkompetenz eines/einer Mediamatikers/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.

A07	**Qualitätssicherung**
Gütestufe 3	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.

A08	**Individuelle Ziele**
Gütestufe 3	
Gütestufe 2	
Gütestufe 1	
Gütestufe 0	

A09	**Individuelle Ziele**
Gütestufe 3	
Gütestufe 2	
Gütestufe 1	
Gütestufe 0	

A10	**Individuelle Ziele**
Gütestufe 3	
Gütestufe 2	
Gütestufe 1	
Gütestufe 0	

= 42 Punkte

PM und Arbeitsjournal

B01	**Projektphasen**
Gütestufe 3	1. Es wird eine Projektmanagementmethode gewählt und korrekt beschrieben 2. Es wird mit zwei Begründungen aufgezeigt, weshalb die gewählte Projektmanagementmethode für die erfolgreiche Durchführung des vorliegenden Projekts geeignet ist 3. Die gewählte Projektmanagementmethode wird fachlich korrekt und konsequent angewendet
Gütestufe 2	Zwei Punkte sind erfüllt.
Gütestufe 1	Ein Punkt ist erfüllt.
Gütestufe 0	Kein Punkt ist erfüllt.

B02	**SOLL/IST-Vergleich im Projektplan**
Gütestufe 3	1. Ein Grobzeitplan mit SOLL-Zeiten und mehreren Meilensteinen ist erstellt. Dieser ist am Ende den effektiven IST-Zeiten gegenübergestellt 2. Die Arbeitspakete sind nachvollziehbar auf die zur Verfügung stehenden Tage aufgeteilt und visualisiert 3. Abweichungen von mehr als 20% bei einzelnen Arbeitspaketen sind begründet.
Gütestufe 2	Zwei Punkte sind erfüllt.
Gütestufe 1	Ein Punkt ist erfüllt.
Gütestufe 0	Kein Punkt ist erfüllt.

B03	**Arbeitsjournal**
Gütestufe 3	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. 3. Die Erreichung der Meilensteine ist überprüft und dokumentiert 4. Die tatsächlich aufgewendeten Zeiten pro Tätigkeit sind dokumentiert
Gütestufe 2	Drei Punkte sind erfüllt.
Gütestufe 1	Zwei Punkte sind erfüllt.
Gütestufe 0	Kein Punkt oder ein Punkt ist erfüllt.

B04	**Verwaltung der Dokumente**
Gütestufe 3	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.

B05	**Probleme und Fremdhilfen**
Gütestufe 3	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.

B06	**Kommunikation und Vereinbarungen**
Gütestufe 3	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

C01	**Struktureller Aufbau der Dokumentation**
Gütestufe 3	1. Folgende Abschnitte sind in der Dokumentation vorhanden: Titel, Inhaltsverzeichnis, Vorwort, Ausgangslage, Zielsetzungen, Hauptteil, Fazit, Quellenangaben, Abbildungs- und Tabellenverzeichnis, Anhänge. 2. Der Inhalt folgt einem roten Faden. 3. Alle Endresultate sind gut sichtbar abgebildet und/oder verlinkt. Die Links funktionieren. 4. Querverweise sowie Inhalts-, Abbildungs- und Tabellenverzeichnisse sind korrekt erstellt und ermöglichen eine interaktive Navigation im Dokument.
Gütestufe 2	Drei Punkte sind erfüllt.
Gütestufe 1	Zwei Punkte sind erfüllt.
Gütestufe 0	Weniger als zwei Punkte sind erfüllt.

C02	**Rechtliche Rahmenbedingungen**
Gütestufe 3	1. Rechtliche Rahmenbedingungen (beispielsweise Copyrights, Lizenzen, Einverständniserklärungen, etc.) sind dokumentiert 2. Etwaige firmenspezifische Vorgaben sind deklariert. 3. Eine korrekte und unterzeichnete Eigenständigkeitserklärung ist vorhanden.
Gütestufe 2	Zwei Punkte sind erfüllt.
Gütestufe 1	Ein Punkt ist erfüllt.
Gütestufe 0	Kein Punkt ist erfüllt.

C03	**Verständlichkeit**
Gütestufe 3	1. Der Inhalt ist für eine Fachperson verständlich verfasst. 2. Der Inhalt ist auf auf das Wesentliche fokussiert 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.

C04	**Rechtschreibung und Grammatik Dokumentation und Arbeitsjournal**
Gütestufe 3	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.

C05	**Arbeitsschritte Dokumentation**
Gütestufe 3	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.

C06	**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

D01	**Inhalt**
Gütestufe 3	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.

D02	**Rahmenbedingungen**
Gütestufe 3	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.

D03	**Sprache und Auftreten**
Gütestufe 3	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.

D04	**Präsentationshilfsmittel**
Gütestufe 3	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

E01	**Individuelle Themenkomplexe**
Gütestufe 3	
Gütestufe 2	
Gütestufe 1	
Gütestufe 0	

E02	**Individuelle Themenkomplexe**
Gütestufe 3	
Gütestufe 2	
Gütestufe 1	
Gütestufe 0	

E03	**Individuelle Themenkomplexe**
Gütestufe 3	
Gütestufe 2	
Gütestufe 1	
Gütestufe 0	

E04	**Individuelle Themenkomplexe**
Gütestufe 3	
Gütestufe 2	
Gütestufe 1	
Gütestufe 0	

= 12 Punkte

Anhang A: Individuelle Kriterien

Eine Auswahl von möglichen Kriterien für die Individuellen Kriterien 108, 109 oder 110.

PRODUZIEREN VON DIGITALEN MEDIENINHALTEN (HKB A)

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 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 auf Augenhöhe, der Goldene Schnitt, die Drittelsregel oder die Zentralsicht wurde bewusst gewählt und begründet.
3. Das Licht wird bewusst und korrekt eingesetzt. Mit natürlichem Licht wird mit der 2 oder 3 Punktebeleuchtung gearbeitet. Die Wahl ist begründet.
4. Die Blende, der ISO-Wert und der Shutterspeed wurden für den gewünschten Effekt/Output korrekt eingesetzt und begründet.

Filmproduktion Farbkorrekturen

1. Es wurde durchgängig eine korrekte Anpassung von Helligkeit, Kontrast und Sättigung gemacht.
2. Die Farbstimmung entspricht der gewünschten Emotion der Szene. Eine warme Farbbearbeitung wird bei einer freundlichen Szene verwendet. Die gewünschte Stimmung und die Wahl der Farbstimmung wird pro Szene begründet.
3. Die Hauttöne aller Personen wirken natürlich und sind deckungsgleich/passend zueinander.
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 oder der Aussage verbunden. B-Roll passt zum gesprochenen Text.
2. Die Schnitte erfolgen wo sinnvoll auf die Musik (Cut-On-Beat oder Cut-To-Black).
3. Namenseinblender, Texte, Grafiken und Endframe sind nach CD des Unternehmens korrekt angewandt.
4. Die Länge des finalen Videos beträgt 90 Sekunden (plus minus 10%). Unnötige Szenen sind weggeschnitten. Es sind keine unnötigen Längen vorhanden.

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 sind gemacht. Beispielsweise wurden Klicks, Störgeräusche, Schmatzer und Rauschen entfernt.
3. Es wird mit verschiedenen Soundeffekten und Audioebenen gearbeitet. Die verschiedenen Ebenen wie Musik, Ambiance, Soundeffekten und Stimmen sind aufeinander abgestimmt. Die Lautstärke beim Export 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.265 und mit einer Bittiefe von 10 – 15 Bit exportiert Abweichungen für einen speziellen Bedarf werden fachlich begründet.
3. Als Archivfile wird eine Version als ProRes 422 HQ exportiert.
4. Das Video wird in einer für den Kanal passenden Auflösung exportiert. Die Auflösung ist begründet.

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 Cicle 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. Zeitplan: Für jedes Bildmotiv wird ein Zeitfenster mit maximaler Dauer (z. B. 15 Minuten) in der Shotlist festgelegt. Der Zeitplan wird zu 80% eingehalten oder die Abweichung wird nachvollziehbar begründet.
2. Bildinhalt: Zu jedem Bild wird eine Beschreibung mit mindestens 3 relevanten Elementen verfasst, die die beabsichtigte Botschaft oder Stimmung widerspiegeln.
3. Technische Spezifikationen: Für jedes Bild werden mindestens vier technische Detail geplant: Beispielsweise Einstellungsgrösse, Perspektive, Seitenverhältnis und Dateiformat.
4. Varianten: Für jedes Motiv werden mindestens drei unterschiedliche Bildvarianten geplant.

Fotografie: Vorbereitung

1. Auswahl der Fotolocation: Eine Location wird mit 3 sinnvollen Argumenten bestimmt. Die Argumente basieren auf den Anforderungen des Projekts und den gewünschten ästhetischen Ergebnissen.
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: Das Material wird im Voraus sorgfältig vorbereitet. Dies umfasst die Erstellung einer detaillierten Materialübersicht, die eigenständige Organisation des benötigten Equipments sowie die fachgerechte Vorbereitung (Reinigung) aller verwendeten Utensilien.
4. Auswahl der Requisiten und Accessoires: Es werden alle benötigten Requisiten und Accessoires ausgewählt, um das gewünschte Konzept zu unterstützen und die Botschaft zu verstärken. Die Wahl ist begründet.

Fotografie: Shooting

1. Bildsprache: Der Goldene Schnitt wird angewendet. Die Bildsprache ist einheitlich und entspricht dem CD des Unternehmens.
2. Kameraeinstellungen: Die Kameraeinstellungen werden entsprechend den Gegebenheiten und Anforderungen gewählt und begründet. Das beinhaltet Blende, Belichtungszeit und ISO.
3. Lichtstimmung: Während des Shootings werden mindestens 2 verschiedene Lichtstimmungen (z. B. Gegenlicht, Seitenlicht, diffuses Licht) fotografisch umgesetzt.
4. Posen / Szenen: Es entstehen mindestens 10 verschiedene Posen bzw. Szenen pro fotografierte Person.

Fotografie: Nachbearbeitung

1. Sternebewertung: Es erfolgt eine Auswahl mit Sternebewertung in Adobe Lightroom. Die Sternebewertung ist nachvollziehbar festgehalten.
2. Farbkorrektur und Weissabgleich: Es werden Farbkorrekturen und ein Weissabgleich angewendet. Die Anpassungen entsprechen dem CD des Unternehmens.
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. Die Anpassungen werden begründet.
4. Retusche von Hautunreinheiten und -fehlern: Hautunreinheiten und Fehler werden retuschiert, um ein makelloses Erscheinungsbild zu erreichen.

GESTALTEN VON MEDIENINHALTEN (HKB B)

Design: Gestaltungsprozess

1. Entwürfe: Es werden 3 klar unterscheidbare Entwürfe erstellt. Jeder Entwurf wird mit 3 bis 6 Sätzen erklärt.
2. Bewertung und Auswahl: Auf der Basis aller Anforderungen der Auftraggebenden und den wichtigsten Elementen der Zielgruppendefinition wird ein messbares und nachvollziehbares Bewertungsraster entwickelt. Das Resultat muss ein Entscheid für eine Variante sein.
3. Produktion: Die ausgewählte Version wird nach dem CD des Unternehmens professionell ausgearbeitet.
4. Feedback: Messbare Feedbacks der begründeten Stakeholder wird eingeholt und wo möglich umgesetzt. Nicht machbare Anpassungen werden begründet.

Grafische Aufbereitung

1. Kreative Konzeption: Entwicklung von 3 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 mindestens 2 unterschiedliche Medienformate und -Plattformen.
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. Es erfolgt die Anwendung von Gestaltgesetzen wie Nähe, Ähnlichkeit und Kontinuität, um eine klare und intuitive visuelle Struktur zu schaffen. Die Anwendung ist begründet.
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 Vorgaben des CD des Unternehmens.
3. Die Farbauswahl und -gewichtung, einschliesslich der Primär- und Sekundärfarben, entspricht den Vorgaben die CDs des Unternehmens.
4. Die Icons sind gemäss den CDs des Unternehmens 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.
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 dem CD 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. Es wurden keine wichtigen Inhalte am Rand abgeschnitten. 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, eine konsistente Nutzung ist mit den Definitionen möglich.

Logo-Design:

1. Das Logo wird entsprechend der Branche des Auftraggebers gestaltet, um dessen Identität treffend widerzuspiegeln. Wie die Gestaltung die Identität widerspiegelt, wird mit 3 Argumenten begründet.
2. Das Logo ist vektorisiert. Es ist somit skalierbar und hochauflösend.
3. Das Logo ist farbig und in Schwarz-Weiss vorhanden. Es ist auf mindestens 10 unterschiedlichen Hintergründen deutlich lesbar und erkennbar.
4. Eine spezielle Optimierung des Logos für den Einsatz in mobilen Umgebungen, insbesondere in Social Media, wird vorgenommen. Es werden mindestens 3 begründete und sinnvolle Tests durchgeführt und dokumentiert.

Infografik erstellen

1. Informationsstruktur: Die Infografik enthält alle definierten Daten. Sie 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. Die Verständlichkeit wird in einer unabhängigen Zielgruppenumfrage mit 5 Personen auf einer Skala von 1 bis 5 mit einem Wert von 4 belegt.
3. Blickführung und Ästhetik: Es wird darauf geachtet, dass die visuellen Elemente die Aufmerksamkeit auf wichtige Informationen lenken. Das Gesamtbild ist ästhetisch ansprechend gestaltet. Die Aufmerksamkeit und Ästhetik wird in einer unabhängigen Zielgruppenumfrage mit 5 Personen auf einer Skala von 1 bis 5 mit einem Wert von 4 belegt.

Bildrecherche, Bildauswahl, Bilddarstellung

1. Bildrecherche: Es werden pro Themenfeld 10 qualitativ hochwertige Bilder recherchiert, die den Richtlinien des CD des Unternehmens entsprechen.
2. Bildauswahl: Die Bildauswahl wird objektiv begründet. Sie erfolgt einem definierten Bewertungsraster mit mindestens 3 Kriterien (z.B. Relevanz, Komposition oder Farben).
3. Harmonie: Die ausgewählten Bilder harmonieren visuell und inhaltlich mit der Headline des Projekts.
4. Bilddarstellung: Die Bilder werden auf allen Viewports (Desktop, Tablet und Mobile) korrekt und ansprechend angezeigt.

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

Erstellung Konzept

1. Das Konzept umfasst eine schriftlich verständlich formulierte Ausgangslage (mindestens 200 Wörter) und eine Zielsetzung mit mindestens 3 überprüfbaren Zielen.
2. Das Konzept weist mindestens 4 klar abgegrenzte Kapitel mit nummerierter Gliederung auf, wobei jedes Kapitel inhaltlich auf das vorhergehende aufbaut. Das Konzept ergibt 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. Das Konzept enthält mindestens 3 kreative Elemente (z. B. 1 visuelles, 1 sprachliches, 1 konzeptionelles). Die kreativen Elemente sind durchdacht und tragen zur Einzigartigkeit und Attraktivität des Projekts bei.

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 getroffen. Die Wahl basiert auf der Zielgruppenanalyse und den Plattformstärken.
2. Die Inhalte entsprechen der Markenidentität und dem Corporate Design des Unternehmens.
3. Ein übersichtlicher und verständlicher Redaktionsplan stellt sicher, dass regelmässig neuer Content veröffentlicht wird.
4. Es sind konkrete Key Performance Indikators (KPIs) festgelegt, wie Reichweite, 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 des Unternehmens umgesetzt.
3. Alle Social Media Aktivitäten werden kanalgerecht aufbereitet. kanalspezifische Anforderungen sind berücksichtigt und dokumentiert.
4. Die Social Media Aktivitäten passen zum bestehenden Auftritt des Unternehmens oder weichen begründet davon ab.

Marketing Controlling

1. Die Marketingaktivitäten werden systematisch ausgewertet. Die Marketingaktivitäten werden in einem verständlichen und übersichtlichen Report dargestellt.
2. Die Haupterkenntnisse 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 D)

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 enthält mindestens 8 klar strukturierte Kapitel und deckt alle Hauptfunktionen des Systems ab. Die auftraggebende Person bestätigt schriftlich, dass keine Hauptfunktion fehlt und die Kapitelstruktur eingehalten ist.
2. Nachvollziehbare Funktionsbeschreibungen: Alle Funktionsbeschreibungen in der Dokumentation sind klar und verständlich formuliert. Die Funktionsbeschreibungen erreichen in einem Test mit 5 Benutzern eine Verständlichkeitsquote von mindestens 80 %.
3. Screenshots: Die Benutzerdokumentation enthält mindestens 15 Screenshots, die jeweils eine im Text beschriebene Funktion abbilden, in einer Mindestauflösung von 1080p eingefügt sind und in einem Benutzertest von 5 Personen von mindestens 80 % als „aussagekräftig“ und hilfreich bewertet werden.
4. Navigation: Die Benutzerdokumentation enthält ein automatisch generiertes Inhaltsverzeichnis mit funktionierenden Querverweisen, sodass Benutzer innerhalb von maximal 3 Klicks zur gewünschten Information gelangen können.

Planung Ressourcen und Material für einen Event

1. Personalplanung: Es liegt eine vollständige Liste mit allen benötigten Rollen und Skills vor (z. B. Technik: 2 Personen, Moderation: 1 Person, Catering: 3 Personen, Sicherheit: 2 Personen). Jede Rolle ist mit klaren Qualifikationen beschrieben (z. B.Technik: Erfahrung mit Licht- und Tontechnik, Moderation: Bühnen- und Präsentationserfahrung). Bei jeder Person steht ein Vorschlag, woher diese Person engagiert werden könnte (Intern, Partner, Dienstleister).
2. Kontaktdatenliste: Eine Kontaktdatenliste wird erstellt. Sie enthält mindestens Namen, Zuständigkeit und Handynummer aller relevanten Personen. Die Informationen sind korrekt.
3. Materialliste: Es liegt eine vollständige Liste aller benötigten Materialien für den Event vor.
4. Materialbeschaffungsplan: Die Materialliste enthält klare Angaben dazu, wo, wann und bei wem jedes einzelne Element bezogen wird.

EINSETZEN VON INFORMATIONS- UND KOMMUNIKATIONSTECHNOLOGIEN ICT (HKB E)

Technische Umsetzung Webseite:

1. Die Webseite ist responsive aufgebaut und berücksichtigt unterschiedliche Bildschirm-/ Fenstergrössen und Seitenverhältnisse.
2. Die gerätespezifischen Eingabemethoden werden berücksichtig (Maus- vs. Touch-Bedienung) 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 Test Cases 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-Injektion 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.