

Beuth Hochschule für Technik Berlin
Fachbereich VI
Informatik und Medien
Studiengang Medieninformatik, 7. Semester

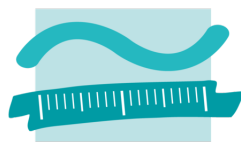
Inga Schwarze
Tegeler Weg 107
10589 Berlin

Praxisbericht

über das Praktikum in der Wall GmbH

von Inga Schwarze
Matrikelnummer: 820789

Hochschulbetreuung: Prof. Dr. Sven Graupner
Betriebliche Betreuung: Mario Russo & Dipl. Inf. (FH) Jörg Biallas



BEUTH HOCHSCHULE
FÜR TECHNIK
BERLIN
University of Applied Sciences



Wall GmbH
Friedrichstraße 118
10117 Berlin

Zeitraum: 01.08.17 - 31.10.17

Inhaltsverzeichnis

1	Praktikumsbetrieb	2
1.1	Wall GmbH	2
1.1.1	Unternehmenskonzept	2
1.1.2	Unternehmensbereiche	2
1.1.3	WallDecaux	3
1.2	Weg zur Praktikumsstelle	3
2	Tätigkeitsbereiche und Aufgaben	4
2.1	Einarbeitung	4
2.2	Website Relaunch	4
2.3	Event Management	5
2.4	Sonstige Aufgaben	5
2.5	Praktikum und Studium	5
2.5.1	Wissensanwendung im Praktikum	5
2.5.2	Bedeutung für die Zukunft	5
3	Bewertung des Praktikums	6
4	Ergebnisse	7
5	Diskussion	8
5.1	Eine Figur	8
6	Schluss	9

1 Praktikumsbetrieb

1.1 Wall GmbH

„Die Wall GmbH ist ein deutsches Unternehmen mit Sitz in Berlin, das sich auf die Entwicklung und Produktion von Stadtmöbeln und die Vermarktung hinterleuchteter Werbeflächen spezialisiert hat.“¹ Seit 2009 ist die Wall GmbH Teil der internationalen JCDecaux-Gruppe, der Nummer 1 der Außenwerbung weltweit. JCDecaux erzielte im Jahr 2015 einen Umsatz von 3.207 Millionen Euro in mehr als 60 Ländern mit 12.850 Mitarbeitern, von denen mehr als 1.000 Mitarbeiter zur Wall GmbH zählen.² Die Wall GmbH bietet Städten im Rahmen von Stadtverträgen individuell konzipierte Stadtmöbel an, die sie kostenfrei installiert, reinigt und wartet. Das Unternehmen refinanziert die kostenfreien Produkte und Dienstleistungen über die Vermarktung der in die Stadtmöbel integrierten Werbeflächen. Darüber hinaus werden die Städte an den Einnahmen der Außenwerbung beteiligt.³

Das Unternehmen möchte mit seinen hochwertigen Produkten die Informations- und Lebensqualität für die Bürger und Besucher der Städte im öffentlichen Raum verbessern. Das Angebot erstreckt sich von leistungsstarken Werbenetzen über U-Bahnhöfe bis hin zu Transportmitteln. Insgesamt vermarktet die Wall GmbH in Deutschland mehr als 76.000 Werbeflächen (Stand: 31. Dezember 2016).⁴

1.1.1 Unternehmenskonzept

Wall setzt, im Gegensatz zu seinem großen Konkurrenten *Ströer*, auf das Konzept „Alles aus einer Hand“. Die Stadtmöbel entstehen in einem eigenen Forschungs- und Entwicklungszentrum in Velten bei Berlin. In dem eigenen Produktionswerk verspricht Wall nicht nur höchste Design- und Materialqualität, sondern bietet den Städten entsprechend ihren spezifischen Anforderungen maßgeschneiderte Lösungen.⁵

Getreu dem Motto „Für Städte. Für Menschen.“ versteht sich Wall als Partner der Städte. Werbetreibenden soll eine innovative mediale Vielfalt zur Übermittlung ihrer Botschaft angeboten werden.⁶

1.1.2 Unternehmensbereiche

Das Unternehmen gliedert sich in vier Unternehmensbereiche: Forschung & Entwicklung, Produktion, Vermarktung und Reinigung & Wartung.

¹Wikipedia: „Wall GmbH“, unter: http://de.wikipedia.org/wiki/Wall_GmbH (abgerufen am 03.12.2017)

²Wall GmbH: „Fakten“, unter: <http://www.wall.de/de/company/facts> (abgerufen am 03.12.2017)

³Berliner Morgenpost: „Berliner Wall AG will sich komplett digital aufstellen“, unter: <https://www.morgenpost.de/berlin/article132236230/Berliner-Wall-AG-will-sich-komplett-digital-aufstellen.html> (abgerufen am 06.01.2018)

⁴Wall GmbH: „Fakten“, unter: <http://www.wall.de/de/company/facts> (abgerufen am 06.01.2018)

⁵Vgl. ebd.

⁶Wall GmbH: „Philosophie“, unter: <http://www.wall.de/de/company/philosophy> (abgerufen am 07.01.2018)

Die Abteilung der Forschung und Entwicklung arbeitet daran, in Sachen Stadtmöblierung und Außenwerbung innovative, nachhaltige und kreative Lösungen zu schaffen. In der Produktion hat die Präzision in der Fertigung oberste Priorität. Das Produktionswerk in Velten ist eines der modernsten Europas. Auf 10.000 qm arbeiten dort qualifizierte Mitarbeiter mit ausgefeilter Technik und hochwertigen Materialien. Zum Bereich Reinigung und Wartung gehören ausschließlich eigens geschulte Mitarbeiter und ein ausgefeiltes Wartungs- und Reinigungskonzept. Dadurch kann gewährleistet werden, dass die Produkte jederzeit einwandfrei funktionieren und aussehen. Außerdem sind alle Produkte mit modernster Überwachungstechnik ausgestattet. Eine 24h-Hotline stellt sicher, dass Reparaturen umgehend ausgeführt werden können.⁷ Auf den Unternehmensbereich der Vermarktung gehe ich im nächsten Abschnitt ein.

1.1.3 WallDecaux

Mein Praktikum ist im Unternehmensbereich der Vermarktung angesiedelt. In Deutschland wird das gemeinsame Portfolio von JCDecaux und der Wall GmbH unter der Vertriebsmarke „WallDecaux Premium Out of Home“ vermarktet. WallDecaux bündelt die Stärken der beiden familiengeführten Unternehmen, die beide in den vergangenen Jahrzehnten die Professionalisierung der Außenwerbung maßgeblich gestaltet haben.⁸ Durch die Zusammenführung der beiden Vertriebsbereiche ist WallDecaux zum Beispiel der größte Anbieter in Deutschland für das Format „City Light Poster“ und misst rund 49.000 CLP-Werbeflächen in mehr als 30 Städten.⁹

1.2 Weg zur Praktikumsstelle

Wenige Monate vor Beginn meines Praktikums suchte ich bereits nach einer neuen beruflichen Herausforderung, die zu meinen Interessenschwerpunkten und meiner Studienwahl passte. Dabei wurde ich auf die Wall GmbH aufmerksam und bewarb mich dort als Werkstudentin. Nach einem aufschlussreichen Bewerbungsgespräch, das mein Interesse weiter verstärkte, erhielt ich die Job-Zusage und arbeitete ab diesem Zeitpunkt als studentische Hilfskraft im digitalen Marketing der Wall GmbH. Sofern sich auch für den Zeitraum des Praktikums ein geeigneter Aufgabenbereich für mich finden ließe, standen mein Team und ich dieser Idee sehr aufgeschlossen gegenüber.

Als während meiner Einarbeitung als Werkstudentin klar wurde, dass es einen hohen Bedarf an Schnittstellentätigkeiten zwischen der IT-Abteilung und dem Marketing gibt, entschied ich mich, die Herausforderung anzunehmen und diese Aufgaben in einem dreimonatigen Vollzeitpraktikum auszuüben. Es bot sich dadurch für mich die Chance, einen Einblick in gleich zwei Unternehmensbereiche erhalten zu können. Die Interaktion zwischen IT-bezogenen Aufgabenbereichen und multimedialen (Kreativ-)Prozessen war für mich schon immer von großem Interesse und ausschlaggebend für meine berufliche Zukunft. In beiden Aufgabenfeldern sehe ich meine persönlichen Stärken, sodass dieses Praktikum mit Sicherheit Aufschluss über einen möglichen Berufswunsch geben und eine Rolle bei der späteren Berufswahl spielen würde.

⁷Wall GmbH: „Unternehmensbereiche“, unter: <http://www.wall.de/de/company/unternehmensbereiche> (abgerufen am 07.01.2018)

⁸Wall GmbH: „WallDecaux“, unter: http://www.wall.de/de/outdoor_advertising/walldecaux (abgerufen am 07.01.2018)

⁹Vgl. ebd. (abgerufen am 07.01.2018)

2 Tätigkeitsbereiche und Aufgaben

Wie bereits erwähnt, hat sich schon zu meiner Zeit als Werkstudentin bei Wall herausgestellt, dass es einige Schnittstellentätigkeiten zwischen der IT-Abteilung und dem Marketing gibt, bei denen mein Team aus dem digitalen Marketing Unterstützung gebrauchen könnte. Vor dem Hintergrund, dass diese Bereiche durch den digitalen Wandel zunehmend miteinander verschmelzen, werden die Aufgaben oft komplexer und die Klärung des Zuständigkeitsbereichs gestaltet sich schwieriger. An diesem Punkt setzt mein Praktikum an: ich sollte Arbeitsaufträge erhalten, die sowohl im Digitalen Marketing, als auch in der IT Anwendung finden, denn dort ist Zusammenarbeit Pflicht.

Da sich meine Aufgabenbereiche als sehr vielfältig herausgestellt haben und es keine große Kernaufgabe gab, an der ich für drei Monate arbeiten sollte, geben die folgenden Abschnitte einen Einblick in die Arbeitsbereiche, mit denen ich mich am meisten beschäftigte.

2.1 Einarbeitung

Zu Beginn meines Praktikums wurde ich zunächst allen Personen aus dem Marketing und der IT-Abteilung vorgestellt, mit denen ich künftig zusammenarbeiten würde. Insgesamt empfand ich es als sehr aufmerksam und respektvoll, wie man mich an die verschiedenen Themenbereiche heranführte. Für die Einarbeitung nahmen sich meine Betreuer stets viel Zeit und legten Wert darauf, mich mit den jeweiligen Tools intensiv vertraut zu machen. Neben einer eigenen E-Mail-Adresse erhielt ich auch eigene Accounts und Zugänge für den alten und neuen Webseiten-Bereich sowie für das Intranet. Zusätzlich erhielt ich einige hausinternen, aber auch externen Infomaterialien zum Unternehmen und dem dazugehörenden Portfolio.

Da ich mit verschiedenen Tools und Content-Management-Systemen arbeiten würde, hat die Einarbeitungsphase möglicherweise mehr Zeit eingenommen, als vorher angenommen. Zur Einarbeitung erhielt ich meistens kleinere, nicht zeitgebundene Aufgaben; z.B. das Austauschen von Kontakten und Bildern auf der aktuellen Webseite oder die Aktualisierung von Daten im Intranet. Nachdem mir die grundlegende Funktionsweise der Systeme nähergebracht wurde, konnte ich viele Aufgaben nach dem *Learning by Doing*-Prinzip bewerkstelligen, was mich stets motiviert und einen großen Lerneffekt zur Folge hatte.

Obwohl ich zu Beginn meines Praktikums schon seit drei Monaten im Unternehmen arbeitete, erwies sich die Einarbeitungsphase als angemessen, da viele Aufgabenfelder für mich noch neu waren. Trotzdem waren die drei vorangegangenen Monate als Werkstudent hilfreich, um mich einzugewöhnen und die wichtigsten Strukturen und Konzepte des Unternehmens zu verstehen.

2.2 Website Relaunch

Den wohl größten und intensivsten Teil meines Praktikums nimmt der Relaunch der Website von Wall ein. Das neue Website-Konzept und Redesign von wall.de beschäftigte mich während der gesamten Praktikumszeit. Da mein Team fast ausschließlich

am Website-Projekt arbeitete, dienten viele meiner anderen Aufgabenbereiche dazu, das Team dahingehend zu entlasten. Dadurch bot sich für mich die Möglichkeit, sowohl an einem großen Vorhaben mitwirken zu können, als auch andere Teilbereiche abzudecken und kennenzulernen.

Zu Beginn meines Praktikums arbeitete mein Team bereits seit über einem Jahr an der neuen Website und ich stieg somit zu einem Zeitpunkt in das Projekt ein, an dem große Teile des Konzepts bereits feststanden und auch ein Teil des Contents schon eingebunden wurde.

Meine Aufgabe war es nun, bei der Gestaltung und der Konzeptionierung der noch offenen Seiten mitzuhelfen: Von der Idee über ein Konzept und den Entwurf bis hin zur Umsetzung mit Blick auf das Front-End wurde ich in alle Prozesse einbezogen.

Die neue Website wurde mit dem Content-Management-System und Framework Drupal entwickelt. Die Entscheidung, mit diesem CMS zu arbeiten, wurde nicht innerhalb unserer Abteilung getroffen, sondern entspricht den Rahmenbedingungen von JCDecaux weltweit. Als Teil dieses internationalen Unternehmens war es das Ziel, sich am Look & Feel der offiziellen Website von *jcdecaux*, *www.jcdecaux.com* zu orientieren und daher mit demselben Framework zu arbeiten. Ok cool

2.3 Event Management

2.4 Sonstige Aufgaben

2.5 Praktikum und Studium

2.5.1 Wissensanwendung im Praktikum

2.5.2 Bedeutung für die Zukunft

3 Bewertung des Praktikums

Darlegung des Methodenansatzes.

4 Ergebnisse

Die Ergebnisse einer anderen Arbeit sind in [1] dokumentiert. \LaTeX -Dateien können auch einfach per `\input{pfad/zum/dokument.tex}` eingebunden werden, so wie dies mit Tabelle 4.1 geschehen ist. Einige andere Ergebnisse finden sich in Tabelle 4.2.

Tabelle 4.1: Anwendung von Linien

Monat	1965	1966	1967	1968
November	2500	2800	4700	3200
Dezember	2300	2000	3600	2700

Wenn man \LaTeX nicht zu fest dreinredet, macht es was es soll.

Tabelle 4.2: Ein paar CUDA Messdaten

Method	# Calls	GPU time [μ s]	CPU time [μ s]	GPU time [%]
sumvecel_kernel	386	3095.55	3613.56	19.84
matvec_kernel	193	2587.87	2848.87	16.58
mattransvec_kernel	193	2566.69	2792.69	16.45
scalvec_kernel	386	2322.11	2778.11	14.88
squarevecel_kernel	386	2098.62	2547.62	13.45
sasum_gld_main	193	2044.48	2299.48	13.10
memcpyDtoH	202	831.52	3632.52	5.32
memcpyHtoD	7	28.54	36.54	0.18
sger_main_hw	3	27.04	30.04	0.17

5 Diskussion

Diskussion der Messdaten...

5.1 Eine Figur

In Abbildung 5.1 kann man schöne Farben erkennen. Im Gegensatz dazu sehen die Formeln aus Abschnitt ?? auf Seite ?? ein bisschen blass aus. Man erkennt auch eine gewisse Grösse von \LaTeX , Referenzen zu setzen.

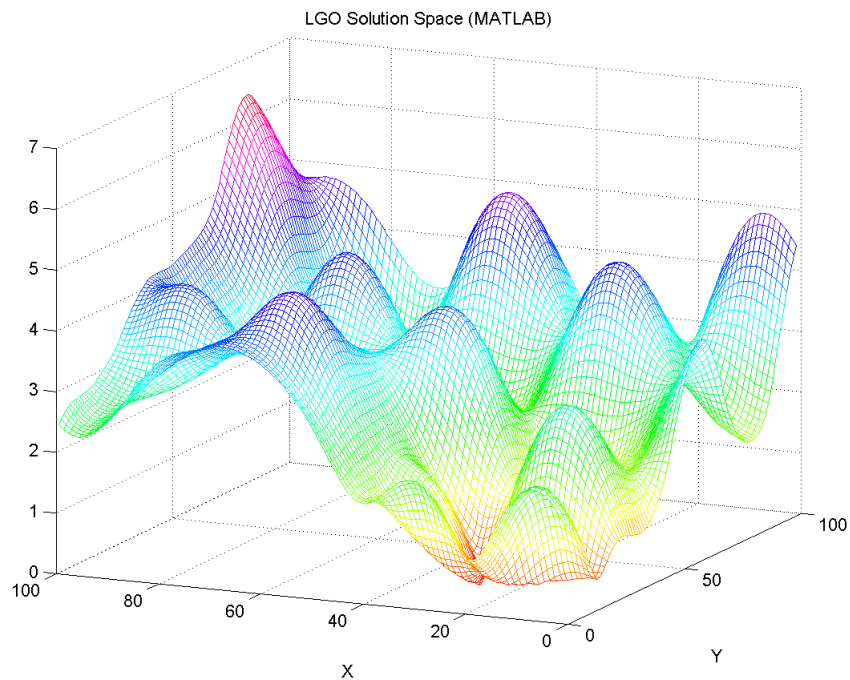


Abbildung 5.1: Ein Plot aus dem Internet [5], der mit MATLAB erstellt wurde.

6 Schluss

1. Kurze, prägnante Zusammenfassung der Ergebnisse, In-Beziehung-Stellen der Ergebnisse zur Einleitung
2. Anregungen zur weiteren Vertiefung Persönliche Bemerkungen: Schlussfolgerungen
3. Welche neuen Erkenntnisse? Wo zeigten sich besondere Schwierigkeiten? usw.

Abbildungsverzeichnis

5.1	MATLAB Plot	8
-----	-----------------------	---

Tabellenverzeichnis

4.1	Anwendung von Linien	7
4.2	CUDA Messdaten	7

Literaturverzeichnis

- [1] Boney, L., Tewfik, A.H., and Hamdy, K.N., "Digital Watermarks for Audio Signals," *Proceedings of the Third IEEE International Conference on Multimedia*, pp. 473-480, June 1996.
- [2] Goossens, M., Mittelbach, F., Samarin, *A LaTeX Companion*, Addison-Wesley, Reading, MA, 1994.
- [3] Kopka, H., Daly P.W., *A Guide to LaTeX*, Addison-Wesley, Reading, MA, 1999.
- [4] Pan, D., "A Tutorial on MPEG/Audio Compression," *IEEE Multimedia*, Vol.2, pp.60-74, Summer 1998.
- [5] <http://tugl1.tugraz.at/39093/files/-1/758/matlabgraph.gif>