



orientieren » Ich will was machen mit... » Branchen » Ich will was machen mit Werbung und Marketing – Hinterg...

Ich will was machen mit Werbung und Marketing – Hintergrund

Strategie, Kreativität und Technik

Produkte auf den Markt bringen und zielgruppengerecht kommunizieren – darum geht es in der Werbung und im Marketing. In dieser Branche eröffnen sich gleich mehrere Tätigkeitsbereiche mit facettenreichen Möglichkeiten für Abiturient*innen.



Marketing vereint verschiedene Aspekte: Es hat eine analytische, mathematische Komponente, eine künstlerische und eine technische. Am Ende müssen alle ineinandergreifen.

Foto: Isabella Fischer

Werbung und Marketing ist ein großes Feld, das ist auch Moritz Kleiser (24) bewusst geworden. „Weil ich den kreativ-technischen Bereich spannend fand, habe ich nach dem Abi zunächst eine Ausbildung zum Mediengestalter der Fachrichtung Bild und Ton gemacht. Dann habe ich gemerkt, dass ich doch lieber in die strategische Richtung und den wissenschaftlichen Bereich gehen möchte.“ Also entschied er sich für das Studium der Betriebswirtschaft mit dem Schwerpunkt Marketingkommunikation/Werbung an der Hochschule Pforzheim. Das fünfte von regulär sieben Semestern hat er nun erreicht.

Starke Marken aufbauen

Im ersten Studienjahr drehte sich alles um die betriebswirtschaftlichen Grundlagen, die den Großteil des Bachelorstudiums ausmachen. Seit dem dritten Semester taucht Moritz Kleiser immer mehr in die Thematik Marketing und Kommunikation ein. „Wir haben strategische Fächer wie Marketing und Kommunikationscontrolling,



Moritz Kleiser

Foto: Elke Obser

aber auch eher kreative wie Grundlagen der Gestaltung“, erzählt er. Ziel ist, die Studierenden darauf vorzubereiten ganzheitliche, marktgerichtete Kommunikationskonzepte zu entwickeln und starke Marken aufzubauen.

„Wir realisieren viele Projektarbeiten mit echten Kunden und können so das Gelernte gleich in der Praxis vertiefen. Das gefällt mir an diesem Studiengang besonders gut“, erzählt er. Demnächst steht für den 24-Jährigen ein komplettes Pflichtpraxissemester an. „Ich habe dafür schon die Zusage einer großen Werbeagentur in Hamburg erhalten“, freut er sich. „Dabei haben mir unsere Professoren und das Netzwerk der Hochschule sehr geholfen.“

Bevor er sich für ein Einsatzfeld entscheidet, möchte Moritz Kleiser abwarten, welcher Bereich ihn im Praktikum besonders anspricht. Anstatt in einer Agentur könnte er auch in einer Marketing-, PR- oder Social Media-Abteilung eines großen Unternehmens anfangen. Der nächste Schritt ist für ihn aber erst mal ein Master, zum Beispiel Creative Communication & Brand Management.

Konzeption und Kreativität



Markus Bremer

Foto: privat

Einen Überblick über die verschiedenen Bereiche des Berufsfelds Werbung und Marketing verschafft Markus Bremer vom Hochschulteam der Arbeitsagentur Göttingen: „Um die richtigen Weichen zu stellen, ist es wichtig zu wissen, an welchen Rädchen man später einmal drehen möchte“, weiß der Berufsberater aus Erfahrung.

Er nennt vier große Hauptbereiche, zunächst die Konzeption. „Die allermeisten finden den Zugang hierzu über ein betriebswirtschaftliches Studium, denn Marketing ist ein Teilbereich dieser Fachdisziplin. Es bedeutet wörtlich, etwas auf den Markt zu bringen.“ Hier werden unter anderem Werbemittel geplant und Zielgruppen analysiert. Es geht dabei also mehr um Zahlen als um kreative Ideen, eine Affinität zur Mathematik sollten Interessierte daher mitbringen. Wer strategisch tätig sein möchte, ist demnach im BWL-Studium gut aufgehoben und spezialisiert sich währenddessen auf den Bereich Marketing und sattelt vielleicht noch einen spezialisierten Master auf.

Wer es weniger betriebswirtschaftlich angehen möchte, könnte über Studiengänge wie Wirtschaftspsychologie, Medien- oder Kommunikationswissenschaften in den Bereich Konzeption gelangen. Außerdem führen vereinzelte Berufsausbildungen dorthin, wie der Experte bestätigt. „Kaufleute für Marketingkommunikation bestimmen Zielgruppen, analysieren Märkte und koordinieren die Prozesse in Werbeagenturen. Medienkaufleute wiederum sind eher bei Verlagen angestellt.“ Als weitere Optionen nennt er die Kaufleute für E-Commerce sowie Kaufleute für Dialogmarketing.

Bei zwei weiteren Teilbereichen von Werbung und Marketing kommt es hingegen ganz besonders auf Kreativität an. „Da wäre zunächst der große Bereich Design mit Studiengängen wie etwa Kommunikationsdesign, Grafikdesign oder Multimediadesign“, zählt Markus Bremer auf. Für potenzielle Bewerber*innen hat er noch einen wichtigen Hinweis. „Weil es sich um Kreativstudiengänge handelt, ist in der Regel vorher eine Eignungsprüfung zu bewältigen. Die Anforderungen sind dabei oftmals hoch.“ Auf Ausbildungsebene ist hier Mediengestalter*in Digital und Print einer der zentralen Berufe, und zwar in den Fachrichtungen „Gestaltung und Technik“ sowie „Konzeption und Visualisierung“.

Der technische Bereich

Ein weiterer großer Bereich von Werbung und Marketing ist die Technik. „Hier gibt es ebenfalls diverse Studiengänge wie etwa Medientechnik oder Druck- und Medientechnik“, weiß Markus Bremer. „Wer lieber eine duale Ausbildung machen möchte, könnte sich für die Berufe Mediengestalter Bild und Ton oder Medientechnologe entscheiden.“

Insgesamt sei Werbung gerade bei jungen Leuten wohl so beliebt, weil sie so allgegenwärtig ist. „Man wird ständig mit Werbung konfrontiert, Berufe mit Werbung kommen oft in den angesagten Serien von Streaminganbietern vor. Es hat etwas mit Kommunikation zu tun und man darf dabei kreativ und ein bisschen exzentrisch sein.“ So sind zumindest

die Bilder in den Köpfen vieler Abiturient*innen. In der Realität hat der Beruf zwar auch solche Aspekte, aber der Alltag spielt sich eher am Schreibtisch und am Rechner ab, oft verbunden mit Überstunden. Das sollte man nicht unterschätzen.

Und wie sehen die Chancen auf dem Arbeitsmarkt aus? Im Jahr 2019 waren im Berufsfeld Marketing und Werbung insgesamt 441.000 Personen sozialversicherungspflichtig beschäftigt, ein Prozent weniger als im Vorjahr. „Der Berufseinstieg gestaltet sich aufgrund der großen Beliebtheit des Arbeitsfeldes oftmals nicht ganz einfach, denn die Konkurrenz um freie Stellen ist groß“, erklärt Claudia Suttner vom Team Arbeitsmarktberichterstattung der Bundesagentur für Arbeit. „Hochschulabsolventen, die in dieses Berufsfeld einsteigen möchten, brauchen also ein hohes Maß an Eigeninitiative und sollten schon während des Studiums entsprechende Kontakte knüpfen.“ Grundsätzlich sollte man eine gewisse Harträchtigkeit und Durchsetzungsvermögen mitbringen, wenn man in dieser Branche Fuß fassen möchte.

Weitere Informationen

studienwahl.de

Infoportal der Stiftung für Hochschulzulassung in Kooperation mit der Bundesagentur für Arbeit. Hier kannst du im „finder“ nach Studiengängen in ganz Deutschland suchen.

[🔗 studienwahl.de](https://studienwahl.de)

berufsfeld-info.de

Das Informationsportal der Bundesagentur für Arbeit zeigt Berufswelten im Überblick

[🔗 berufsfeld-info.de](https://berufsfeld-info.de)

BERUFENET

Das Netzwerk für Berufe der Bundesagentur für Arbeit mit über 3.000 aktuellen Berufsbeschreibungen in Text und Bild

[🔗 berufenet.arbeitsagentur.de](https://berufenet.arbeitsagentur.de)

BERUFE.TV

Das Filmportal der Bundesagentur für Arbeit.

[🔗 berufe.tv](https://berufe.tv)

Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW)

[🔗 zaw.de](https://zaw.de)

Deutscher Werberat

[🔗 werberat.de](https://werberat.de)

Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V. (IVW)

[🔗 ivw.eu](https://ivw.eu)

Verband der deutschen Messewirtschaft - AUMA

[🔗 auma.de](https://auma.de)

FAMA Fachverband Messen und Ausstellungen e.V.

fama.de

Stand: 15.02.2021



Diese Seite ist erreichbar unter:

<https://abi.de/orientieren/berufsarbeitsfelder/branchen/ich-will-was-machen-mit-marketing-und-werbung>

oder scanne einfach den QR-Code