

Werbetexter/in



Berufsbeschreibung

Ohne Kreativität, Flexibilität und ein wenig Verrücktheit geht hier gar nichts! Denn Werbetexte dürfen, sollen – ja, müssen – auffallen, wenn sie nicht ihren Zweck verfehlen wollen. Doch ist nicht schon längst alles gesagt, was sich über Zahnpasta, Staubsauger, Waschmittel oder Kaffee sagen lässt?! Anscheinend nicht, denn es gilt vor allem den Vorteil gegenüber der Konkurrenzprodukte oder Dienstleistungen hervorzuheben.

Werbetexter und -texterinnen formulieren Schlagzeilen, Slogans, Anzeigentexte und Broschüren, Dialoge für Radio- und Fernsehspots, aber auch Internetauftritte und Konzeptbeschreibungen, wenn es darum geht, eine ganze Kampagne zu entwickeln.

Die Arbeitszeiten können manchmal überborden, wenn auf eine Präsentation hingearbeitet wird und vielleicht in letzter Minute die ultimative Idee gekommen ist, so dass noch eine dritte Kampagne ausgetextet und gelayoutet werden muss.

Ein Beruf für Sprachakrobaten, sensibel für Zeitgeist und gern am Puls des Geschehens.

Anforderung

Möglichst Abitur und möglichst früh Einstieg als Juniortexter/in in Werbeagenturen; die meisten Agenturen arbeiten mit Einstellungstests. Gute Chancen für Quereinsteiger.

Sprachgefühl, Erfindungsgeist, Spritzigkeit, Mut zum Ungewohnten, keine 8.00–17.00-Uhr Job-Mentalität, Engagement, guter Kundenkontakt und gutes Gespür für Kundenwünsche, Geschick für Denken in komplexen Zusammenhängen, Flexibilität, Belastbarkeit, ständige Lernbereitschaft, Teamfähigkeit, Selbständigkeit, Sensibilität für sprachliche Entwicklungen, überdurchschnittliche Ausdrucksgewandtheit (mündlich und schriftlich), Toleranz für unregelmäßige Arbeitszeiten.

Ausbildung

Weiterbildung im Bereich Werbe- und Mediengestaltung oder Marketing.

6–8 Semester Studium: Bachelor of Arts in Germanistik, Sprache oder Kommunikation.

Entwicklungsmöglichkeiten

Projektleitung einer Werbeagentur, Creative Director, Geschäftsführung; selbständige/r Texter/in, Unternehmer/in.