



Ausbildung

Wer seine berufliche Zukunft im Marketing sieht, sollte am Puls der Zeit bleiben

Was ist Ihr Tipp für den Nachwuchs?

Die Marketingbranche hat einen Fachkräftemangel zu beklagen, insbesondere wenn es die Disziplin digitales Marketing. Dabei sind die jungen Leute wie acht für Jobs in der Online-Welt, wenn sie doch keine Zeiten ohne YouTube, Amazon und Facebook. Nur welchen Weg gilt es heute einzuschlagen? Ausstudium? Quereinsteiger? Agenturpraktika? Wir wollten von unseren Lesern wissen, welche Kompetenzen/Qualifikationen gefragt sind für einen Einstieg in die Marketingbranche, und was die Interessierten raten würden, die den Weg einschlagen möchten. Kurz: Was ist Ihr Tipp für den Nachwuchs?

Jan Lanio
barz & Partner, Hamburg
Marketer brauchen wir junge Kollegen, die brennen, sich begeistern lassen,

quer und neu denken, um innovative, frische und erfolgreiche Kommunikation zu entwickeln. Und das gilt für alle Disziplinen, egal ob Kreation, Beratung oder Technik. Werbung ist nicht nur ein Job, Werbung ist Leidenschaft. Deshalb sind neben den fachlichen Qualifikationen berufsrelevante Praktika wichtig, aber auch „artverwandte“ Interessen oder Hobbys wie Musikmachen, einen Blog betreiben, selber Videos produzieren etc., denn sie verdeutlichen die Leidenschaft für Kommunikation und Kreation. Und ja, der Job ist fordernd, aber es gibt in wenigen Branchen mehr Freiheiten und frühe Eigenverantwortung als in der Werbung. Wo sonst kann ich in Shorts und Flip-Flops an der Elbe im Café die neueste Kampagne für einen Kunden entwickeln. Keine Stempelkarten, kein leger Friday, stattdessen Becken nach sechs.

Stefan Ropers

Adobe Systems, München

Generation Y und Z bringen als Digital Natives die besten Voraussetzungen mit, leicht ins Digitalmarketing einzutauchen und es fachlich zu durchdringen. Mittlerweile gibt es viele digitale Studiengänge, die den Nachwuchs mit dem nötigen Wissen ausstatten. Echtes Interesse an der digitalen Welt und ihren Trends ist aus meiner Sicht aber das Wichtigste. Dazu gehört es, durch die Beschäftigung mit relevanten Medien und Multiplikatoren am Puls der Zeit zu bleiben und sich selbstständig mit digitalen Themen auseinanderzusetzen sowie selbst auf Facebook und Co. präsent zu sein. Zum anderen empfehle ich aus eigener Erfahrung, möglichst früh Praxisluft zu schnuppern. Praktika, Werkstudententätigkeiten und ähnliches helfen enorm, erste Erfahrungen zu sammeln, Einblicke in die Branche zu gewinnen und relevante Kontakte zu knüpfen. Vor allem Agenturen sind ein guter Anlaufpunkt für den Nachwuchs. Sie bieten ein breites Erfahrungsspektrum und nehmen oft Absolventen auf.

Semih Stöcker

Fleet ad, Köln

Ein Studium ist für jeden Einsteiger eine gute Grundlage. Vor allem Bewerber mit Auslandsstudium oder Auslandssemestern kommen gut an, da der Bereich Marketing immer digitaler wird und immer internationaler agiert. Auch Praktika im Ausland verschaffen einem Vorteile. Mein Tipp: Wählen Sie dafür nicht die „komfortablen Plätze“ aus. Suchen Sie sich Praktika dort, wo die hippe Digital-Szene sitzt, also etwa in Mumbai, Hyderabad, St. Petersburg, Shanghai oder Shenzhen. Auch die ersten Berufserfahrungen lassen sich an diesen Orten leichter sammeln. So sind Sie für die globale digitale Welt bestens gerüstet.

Ina Wagner

Nexiga, Bonn

Die Zukunft des Marketings liegt zunehmend in der Spezialisierung. Ein traditionelles Marketing-Studium reicht da meist nicht aus. Auch die zusätzliche Nutzung von YouTube, Facebook & Co. machen es leider noch nicht möglich, Besucher auf eine Online-Präsenz zu lenken. Hier ist ein Mix aus aktuellem Wissen und technischem Know-how gefragt. Auch die Empathie für Zielgruppen, Märkte und Designs wird

nach wie vor ein Grundbaustein des Marketings sein. Bringen Bewerber zudem Eigenschaften wie Kreativität, Gefühl für Gestaltung und crossmediales Denken mit, sind diese aus meiner Sicht gut aufgestellt.

Jan Möllendorf

defacto x, Erlangen

Drei Tipps: sich selbst treu sein und herausfinden, wofür man wirklich brennt – wenn man die Weichen richtig stellt, wird man auch Erfolg haben. Zweitens: die Ausbildung breit anlegen und flexibel bleiben, um seinen Neigungen und sich ergebenden Chancen entsprechend finetunen zu können. Wir arbeiten im Beta-Modus – das gilt auch fürs Lernen. Und drittens: bei interessanten Unternehmen anheuern, ob für Praktika oder zur Anstellung, bei denen man sich persönlich und fachlich weiterentwickeln kann.

Alexander Krug

Supercat, Berlin

Im Marketing zählt vor allem eines: Kreativität. Wenn wir z.B. neue Kollegen für unsere Agentur suchen, ist es ehrlich gesagt zweitrangig, was die Bewerber studiert haben, welche Ausbildung oder welchen beruflichen Weg sie bisher eingeschlagen haben. Wesentlich wichtiger finde ich, dass man merkt, dass die Interessierten am Puls der Zeit leben, den Blick über den Tellerrand wagen und sich das gewisse Maß an kreativem Querdenken zutrauen, bei dem zunächst nur grandiose und unkonventionelle Eingebungen zählen – erst im zweiten Schritt geht's um das pragmatische Realisieren der „Luftschlösser“.

Werner Kubitscheck

netzeffekt, München

Wir legen sehr großen Wert darauf, dass Berufseinsteiger zeigen, dass sie für das Thema Digitalmarketing brennen und das auch durch erste Aktivitäten/Projekte, Werkstudententätigkeiten etc. untermauern können. Ob die/derjenige dann aus einem Studium kommt oder Quereinsteiger ist, spielt für uns eine eher untergeordnete Rolle. Bislang konnten wir alle Stellen durch eigene Maßnahmen gut besetzen, spüren aber eine sehr starke Nachfrage nach Data-Analysten.

Weitere Antworten finden Sie auf ONEtoONE.de