

## Berliner Werber-Ausbildung

### Vom Babyhang zur Buckelpiste

Von Andreas Voigt



Andreas Voigt

**Gute Werbebotschaften zünden flott. Wo lernt man, griffige Ideen zu entwickeln? Zum Beispiel an der Miami Ad School. In Berlin beschäftigen sich junge Texter zwei Jahre lang mit Kampagnen aller Art. Und merken bald, dass sie die Ärmel hochkrepeln müssen, statt die Füße hochzulegen.**

Empfehlen 62

27



Dozent Tom Schwarz hat eine knifflige Aufgabe im Gepäck: eine Kampagne für Fender-E-Gitarren. Sicher, die Marke ist edel und legendär, aber etwas in die Jahre gekommen ist sie auch. Nun soll ein Dutzend Studenten der Miami Ad School ihr mit 20 Werbeideen neues Leben einhauchen. Sie präsentieren ihre Ergebnisse zu zweit oder dritt, manche auch solo.

Katharina Merhaut, 20, und zwei Mitstreiter eilen nach vorn. Sie pinnen Skizzen an die Metalltafel, stellen jede Zeichnung einzeln vor, erklären ihre Einfälle. Einer davon: Die Hand Gottes durchbricht das Wolkenmeer und spielt auf Hochspannungskabeln wie auf den Saiten einer Gitarre. Der Hals einer Fender-Gitarre ragt ins Bild, darunter die Headline: "addicting sound" (etwa: süchtig nach dem Sound). Die Botschaft: "Nur göttliche Hände bringen den übersinnlichen Sound einer Fender so richtig zum Klingen", so erklärt es Katharinas Team.

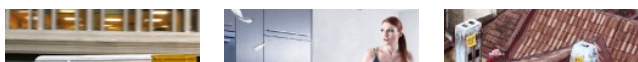
Andere Studenten stellen weitere Ideen vor: Ein Möchtegern-Rockstar betrachtet sich mit seiner Fender im Spiegel und träumt davon, ein ganz Großer zu werden.- Das Fender-Parfüm enthält echten Rockstar-Schweiß.- Der Romeo versucht mit Hilfe seiner Zaubergitarre, Julia zu betören.

In der Feedbackrunde stellen die Studenten Fragen und sagen ihre Meinung. Tom Schwarz, Geschäftsführer der Berliner Dependence der [Werbeagentur Jung von Matt](#), beurteilt die Arbeiten, nennt seine Favoriten und erklärt, welche Idee in welchem Werbemedium funktionieren könnte: "Der Möchtegernrockstar ist gut, er eignet sich aber weniger für eine Print-Anzeige als vielmehr für einen TV-Werbespot", so der Kommunikationsprofi.

#### Von Glamour keine Spur

"Mit Worten und Bildern Geschichten zu erzählen ist großartig", sagt Katharina Merhaut. An der Miami Ad School ist sie im dritten Quartal ihrer Ausbildung zur Werbetexterin; acht Quartale zu je drei Monaten sind es insgesamt. Gerade ist sie unter Druck, weil sie an fünf Kampagnen gleichzeitig arbeitet, meist im Team mit einem Art-Direktor, der "mehr für die grafische Umsetzung zuständig ist". Katharina lernt, wie man griffige Headlines textet, wie man Broschüren oder Newsletter, Produktbeschreibungen oder Pressemitteilungen mit den richtigen Worten füllt.

#### Fotostrecke



ANZEIGE

#### Fotostrecke



**Wunderbare Welt der Werbung: Die skurrilsten**  
Denglisch-Kapriolen

#### Die Werbebranche

##### Deutschlands Werber



Corbis

In der deutschen Werbebranche arbeiten Schätzungen zufolge mehrere hunderttausend Menschen, viele davon als Freiberufler. Der Zentralverband der Deutschen Werbewirtschaft (ZAW) ging im Jahr 2006 von gut 130.000 Stellen in den Werbeagenturen hierzulande aus.

##### Die Agenturlandschaft

##### Die Riesen der Branche

##### Jung & weiblich

#### Fotostrecke



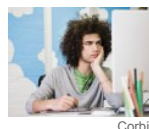
**Werbeagentur Jung von Matt: Da steht 'n Pferd auf dem Flur**

#### Verwandte Themen

- Werbung
- Werbekampagnen
- Alle Themenseiten

#### Wo geht's denn hier zur Werbung?

##### Ausbildung



Corbis

In der Werbung können junge Menschen in ganz verschiedenen Bereichen anheuern. Die Kreativabteilungen suchen zum Beispiel Werbetexter oder



**Werbe-Ideen:** Worauf die Miami Ad School stolz ist

4 Bilder

Die Miami Ad School ist eine private Schule zur Ausbildung von Werbetextern, Art Direktoren und Grafikdesignern, neben der Hamburger Texterschmiede die wichtigste in Deutschland. Gegründet wurde sie von Niklas Frings-Rupp und Oliver Voss. Als Frings-Rupp im Sommer 2003 die Zentrale in Miami besuchte, begeisterten ihn der "Spirit und die Motivation" der Studenten dort. Mit Voss eröffnete er den ersten deutschen Ableger in Hamburg, 2009 dann den Standort in Berlin.

Die Schulräume liegen in einem typischen Berliner Hinterhof, hinter schweren grauen Eisentüren im ersten Stock eines alten Fabrikgebäudes aus Backstein. Drinnen kann man von einer knallig-orangefarbenen Couch aus auf einem großen Flachbildschirm die besten Kampagnen verfolgen, die Studenten auf den Weg gebracht haben.

Glamourös ist das nicht, keine Spur von der verheißungsvollen, bunten Werbewelt. Doch die Trophäensammlung im Büro von Niklas Frings-Rupp gibt eine Ahnung, dass sich hinter dem schlichten Ambiente eine sehr erfolgreiche Werbeschule verbirgt. Vom "Cannes Löwen" über den "Clio" bis hin zum "goldenen pencil" des "One Show"-Wettbewerbes reihen sich im Regal hinter seinem großen weißen Schreibtisch allerhand Preise aus der Welt der Slogans und Headlines.

#### Vorbereitung auf den harten Agenturalltag

"Es gibt meines Wissens keine Werbeschule, die auch nur annähernd so viele Preise gewonnen hat wie wir", sagt der Geschäftsführer der Schule stolz. Wer hier seinen Abschluss mache, habe quasi eine Jobgarantie. Namhafte Agenturen wie Scholz & Friends, Saatchi & Saatchi oder Jung von Matt rekrutieren oft ihren Nachwuchs aus den Absolventen der Miami Ad School.

Frings-Rupp, 43, trägt halblange wasserstoffblonde Haare, eine schwarzgerandete Brille, weißes Hemd und dunkles Sakko. Sein rechtes Handgelenk ziert ein silbernes Armband, um seinen Hals windet sich ein locker gebundener grauer Schal. Der gebürtige Duisburger kommt dem Kreativen-Klischee ziemlich nahe: einem Menschen, der umwerfende Werbeideen nur so aus dem Ärmel schüttelt. Mit einem Jahrzehnt Erfahrung als Texter und -Kontakter vor der Schulgründung spricht Frings-Rupp eher von Leidenschaft und harter Arbeit: "Eine gute Kampagne entsteht nur, wenn du bereit bist, die Ärmel richtig hochzukrempeln."

#### Miami Ad School

##### Die Ausbildung

An der Miami Ad School in Hamburg und Berlin werden Werbetexter, Art Direktoren und Grafikdesigner ausgebildet. Das zweijährige Programm ist unterteilt in acht Quartale zu je drei Monaten.

##### So geht's

##### Was das kostet

##### Bewerbung

Die Miami Ad School gibt es in insgesamt neun Ländern. Das Wechseln des Standorts während des Studiums ist Teil des Konzeptes, Flexibilität in der Werbebranche eine Grundtugend. Die Berliner Ausbildung haben bereits mehr als 100 Studenten aus über 35 Nationen absolviert. Von Beginn an entwickeln sie Kampagnen unter realistischen Bedingungen, reichlich Zeitdruck und Anleitung echter Profis, die selbst Art-Direktoren oder Werbetexter in nationalen und internationalen Agenturen sind.

Unterrichtssprache ist meist Englisch, hinzu kommen Praktika im In- und Ausland. Keiner der Absolventen solle später vom harten Agenturalltag überrascht werden, sagt Frings-Rupp: "Den Babyhang können viele bewältigen. Hier lernen die Studenten, wie sie die Buckelpiste herunterkommen."

#### "Moskau war ein Kulturschock"

In ihren Projekten wirbt Katharina Merhaut für Kleinwagen, Kinofilme oder karitative Veranstaltungen. "Immer geht es darum, eine gute Idee zu entwickeln und damit die Zielgruppe passgenau anzusprechen", sagt sie. Die junge Wienerin steht noch am Anfang, Moritz Peter Förster, 23, bereits kurz vor Ende der Ausbildung. Er ist viel in der Welt herumgekommen, absolvierte Praktika in Amsterdam, San Franzisko und Moskau - "Moskau war ein Kulturschock, aber sehr inspirierend".

Der angehende Werbetexter will im Sommer das Studium abschließen und schnell

Grafiker; im Beratungsbereich bilden Agenturen unter anderem ihre Marketing- oder Strategieexperten aus. Zudem gibt es auch Event- oder Mediaplaner, die etwa Zeitschriften oder TV-Sender im Blick haben.

#### Genau hinschauen

#### Zugang und Studium

#### Bachelor oder Master?

#### Praktika

### Mehr auf SPIEGEL ONLINE

#### Ein Tag mit einer jungen Werberin: Die

Illusionsmaschine (02.05.2011)

**Denglische Werbung:** Worst Case ist keine Wurstkiste (04.05.2011)

**Aufnahmetests für junge Werber:** "Der erste Schritt zur Unsterblichkeit" (05.05.2011)

**Denglisch-Quiz:** Lost in Translation

**Schräge Bewerbungen:** Originell schon, aber bitte kein Mumpitz (24.03.2011)

**Gute englische Werbesprüche:** Na also, geht doch

**Start in der Werbebranche:** Geist ist geil (13.01.2005)

### Reich durch Werbung?

#### Magere Einkommen für Berufseinsteiger



Corbis

Wer nach dem Studium in der Werbebranche einsteigt, verdient meist weit schlechter als in vielen anderen Akademiker-Berufen. Im Schnitt monatlich 2228 Euro brutto zahlen die größeren Agenturen einem Junior-

Mitarbeiter nach seiner Ausbildung, ergab eine Umfrage des Gesamtverbandes Kommunikationsagenturen (GWA). Bei der Agentur Scholz & Friends zum Beispiel sind es zwischen 2000 und 2500 Euro. Ein Viertel der befragten Firmen überweist sogar weniger als 2000 Euro brutto. Manche Spitzenagenturen zahlen besonders talentierten Anfängern aber auch 3000 Euro oder mehr.

#### Erfahrene Werber

#### Trainees

#### Praktika

### Mehr im Internet

#### Miami Ad School

SPIEGEL ONLINE ist nicht verantwortlich für die Inhalte externer Internetseiten.

### Social Networks



KarriereSPIEGEL auf Facebook

Gefällt mir

1,433 Personen gefällt KarriereSPIEGEL.



Thilo



Spomenk



Kazim



Milena E.



Norbert



Claudia

einen [Einstiegsjob als Junior-Texter](#) in einer Berliner Agentur ergattern; die Mappe mit seinen besten Studienarbeiten ist bald vollständig. Er träumt davon, später eine eigene Werbeagentur zu gründen.

## Denglisch-Quiz - Lost in Translation



Wenn Werber besonders kreativ sein wollen, versteht der Konsument oft nur Railway Station, also Bahnhof - bei englischer Reklame nämlich. Komm rein und finde wieder raus: **Begreifen Sie, was diese zehn Sprüche uns sagen sollen?** mehr...

Auf dem Weg dahin befürchtet Förster nicht, von Agenturen ausgebeutet zu werden und womöglich Werbeslogans im Akkord zu produzieren, für wenig Geld und mit vielen unbezahlten Überstunden. Längst hätten "die guten Agenturen" erkannt, dass das so nicht funktioniere, sagt er.

Werbe-Einsteiger müssten sich "darüber im Klaren sein, dass das keine Arbeit zum Fuße hochlegen ist", sagt Geschäftsführer Frings-Rupp. Dafür seien die Jobs spannend wie nur wenige andere: "Wo sonst lernt man ständig interessante Leute kennen, reist viel und kann allen voran seine eigenen Ideen umsetzen?"



**Andreas W. Voigt** (Jahrgang 1972) ist freier Journalist in Berlin.

Empfehlen

62 Empfehlungen. [Registrieren](#), um die Empfehlungen deiner Freunde sehen zu können.



27

Auf anderen Social Networks posten:

## Forum

### Diskutieren Sie über diesen Artikel

Die neuesten Beiträge: insgesamt 12 Beiträge [zum Forum...](#)

heute, 08:36 Uhr von **Ambro: bla**

Das mit der erhöhten Häufung ist mir auch aufgefallen. Mir schien auch der Name einer größeren Agentur etwas zu häufig zu fallen und alles wird ein wenig ZU optimistisch dargestellt - obgleich ständig betont wird, dass der Job [...] [mehr...](#)

07.05.2011 von **KardinalLandrut:**

Es ist industrialisierte Kreativität, ganz einfach.. Waschmittelwerbung ist ein eigenes Ding, das ist ja fast immer das gleiche. Autowerbung genauso, bei letzterer geht es zu einem ganz großen Teil um die visuelle Ästhetik. [...] [mehr...](#)

07.05.2011 von **juerv1:** .

Also für mich zeigt sich Kreativität darin, dass einer einen tollen Song schreibt, ein schönes Gemälde malt oder einen guten Roman verfasst - aber nicht darin, die x-te Variante einer Waschmittel- oder Autowerbung zu [...] [mehr...](#)

07.05.2011 von **Gungan: Das ist wie beim Spiegel**

Der Spiegel wirbt seit Jahren mit der kreativen Perle "SPIEGEL-leser wissen mehr". Das ist eigentlich eine glatte Falschaussage, weil die meisten wissen gar nicht mehr, sie hören sich im ersten Moment immer nur so an. Der [...] [mehr...](#)

07.05.2011 von **pixelschrubberh: ...**

Vieles ist tatsächlich Handwerk. Trotzdem braucht es, wie in jedem Handwerk, das Wissen um die richtige Anwendung. Unter verschiedensten Bedingungen, in einem gesättigtem Markt und einer Überflussgesellschaft, muss der Konsument [...] [mehr...](#)

**Und Ihre Meinung? Diskutieren Sie mit! [zum Forum...](#)**

## News verfolgen

Lassen Sie sich mit kostenlosen Diensten auf dem Laufenden halten: [Hilfe](#)

alles aus der Rubrik [KarriereSPIEGEL](#) [RSS](#)

alles aus der Rubrik [Berufsstart](#) [RSS](#)

alles zum Thema [Und nun zur Werbung - KarriereSPIEGEL](#) [RSS](#)

## Partnerangebote



DPA

**Brutto-Netto-Rechner:** Was bleibt vom Gehalt?

**Praktika:** Türöffner zum Traumberuf

**Ausbildungsplätze:** Ohne Umweg in den Job

**Seminarmarkt:** Machen Sie sich wertvoller

**Jobmessen und Veranstaltungen:** Treten Sie in Kontakt

**Hochschulkompass:** Wo kann man was studieren?

## Bewerbungstipps



DPA

**Sicher durchs Interview:** Wie Personalierer die Bewerber grillen

**Bewerbungsfotos:** Bitte recht seriös!

**Schräge Bewerbungen:** Witzschkeit kennt durchaus Grenzen

**Tipps für Arbeitslose:** Selbstverzewergung gilt nicht

**Absage garantiert:** Wie man eine Bewerbung gründlich vergeigt

**Tipps für Ältere:** Arbeiten bis 67? Schön wär's!

## Quiz & Test



SPIEGEL ONLINE

**Arbeitszeugnisse:** Der geheime Code der Chefs

**Bürogezeter:** Das kleine Schimpfwort-ABC

**Arbeitsrecht-Quiz:** Finden Sie die Fallstricke

**Einkommens-Quiz:** Wer verdient wie viel?

**Sprachtest:** Sind Sie fit im E-Mail-Englisch?

**Praktikanten:** Kennen Sie die Rechte der Kaffeekecher?

## Service von SPIEGEL-ONLINE-Partnern

ANZEIGE



Finden Sie Ihre Traumimmobilie! Powered by immowelt.de

Immobilie suchen...



Partnersuche für Akademiker und Singles mit Niveau.

Jetzt gratis anmelden...



Premium Fahrzeuge bei SIXT zu Top Preisen ab 25€ pro Tag!

Jetzt buchen...



Unterhaltung pur mit dem Nokia N8 im edlen Design

Jetzt bei o2...



Karrieresprungbrett XING: Finden Sie Ihren Traumjob!

Jetzt kostenlos anmelden