

Meisterlich in zwei Tagen

Fortbildung: Die Hamburger Texterschmiede erweitert ihr Angebot um Meisterkurse

Ein Effekt der Digitalisierung ist der enorme Bedarf an Content und damit an Text. Grund genug für Deutschlands älteste Texterschule, die Hamburger Texterschmiede, ihr Angebot an die Nachfrage anzupassen. Denn längst beschäftigen nicht mehr nur Werbeagenturen Texter. Auch Dienstleister in den Arbeitsgebieten Media und Online sowie werbungstreibende Unternehmen unterhalten heute umfangreiche Teams, die unterschiedliche Inhalte produzieren.

Um diesen Unternehmen bundesweit und über die Landesgrenzen hinaus ein passendes Angebot machen zu können, hat sich die Führungsmannschaft des Texterschmiede-Vereins um den Geschäftsführenden Vorstand Matthias Berg „Meisterkurse“ ausgedacht. Mittlerweile gibt es an der Texterschule in Hamburg sechs unterschiedliche Meisterkurse, von Text Basis über Text Aufbau, Präsentation, Ideen und Social Media bis hin zu Strategie. Die Intensivseminare für maximal zwölf Schüler dauern jeweils zwei Tage. „Unsere Teilnehmer aus Agenturen, mittelständischen Unternehmen und Konzernen profitieren in unterschiedlicher Weise von dem Format: Selbstständige suchen das kreative Update und Feedback, Berufsanfänger eine erstklassige Qualifizierung und Seiteneinsteiger kreatives Handwerkszeug“, sagt Berg.

Einen Meisterkurs können sich Auftraggeber aber auch maßschneidern lassen. Denn die Texterschmiede bietet das Format auch als Inhouse-Seminar an, das vor Ort beim Unternehmen jeweils zwei Dozenten durchführen – neben Berg sind das der freie Kreative Alexander Baron sowie Autor und Kreativdirektor Michael Matthiass. In Zusammenarbeit mit ihren Kunden stellt die Texterschmiede dafür individuell die Inhalte zusammen, die unterrichtet werden sollen. Zu den Auftraggebern, die das Angebot bislang gebucht haben, gehören unter anderem die R+V Versicherungen, Gruner + Jahr, Hapimag und der WDR. „Unser Setting – zwei Tage, zwei Dozenten und maximal zwölf Teilnehmer, die nach dem Seminar durch unsere Druckbetankung einsatzfähig sind, macht unser Angebot unique“, trommelt Berg überzeugt für die Meisterkurse.

Anders als sich die Macher der Texterschmiede bei der Konzeption der Meisterkurse gedacht hatten, buchen vor allem Unternehmen das Format und nicht Agenturen. Für Berg ein Indiz dafür, dass sich die Firmen von den Dienstleistern im Bereich Text/Content unabhängig machen und eigene Kompetenz aufbauen wollen – auch weil sie heute viele verschiedene Kommunikationskanäle bedienen und mit Text bestücken müssen.

Basis der Texterschmiede bleibt die klassische Texterausbildung. Ihre Absolventen kommen anders als bei den Meisterkursen vor allem bei Agenturen zum Einsatz, was an der Struktur des Ausbildungsformats liegt. Die Texterschmiede ist ein Verein, dem 65 Werbeagenturen und Unternehmen in Deutschland, Österreich und der Schweiz angehören und ihn mit Förderbeiträgen unterstützen. Die Schüler – im aktuellen Jahrgang absolvieren 44 Teilnehmer die einjährige duale Ausbildung zum Texter – absolvieren tagsüber zwei sechsmonatige bezahlte Praktika in Hamburger Agenturen, die zu den Fördermitgliedern zählen, und lernen abends von 18 bis 21 Uhr in den Räumen des Instituts von 160 Dozenten aus der Kommunikationswirtschaft.

Die Aussichten der Absolventen sind gut – unabhängig von der Vorbildung, die sie mitbringen. Rund 85 Prozent der Schüler haben laut Berg bereits vor dem Ende der Ausbildung einen Vertrag in der Tasche. Und auch für die anderen ist es nicht schwer, ihr Geld zu verdienen. Immerhin gehörten Texter 2014 laut der Stellenstatistik, die der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft erstellt, zu den am häufigsten nachgefragten Berufsbildern in der Kommunikationsbranche – und das obwohl der ZAW nur die in Print- und Online-Stellenmärkten ausgeschriebenen Vakanzen berücksichtigt. Besetzungen, die per Active Sourcing und Mundpropaganda laufen, wie in der Agenturszene üblich, tauchen dort gar nicht auf.

Eva-Maria Schmidt

Schmidt, Eva-Maria

Bildunterschrift: Die Ausbildung im Meisterkurs übernimmt auch Vorstand Matthias Berg (Mitte) – zum Ad Slam kommen schon mal 350 Zuschauer

Quelle:	Horizont 23 vom 03.06.2015 Seite 023
ISSN:	0175-7989
Ressort:	Karriere
Schlagworte:	

Berufliche Fortbildung
Studium
Werbeberufe

Firma: Texterschmiede Hamburg


Land: Deutschland

Dokumentnummer: 20150603315780

Dauerhafte Adresse des Dokuments:

https://www.genios.de:443/document/HOR__20150603315780%7CAHOR__20150603315780

Alle Rechte vorbehalten: (c) dfv Mediengruppe - Zum Erwerb weitergehender Nutzungsrechte: content-syndication@dfv.de

 © GBI-Genios Deutsche Wirtschaftsdatenbank GmbH