

Die Wellness-Bewerbung

Oder: Was Direktmarketing mit Journalismus zu tun hat

Von Claudia Feger

"Journalist(in) gesucht. Abschluss Germanistik Magister / Diplom. Gute Kommunikationsfähigkeiten Bedingung. Journalistischer Background von Vorteil." Stand in der Stellenanzeige und klingt doch schon mal vielversprechend. Auch die Arbeitsaufgabe ist überzeugend, sollte der zukünftige Stelleninhaber doch die Redaktionsstelle übernehmen und gegebenenfalls auch Fotos von aktuellen Events machen, über die er berichtet. Aufstiegschancen möglich. Bitte nur Bewerber mit gutem oder sehr gutem Hochschulabschluss.

Bewerbungen sind teuer, aber diese Anzeige klingt seriös und steht außerdem in den Seiten der Arbeitsagentur. Also Bewerbungsunterlagen an die Firma R. nach W. geschickt, und nun heißt es warten.

Ein paar Tage später: Ein Anruf von der Personalleiterin und Chefin des Unternehmens Frau R. Eine freundliche Stimme erzählt, wie begeistert sie von den Bewerbungsunterlagen sei und die geforderte Arbeitsprobe hätte sie auch überzeugt. Kurzum, man sei die geeignete Person für die Arbeitsstelle, sie würde Informationen zu ihrem Unternehmen zusenden und einen Arbeitsvertrag. Noch eine Gratulation von der Personalchefin, dann ist das Telefongespräch beendet. Zum Fragen war man gar nicht erst gekommen.

Hmmm. Man soll ja nicht gleich pessimistisch denken, aber eine Einstellung so ganz ohne persönliches Gespräch??? Komisch. Aber es sollten ja Unterlagen zugesandt werden. Schon einen Tag später liegt ein dicker brauner Umschlag im Briefkasten. „Hey, das ging aber schnell.“



Foto: F.Th.

War das der richtige Brief? Die Firmenadresse stimmt, aber von einer journalistischen Tätigkeit ist nun nichts mehr zu lesen. Das zwanzigseitige bunte Heft ist mit Artikeln zum Direktmarketing übersät. „Mit nur einem kleinen Startkapital können SIE schon in wenigen Wochen einen großen Gewinn machen!“

Klingt nach einem dieser Gewinnspiele, die alltäglich den Briefkasten zum Überquellen bringen und ungelesen im Müll landen. Auf den Seiten strahlen Gesichter von Menschen entgegen, die schon „massenweise“ Geld verdient hätten. Die Rente sei gesichert, „das kann kein anderer Job“, verspricht der Prospekt.

Der verprochene Vertrag liegt auch bei, nur eben nicht für eine Redaktionsstelle, sondern für den Abschluss eines Marketingkonzepts. Und dazu eine Liste mit Wellnessprodukten, die man bestellen könne, um sie „Gewinn bringend“ zu verkaufen. Diese so genannten „hochwirksamen Spezialwellnessprodukte“ gibt es auch in jedem Drogeriemarkt, nur nicht zu dem – für die Firma profitablen – Preis.

Bevor weiter darüber der Kopf geschüttelt werden kann, klingelt das Telefon. Personalleiterin R. fragt, ob alle Unterlagen angekommen seien. „Gut, dass sie anrufen, ich habe da ein paar Fragen zu.....“. Weiter kommt der Satz leider nicht. Denn am anderen Ende der Telefonleitung erzählt die begeisterte Frau R., wie erfolgreich man mit dem Direktmarketingkonzept sein könnte.

Zur Frage nach der Redaktionsstelle ist Direktmarketing die Antwort. "Schon mit 500 – 1500 Euro Startkapital können Sie schnell und leicht Geld verdienen!" Ein zehnminütiger Monolog über Direktmarketing folgt. - Stopp!

„Hier muss ein Missverständnis vorliegen. Ich hatte mich auf eine Stelle als Journalistin beworben." Sicherlich habe Frau R. nur die falschen Unterlagen zugesandt. - "Nein, es geht um Direktmarketing..."

Dieser Wortschwall lässt sich einfach nicht unterbrechen! Wie eine schlechte Verkaufsveranstaltung zu Rheumadecken. Fehlt nur noch die Einladung zu einer Kaffeefahrt.

Bleibt nichts anderes übrig als eine Frage zu ihrem Direktmarketingkonzept zu stellen. Und siehe da, das unterbricht Frau R.s Monolog. Wie begeistert sie sei, dass ich so interessiert an Direktmarketing sei. Welche Frage auch immer, sie würde sie ausführlich beantworten.

Ja, Fragen gibt es viele. Fangen wir aber mal mit der Redaktionsstelle an. „Wir arbeiten mit Direktmarketing....“, will sie beginnen, aber diesmal bin ich schneller. Ich wiederhole meine Frage viermal und anscheinend beginnt sie zu verstehen, denn oh Wunder, es gibt eine Antwort! Eigentlich habe sie gar keine Redaktionsstelle zu vergeben. Aber ich könnte ja eine eigene kleine Zeitung zu meinem eigenen Geschäft mit den phantastischen Wellnessprodukten machen, wenn ich so interessiert am Schreiben bin. Meine eigene einseitige DIN A4 Zeitung könnte ich dann auch selbst leiten. Direktmarketing sei ein aufstrebender Geschäftszweig, da könnte ich auch eine Werbung dazu schreiben.

Bin ich hier im falschen Film?! In der Anzeige bei der Arbeitsagentur stand eindeutig etwas anderes. Was soll das?

Ähm, ja gut. Eigentlich wurden Leute gesucht, die das Firmenkonzept kaufen. Das könne jeder machen, dazu muss man auch nicht studieren, auch Rentner könnten das. So stand es auch in dem bunten Infoheft. Meint die honigsüße Stimme am anderen Ende der Leitung.

Was sollte dann die Stellenausschreibung als Journalistin? Wozu Fotokenntnisse? Naja, Journalisten könnten eben alles an Leute verkaufen. Und Wellnessprodukte laufen doch so gut derzeit, ob ich nicht doch bei dem Direktmarketing mitmachen will, ich könnte ja die von mir eingekauften Produkte auch fotografieren....

„Nein, danke! Kann ich meine Bewerbungsunterlagen zurückbekommen?“ Ein paar Tage später kommt ein Brief, jedoch ohne Bewerbungsunterlagen, aber mit weiteren Infos zum Direktmarketing. Seitdem quillt der Briefkasten noch mehr über. Mit Angeboten für Direktmarketing der Firma R aus W.

Informationen zur Autorin: Claudia Feger studierte Germanistik an der TU Chemnitz.

Veröffentlicht am 18.01.2004

© Copyright by LEO. Alle Rechte vorbehalten.