

## Vergabe von Textaufträgen

# Wie und warum Text-Profis den KMU das Leben leichter machen

Texter und Texterinnen sind Menschen, die ihren Bleistift beherrschen wie Hexen ihren Besen: Sie fliegen mal laut, mal leise, zischen knapp über Baumspitzen oder rauschen durch die Wolken, scheuchen hier die Hühner von der Stange und locken dort Hänsel und Gretel in den Wald. Doch wer denkt, ihre Dienste könne man nur mit einem Goldesel in Anspruch nehmen, glaubt an Märchen.

### *Stephanie Hugentobler*

Immer mehr Verantwortliche in KMU erkennen: Warum sollten sie sich selbst vor ein leeres Blatt setzen und an Bleistift oder Füller kauen? Sie lassen lieber jemanden an die Textorgel, der geübt in die Tasten greift, für jedes Publikum die richtigen Register zieht und so genau den Ton trifft. Gelegentlich, eine Texterin oder einen Texter für sich arbeiten zu lassen, gibt es genug. Es lohnt sich, die nächste zu ergreifen, wenn ein geistesblitzender Slogan gesucht wird, die Firmeninhaberin eine elektrisierende Rede halten möchte, der Verkauf schlagfertige Argumente braucht, das Unternehmen mit einem stichhaltigen Konzept vorwärts kommen will oder ganz einfach ein überzeugender Prospekt gedruckt werden soll.

### Konzentration auf Kompetenz

«Wir wollten im Textbereich professioneller auftreten. Unsere Produkte haben eine hohe Qualität. Die Texte sollen dem ge-

recht werden», erklärt Claudia Muggli ihre Entscheidung, mit einem Freelance-Texter zu arbeiten. Die Hinterthurgauerin führt zusammen mit ihrem Mann die KNF Neuberger AG in Balzerswil. Muggli ist in ihrem KMU für Kommunikation und Werbung verantwortlich. Mittlerweile lässt sie

### *Der direkte Weg zu Freelancern*

Mit der Dienstleistung [www.scriptJOB.ch](http://www.scriptJOB.ch) bringt script Auftraggebende und Textende zusammen. Rund 170 Texterinnen und Texter stehen den Auftraggeberinnen und Auftraggebern zur Wahl. Damit diese nicht zur Qual wird, machen verschiedene Kriterien die Suche leicht. script-Mitglieder, die dem Anforderungsprofil entsprechen, erscheinen auf einer Liste. Das Online-Formular mit den Kurzinformationen bzw. der Kontaktaufnahme wird nur ein Mal ausgefüllt und kann an beliebig viele Texterinnen und Texter gleichzeitig geschickt werden. Die Suche ist effizient, kostenlos und unverbindlich.

nahezu alle Texte extern erstellen: «Endlich kein schlechtes Gewissen mehr, weil ich schon längst etwas schreiben sollte und den roten Faden nicht finde.»

Martin Schächli ist Kommunikationsleiter der Oertli Service AG in Schwerzenbach. Das Unternehmen gehört mit 350 Personen auf der Lohnliste eher zu den grösseren KMU. «Wir arbeiten seit einiger Zeit mit einer Texterin zusammen, um uns zu entlasten und uns auf unsere Kernkompetenz zu konzentrieren. Wir sind Spezialisten für Heizungen – also kümmern wir uns um Heizungen.» Der ständige Zeitdruck und die Betriebsblindheit, die immer die gleichen Phrasen zur Folge hatten, gehören dank der externen Freelance-Texterin der Vergangenheit an.

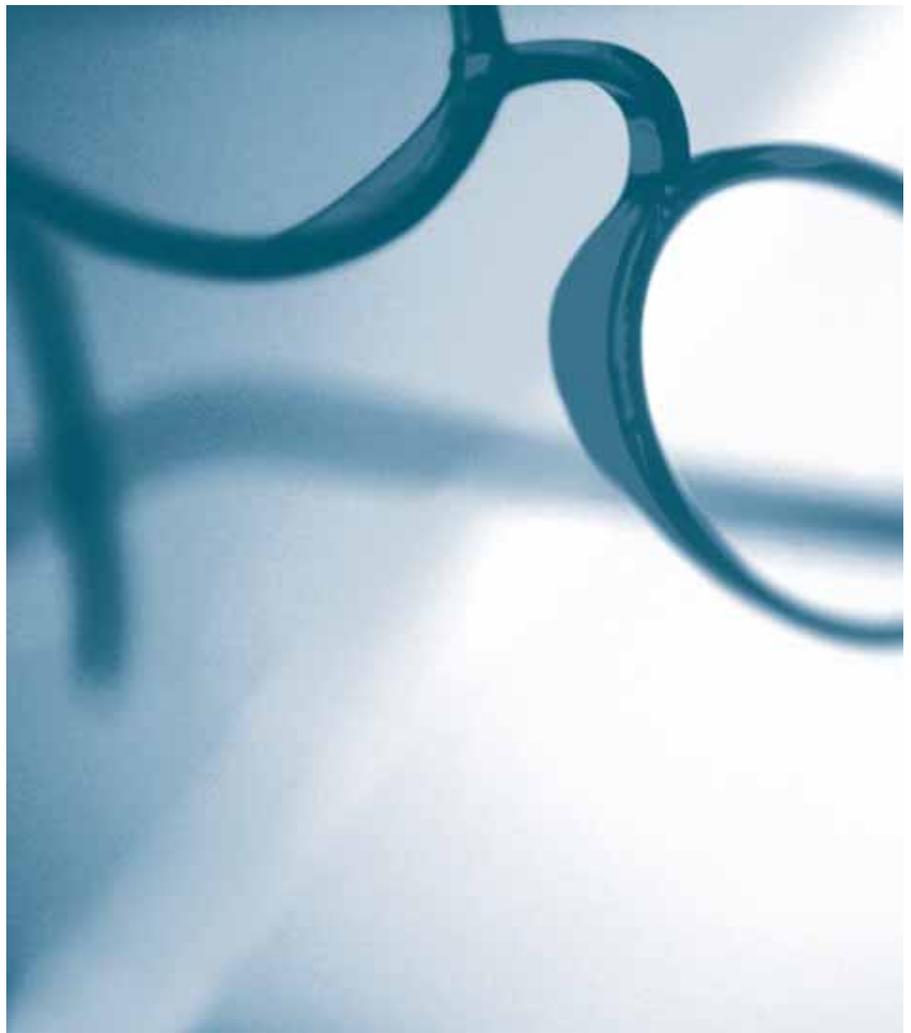
Auch Walter Hübscher, Gründer und CEO der Zaunteam Franchise AG in Neftenbach, kann es sich nicht mehr ohne professionelle Hilfe im Textbereich vorstellen. Betriebsblindheit und Zeiteinsparung sind für ihn ebenfalls ein Thema: «Ich texte eigentlich selber gern, bin aber klar kein

Profi. Ich bildete mir ein, dass nur ich die Texte schreiben könne, weil das Fachwissen beim Texter fehlt.» Nachdem Hübscher den Schritt gewagt hat, schätzt er den Vorteil, dass die Zaunteam-Texte nun so geschrieben sind, dass sie auch Laien verstehen – und somit potenzielle Kunden.

## Entscheidungskriterien

Bei der Suche nach einer Texterin oder einem Texter helfen TwixTel und Internet-Suchmaschinen weiter. Oder man fragt einen Geschäftspartner um Rat – vielleicht kennt er ja eine Tastaturvirtuosin, einen Textakrobaten. Doch worauf soll man bei der Suche nach der perfekten Texterin, dem idealen Texter achten? script, der Schweizer Berufsverband der Texterinnen und Texter, rät den Auftraggebenden: «Halten Sie sich am besten ein Ziel vor Augen: Eine Zusammenarbeit, die über mehrere Jahre dauert. Investieren Sie deshalb etwas Zeit. Ein häufiger Texterwechsel bedeutet Know-how-Verlust, Zeitaufwand und höhere Kosten.» Texten ist eine Vertrauensarbeit, die Bindung muss wachsen, Texterinnen und Texter brauchen Zeit, sich in die Materie und in die Firmenphilosophie und -sprache einzuarbeiten. script schafft einen anschaulichen Vergleich: «Ihren Garagisten, Ihre Hausärztin und Ihren Coiffeur wechseln Sie ja auch nicht alle paar Monate.»

Der Verband hat eine Checkliste mit Fragen erarbeitet, die bei der Suche und Wahl der Texterin, des Texters wertvolle Dienste leisten – insbesondere für KMU, die bisher noch keine Erfahrung mit Textenden haben. Die Liste hilft auch, die Qualität einer bisherigen Zusammenarbeit zu prüfen. Walter Hübscher hat auf die Referenzen geachtet und sich Arbeitsproben angesehen. «Kurzfristig verfügbar, flexibel und serviceorientiert. Ausserdem fähig, mir bei Problemen zu helfen», fasst er



seine weiteren Anforderungen zusammen. Bei Martin Schächli ist die Liste etwas länger. Tempo und Verfügbarkeit sind auch ihm wichtig und: «Die Person muss schnell begreifen, was ich will, unkompliziert und kreativ sein – alles natürlich zusätzlich zu den sprachlichen Qualifikationen.» Für Claudia Muggli ist die Sympathie die Grundvoraussetzung: «Die Chemie muss einfach stimmen. Der Schreibstil muss zu unserem KMU passen. Der Texter muss verstehen, was wir sagen wollen und das in unserem Sinn aufs Papier bringen.»

## Günstig kann teurer sein

Wie wichtig ist die Höhe des Honorars in Bezug auf die Wahl der Texterin, des

Texters? Geld bewegt die Welt. Doch es ist nicht sicher, dass die Texterin, der Texter mit dem tiefsten Stundenansatz auch wirklich am wenigsten kostet. So haben zum Beispiel Berufseinsteiger einen tieferen Ansatz, weil sie für einen Auftrag meist länger brauchen. Gleichzeitig bedeutet ein sehr hoher Ansatz nicht, es mit den Besten der Branche zu tun zu haben. Es lohnt sich, die Wahl nicht hauptsächlich vom Preis abhängig zu machen – er sollte nur einer der Faktoren sein.

Was zusätzlich für Freelance-Textende spricht: Als selbstständig Unternehmende kennen sie die Standpunkte ihrer Auftraggebenden auch im Bereich der Finanzen aus eigener Erfahrung. Sie passen ihren Aufwand dem Budget und dem Verwen-

## Stundenansätze

### Konzept/Text

Junior-Texterinnen und Berufseinsteiger:

90 bis 120 Franken

Texterinnen und Texter: 140 bis 180 Franken

Senior-Textende, Konzepter/Konzepterinnen: bis 220 Franken

Fachtextende: 180 bis 220 Franken

### Übersetzungen/Adaptionen

Übersetzungen\*: 140 bis 180 Franken

Fachübersetzungen: 180 bis 200 Franken

Werbeadaptionen: 160 bis 200 Franken

\*Bei Übersetzungen und Adaptionen kann auch nach Zeilen abgerechnet werden.

### Definition

Texter/Texterin: ab zwei, drei Jahren Berufserfahrung

Senior-Textende: ab rund zehn Jahren Berufserfahrung

Texter/Konzepterinnen: als Freelance-CD einsetzbar

Fachtexter/Fachtexterinnen sind für script Texterinnen und Texter, die den absoluten Durchblick in einem ganz speziellen, komplexen Fachgebiet haben.

### Preisbeispiele

Die aufgeführten Beträge sind als Richtwerte zu verwenden, um den ungefähren Rahmen abzustecken. script kann und will nicht

alle möglichen Auftragsarten auflisten und alle Eventualitäten einberechnen.

Anhaltspunkte zur Preisvorstellung:

Mailing (Brief), 1 Seite: 400 bis 600 Franken

PR-Text, Medienmitteilung 1 Seite: 500 bis 900 Franken

Broschüre, 8 Seiten (Totalumfang): 1800 bis 2800 Franken

Inserat (Headline und Copy): 450 bis 1200 Franken

Kundenzeitung, 12 Seiten (Totalumfang): 3600 bis 4800 Franken

Website pro Content-Seite: 300 bis 600 Franken

Namen\* (Produkte/Firmen): ab 1000 Franken

\*Ohne rechtliche Abklärungen, Registrierung und Registrierungskosten

Die Preisbeispiele beziehen sich auf die reine Textarbeit. Beratungsleistungen, Sitzungen, Recherchen und Konzeptarbeiten sind nicht eingerechnet, da dieser Aufwand sehr variabel ist. Alle Preise in CHF und exkl. MWST.

### Honorarempfehlungen

Die Broschüre «Honorarempfehlungen 2005/2006 von script» kann auf [www.scriptweb.ch](http://www.scriptweb.ch) gegen eine Schutzgebühr von 20 Franken bestellt werden. Sie enthält neben den Honorarzahlen auch wertvolle Briefingtipps und Ratschläge, wie man die passende Texterin, den idealen Texter findet.

dungszweck an: Zwischen einer Imagebroschüre und einem Inserat für den Ausverkauf wissen sie sehr wohl zu unterscheiden. Martin Schächli: «Gute Leistung hat ihren Preis. Textarbeit muss wie jede andere Dienstleistung eingeplant und budgetiert werden. Wir sind auch Dienstleister und wissen, dass «Dienste leisten» etwas kostet.» Auch für die KNF Neuberger AG ist der Preis zwar wichtig, aber nicht entscheidend, obwohl das Budget

beschränkt ist. «Wir nehmen den Posten nun in die Planung 2006 auf.»

## Transparente Honorare

Die Honorare müssen fair sein – und zwar für Auftragnehmer und Auftraggeber. Die Honorarempfehlungen von script leisten ihren Beitrag dazu. Realitätsnah und transparent bilden sie die Grundlage für eine jahrelange, partnerschaftliche Zu-

sammenarbeit. Es gibt verschiedene Honorarmodelle, beispielsweise die Verrechnung nach Stunden oder nach Objekt-pauschale. Welches Modell angewendet wird, ist individuell.

«Ich habe es mir von den Kosten her ganz schrecklich vorgestellt. Ich dachte, sie wären sehr hoch», erinnert sich Antina Riederer. Sie führt zusammen mit ihrem Mann in Maienfeld die Riederer AG



Schreinerei und Fensterbau, ein KMU. «Wenn ich einen guten Text las, habe ich ihn ausgeschnitten und aufbewahrt. Mit grossem Aufwand habe ich versucht, meine Texte ähnlich zu verfassen. Ich war aber immer unsicher, ob der Text so wirklich brauchbar ist.» An einem Seminar lernte Antina Riederer eine Texterin kennen und hat mit einem Auftrag einen Versuch gewagt. Weitere Aufträge folgen: «Warum sollte ich noch weiter selber texten, wenn ich nun weiss, dass es so kompetente Leute gibt? Vorteile sind die hohe Effizienz und das ausgesprochen positive Kosten-Nutzen-Verhältnis.»

Claudia Muggli hatte keine Vorstellungen, was professionelle Texte kosten – und war erfreut: «Wir waren überrascht, wie preisbewusst gearbeitet wird.» Warum KMU zögern, mit Texterinnen und Textern zusammen arbeiten, erklärt sich die Unternehmerin so: «Vermutlich geht es ihnen wie uns. Einige Agenturen treten aggressiv auf. Das schreckt ab. Vielleicht wirft man dann alle in einen Topf, die mit Werbung zu tun haben. Darum denken viele KMU auch, Texterinnen und Texter seien zu teuer oder eine Nummer zu gross für sie.» Doch viele täten gut daran, diese Aufgaben in die Hände von Text-Profis zu geben, statt «sich mit selbst gebastelten Textli zu blamieren und zu schaden», ist Muggli überzeugt.

## Konzept, Text, Beratung

Gerade eine Texterin/Konzepterin, ein Texter/Konzepter hat viel mehr zu bieten als nur einen einwandfreien Text. Natürlich –

meistens kommen neue Kunden mit einem Textauftrag. Vielfach ergibt sich im Laufe der Zeit – manchmal auch bereits während des Auftrags – eine Beratungsdienstleistung. Sie wird von den Texterinnen und Textern zusätzlich erbracht und ist den Kunden hochwillkommen. Konzeptarbeiten und Beratung sind häufig eng verwoben – und das Texten ist mit diesen beiden Leistungen verknüpft. Viele Texterinnen und Texter verfügen über ein ausgezeichnetes Netzwerk und können zum Teil die Aufgaben einer Werbeagentur übernehmen. Ein Kostenvergleich zwischen Freelance-Textenden und Agenturen lohnt sich gerade für KMU auf jeden Fall, vor allem bei kleineren Projekten.

Martin Schäppi: «Es gibt Agenturen, die gebärden sich wie Mimosen und tun sich schwer mit Kritik des Auftraggebers. Wenn dann kleine Textänderungen gewünscht werden, «geht das nicht einfach so, weil das Konzept dann nicht mehr stimmt». Und dann kann es wirklich teuer werden. Manchmal muss ein Job einfach «quick and dirty» umgesetzt sein. Der Zeitdruck bestimmt das Resultat. In diesen Fällen will die Agentur nach den gleichen Grundsätzen arbeiten wie bei einem Grossauftrag. Dann dauert es zu lange und kostet zu viel. Darum vergebe ich solche Schnell- und Kleinaufträge meist nur noch an Freelancer.»

KMU, die Wert auf Qualität und Kostenbewusstsein legen, und die eine Werbeagentur beauftragen wollen, kann die Zusammenarbeit mit einem Mitglied der Allianz Schweizer Werbeagenturen (ASW) empfohlen werden. Alle ASW-Agenturen

# Checkliste

## für die Textersuche

- Wie wichtig ist mir die Qualität der Arbeit? Was wird zur Qualitätssicherung unternommen? (BR-Eintrag, Lektorat, Korrektorat, Weiterbildung)
- Kann mich die Texterin, der Texter mit Erfahrung und Know-how ideal unterstützen?
- Was weiss ich über den Kundstamm? (z. B. Branchen, Anteil Stammkundschaft)
- Sind mir die Firmenphilosophie und die Person sympathisch?
- Gehört die Texterin, der Texter einem Verband an? (Kann etwas über das Qualitätsbewusstsein und die Teamfähigkeit aussagen)
- Stimmen Preis und Leistung?
- Spüre ich im Gespräch Einsatzbereitschaft, Interesse und Begeisterung für meinen Auftrag?
- Habe ich den Eindruck, in guten Händen zu sein?
- Kenne ich die Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB)?
- Wie ist die Erreichbarkeit? Ist eine Ferienvertretung für mich da?
- Kann die Texterin, der Texter auf ein Netzwerk zurückgreifen, das auch mir Vorteile bringt?
- Habe ich den Eindruck, dass der Beruf mit Begeisterung, Elan und Sorgfalt ausgeübt wird?
- Spricht der Vergleich mit Mitbewerbern für diese Person – auch noch, wenn der Preis nicht das entscheidende Kriterium ist?



sind inhabergeführt, was Kontinuität und Effizienz gewährleistet. Weitere Informationen unter [www.asw.ch](http://www.asw.ch).

## Qualität und Nutzungsrechte

Verantwortungsbewusste Texterinnen und Texter übernehmen nur Aufträge, die sie

von ihrer fachlichen Qualifikation her erfüllen können. Diskretion gehört zur Berufslehre, ebenso wie Sorgfalt, Termintreue und ehrliche Kommunikation. Dass die Texte fehlerfrei abgeliefert werden, sollte eine Grundvoraussetzung sein. In der Realität sieht es leider manchmal anders aus. Daher lohnt es sich, diesen Punkt anzusprechen: Was wird zur Qualitäts-

sicherung der Texte unternommen? Ganz wichtig ist auch, bereits bei der Offerte darauf zu achten, wie die Nutzungs- und Verwendungsrechte abgegolten werden. Ist nichts erwähnt, fragt man am besten nach. Walter Hübscher: «Ich hatte Bedenken wegen dieser Rechte und den Folgekosten, die mir daraus entstehen könnten. Bei meiner Texterin ist alles inbegriffen und darum ist die Abgeltung mit der Zahlung der normalen Rechnung erledigt. Das ist mir wichtig.»

### Qualitätsnachweis: das Berufsregister

Die Aufnahme ins Berufsregister ist der einzige Qualitätsnachweis für Texterinnen und Texter in der Schweiz. script führt das Berufsregister (BR) der Texterinnen und Texter in der Schweiz. Aufgenommen wird, wer drei Arbeitsproben zur Zertifizierung einreicht – und den strengen, aber fairen Kriterien standhält. Zur Sicherung der Qualität müssen sich diese

Texterinnen und Texter alle drei Jahre dieser Prüfung unterziehen, sonst verlieren sie ihren BR-Status. script spricht sich gegen ein «Jekami» in der professionellen Textarbeit aus.

Die Liste aller BR-Texterinnen und -Texter sowie weitere Informationen über das Berufsregister sind zu finden unter [www.scriptweb.ch](http://www.scriptweb.ch).

## Probeauftrag statt Offerte

Offerten zu schreiben gehört zugegeben-ermassen nicht zu den Lieblingstätigkeiten der schreibenden Zunft. Aus einem einfachen Grund: Mit harten Faktoren kann nur selten kalkuliert werden. Jeder

Anzeige



**IPV**  
Institut Profiliertes Verhalten AG

Swiss Procurement Forum

### Dreiteiliges Führungsseminar «Management by Leadership»

## Der Leiter Beschaffung/Logistik als Unternehmer

Alle Massnahmen, die mit den Teilnehmer/innen der drei Workshops eingeleitet und durchgeführt werden, zielen darauf ab, die Führungskompetenz zu optimieren, Veränderungen als Chance zu betrachten, die noch schlummernden Potentiale zu wecken und dadurch die Effizienz und Effektivität zu steigern, um letztlich den Ertrag und damit den Unternehmenswert nachhaltig zu steigern.

#### Referent

Erich Zehnder, Senior Partner, IPV Institut Profiliertes Verhalten AG, Zug

#### Daten und Orte

Teil 1: 28. – 30. November 2005, Waldheim Risch, Risch/Zug (4. Durchführung)

Teil 2: 10. – 12. Oktober 2005, Kartause Ittingen, Warth/Thurgau (2. Durchführung)

Teil 3: 14. – 16. November 2005, Waldheim Risch, Risch/Zug (neu)

#### Detailprogramm und Anmeldung

SVME – Schweizerischer Verband für Materialwirtschaft und Einkauf

Laurenzenvorstadt 90 • CH-5000 Aarau/Schweiz

Telefon +41 (0)62 837 57 00 • Fax +41 (0)62 837 57 10 • [svme@svme.ch](mailto:svme@svme.ch) • [www.svme.ch](http://www.svme.ch)



Auftrag ist wirklich ganz neu, einzigartig. Die Honorarempfehlungen bieten einen gewissen Anhaltspunkt und auch Erfahrung macht klug. Doch gerade beim

ersten Auftrag ist es eine Herausforderung – man kennt einander noch kaum und kann Eventualitäten noch nicht einschätzen. Von Martin Schäppis Tipp profitieren

alle Beteiligten: «Wir vergeben immer zuerst einen kleineren Testauftrag mit einem unkritischen Termin.» Diese Arbeiten werden ganz normal verrechnet – für Gratisarbeit gibt es keinen Grund – und sagen mehr aus über Qualität, Leistung, Zusammenarbeit und Preis als die beste Offerte. ■

## Porträt

script, der einzige Berufsverband der Schweizer Texterinnen und Texter, feiert 2007 seinen 25. Geburtstag. Er gehört zu den wenigen Verbänden in der Branche, die sich über einen kontinuierlichen Mitgliederzuwachs freuen können. Mittlerweile gehören rund 170 Texterinnen und Texter zu script. Sie sind selbstständig, in Agenturen oder Firmen angestellt und im Bereich der Werbung, Öffentlichkeitsarbeit und Unternehmenspublizistik tätig.

script setzt sich engagiert für die Textqualität, faire Honorare und für die Weiterbildung seiner Mitglieder ein – ein Muss für diesen Berufsstand. Mit unterschiedlichen Ver-

anstaltungen fördert der Verband die Weiterbildung in den Gebieten Text, Redaktion und Adaption, den fachlichen Austausch und die Vernetzung unter den Texterinnen und Textern. script ist offen für Inputs – sei es von Texterinnen und Textern, Agenturen, Verbänden, Firmen oder Privatpersonen.

script-Geschäftsstelle  
Weinbergstrasse 95  
8006 Zürich  
Fax 043 288 50 61  
kontakt@scriptweb.ch  
www.scriptweb.ch  
www.scriptjob.ch

## Fragen?

Stephanie Hugentobler

Texterin/Konzepterin BR  
Präsidentin script, Schweizer  
Texterinnen- und Texterverband  
Tel. 052 364 34 49  
s.hugentobler@scriptweb.ch



Anzeige

the way **BUSINESS** moves 

[www.carlsonwagonlit.ch](http://www.carlsonwagonlit.ch)

Entdecken Sie Europas führenden Spezialisten im Geschäftsreisemanagement. Mit rund 400 Experten und 47 Agenturen allein in der Schweiz sowie über 50.000 Firmenkunden in 140 Ländern rund um den Globus. Dabei geben wir seit über 130 Jahren jeden Tag aufs Neue unser Bestes – für ständige Serviceoptimierungen und die optimale Lösung für jeden einzelnen Kunden. Kennen Sie einen Partner, der Ihnen mehr bietet?

Carlson Wagonlit Travel ist der Geschäftsreisepespezialist, der durch beispielhaften Kundenservice und maximale Wirtschaftlichkeit zu Ihrem langfristigen Partner wird.

Begeben Sie sich auf Entdeckungsreise:  
[www.carlsonwagonlit.ch](http://www.carlsonwagonlit.ch)

**Carlson  
Wagonlit**  
Travel®

connect to **SUCCESS**

