



Was Auftraggeber von FFW-Textern erwarten können.

Auf gute Zusammenarbeit!

Texter ist keine geschützte Berufsbezeichnung. Folglich kann sich jeder Texter nennen, auch ohne die dafür erforderlichen Qualifikationen zu besitzen.

Entscheiden Sie sich für die Zusammenarbeit mit einem FFW-Texter, sind Sie jedoch stets auf der sicheren Seite. Denn unsere Mitglieder verfügen nicht nur über mehrere Jahre Berufserfahrung, sondern haben ihre Fachkompetenz vor der Aufnahme in den Verband erfolgreich nachgewiesen.

Sie sind geprüfte Profis und Partner der Kommunikationswirtschaft, die ihr Handwerk aufs Beste beherrschen. Dabei leisten sie als selbstständige Unternehmer mehr als reine Konzeptions- und Textarbeit. Neben umfassender Beratungstätigkeit bringen etliche FFW-Texter zusätzliche Qualifikationen mit; z. B. als Autor, Coach, Eventmanager, Lektor, Projektmanager, Seminarleiter etc.

Nicht umsonst lautet das FFW-Motto: Wir holen die Besten rein, Sie holen das Beste raus! Darauf können Sie sich Auftraggeber jederzeit verlassen.

Das gilt auch für die gesamte Projektabwicklung. Angefangen bei der Erstellung eines ordentlichen schriftlichen Angebots, das alle relevanten Arbeitsschritte, Kostenstellen und Nutzungsbedingungen enthält und sich an den Honorar- und Vertragsempfehlungen des FFW-Marktmonitors orientiert.

Dass Sie es mit einem echten Profi zu tun haben, werden Sie auch erkennen, wenn Sie nach Erteilung des Auftrags zuerst einmal mit einer ganzen Reihe von Fragen bombardiert werden: Was wollen Sie bei wem erreichen und warum? Was weiß Ihre Zielgruppe über Sie? Wie funktioniert Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung und welche Verkaufsvorteile ergeben sich daraus?

Erst wenn Ihr Texter oder Ihre Texterin genügend Input gesammelt hat, geht die kreative Arbeit los. Vor dem Schreiben entwickelt er/sie ein Konzept, sucht nach dem Thema und der Leitidee, bereitet Fakten auf, strukturiert, feilt an der Tonalität und Dramaturgie für den Text.

Nun beginnt das eigentliche Texten. Manchmal ist es nur ein einziges Wort, manchmal sind es hunderte – jede Aufgabe ist anders, die Denkprozesse aber gleichen sich. Das alles macht der Texter, damit er seine Botschaften so lenken kann, dass sie beim Adressaten ankommen und haften bleiben.