



Checkliste: So finden Sie den Texter/die Texterin, die zu Ihnen passt

[zum Beitrag „Entlarvt: 7 Mythen aus der Text-Schublade“](#)

Wie ist der erste Eindruck?

Haben Sie spontan das Gefühl, dass es passt? Das ist ein guter Einstieg, um sich nun auch mit sachlichen Kriterien auseinanderzusetzen. Umgekehrt hilft es nicht, ein diffuses Unbehagen mit objektiven Argumenten wegzurationalisieren. Texten ist Vertrauenssache, und deswegen muss die Chemie stimmen. In großen Unternehmen ist es wichtig, dass diejenigen, die operativ mit dem Projekt betraut sind, harmonisieren.

Wie ist die Kommunikation?

Sie haben noch nicht ausgedet, aber Ihr neuer Texter erzählt Ihnen schon, was Sie wollen? Dann ist er entweder ein Genie. Oder er hört Ihnen nicht richtig zu. Gute Texter sammeln erst einmal genaue Informationen, ehe sie mit der Umsetzung beginnen. Wenn bei ihnen aber gleich zu Beginn eine geniale Idee aufblitzt, dann ist das ein Geschenk für beide Seiten. Wie beim vorigen Punkt gilt letztlich: Es muss einfach passen!

Wie sind die Referenzen?

Kann Ihnen der Texter/die Texterin glaubhaft machen, dass er/sie Ihrem Projekt gewachsen ist? Zum Beispiel, weil er/sie schon ähnliche gestemmt hat? Referenzen und Arbeitsproben geben einen guten ersten Eindruck vom Spektrum des/der Betreffenden.

Wie sind die Fachkenntnisse?

Gerade in sehr spezialisierten Branchen verlangen viele Unternehmen, dass ihre Texter bereits viel Branchenerfahrung gesammelt haben. Das kann durchaus hilfreich sein. Es gibt aber auch Allrounder, die sich schnell in komplexe Themen einarbeiten können. Das Schreiben-Können ist wichtiger als die allerletzte Detailkenntnis. Inhaltlich sind Sie als Fachmann/Fachfrau in Ihrem Gebiet sowieso immer besser und können entsprechenden Input liefern.

Wie ist die Ausrichtung?

Hier gilt im Grunde das Gleiche wie für die Fachkenntnisse: Manche Texter sind spezialisiert auf B2C (Business to Consumer) und machen nicht gerne B2B (Business to Business) – und umgekehrt. Das gilt aber nicht für alle. Manche Texter schöpfen gerade aus der Abwechslung zwischen Publikums- und Fachthemen neue Inspiration.

Wie ist der Preis?

Manche Auftraggeber haben geradezu aberwitzig niedrige Vorstellungen davon, was guter Text kosten darf. Für zweistellige Beträge bekommen Sie keinen wirklich professionellen Texter. Aber natürlich muss der Preis zu Ihrem Budget passen. Jeder gute Dienstleister kann ihnen erklären, wie seine Honorare zustandekommen. Rechtfertigen wird er sich aber nicht. Für Texte gilt das Gleiche wie für die Kunst: Ist schön. Macht aber viel Arbeit. Im Zweifel lieber erst einmal Prioritäten setzen, aber das, was sie verwirklichen, dann auch in hoher Qualität. Zumindest einen Teil der Kosten steuern Sie selbst mit dem Aufwand, den Sie erzeugen. Je reibungsloser Ihre Abstimmungsprozesse sind, desto schneller kann der Texter seine Arbeit machen.

Wie ist der Zeitplan?

Alles passt zusammen – aber Sie haben noch nicht darüber gesprochen, wann alles fertig sein muss? Sprechen Sie möglichst frühzeitig darüber, ob der gewählte Dienstleister im gewünschten Zeitraum und Umfang zur Verfügung steht. Einigen Sie sich auf verbindliche Abgabezeiten – aber denken Sie dann bitte auch daran, dass der Texter diese nur einhalten kann, wenn Sie entsprechen termingerecht zuliefern!

Die Autorin: Dr. Kerstin Hoffmann berät Unternehmen in klassischer PR & Social Web.

Kontakt: Tel. 02151 970785; [kontakt\(at\)kerstin-hoffmann.de](mailto:kontakt(at)kerstin-hoffmann.de); www.kerstin-hoffmann.de

Dieser Text ist urheberrechtlich geschützt. Bitte geben Sie das PDF nur als Ganzes weiter. Stellen Sie es bitte nicht zum Download auf Ihrer eigenen Seite zur Verfügung, sondern verweisen Sie auf den folgenden Link zum Beitrag:

<http://www.kerstin-hoffmann.de/pr-doktor/2012/02/16/entlarvt-mythen-text-texter/>