

# Inhaltsverzeichnis

7	<b>Einleitung</b>		56	<b>Von der Texterin zur Kundin.</b> INTERVIEW MIT CLAUDIA WILLVONSEDER	
10	<b>Eine Sahneschnitte muss mit einer Sahneschnitte anfangen.</b> INTERVIEW MIT ANA NOVA		60	<b>Der leichte Weg?</b> Data Becker	
14	<b>Aufgebläht?</b> Danone Activia			CONSTANTIN KALOFF	62
	NIELS ALZEN	16		»Der Werner aus der Grafik, der soll das hübsch machen ...«	
	CATRIN FLORENZ	22		HARALD LINSSENMEIER	68
	JAN GESCHKE	28		ACHIM SZYMANSKI	74
				»Die Anzeige spricht mit mir wie eine Toilettentür.«	
				»Genauso gut könnte dort auch eine Packung Weichspüler stehen.«	
32	<b>Texten wie die Weltmeister.</b> VERONIKA CLASSEN WLADIMIR KLITSCHKO		80	<b>Wie hilfreich ist Marktforschung für Kreative?</b> MEL SCHOEN	
36	<b>Grüner wird's nicht?</b> Hyundai		86	<b>Gesund?</b> Apotheken-Umschau	
	SEBASTIAN HARDIECK	38		BERNHARD LUKAS	88
	ARMIN JOCHUM	44		ONO MOTHWURF	94
	STEFAN WÜBBE	50		BIRGIT VAN DEN VALENTYN	100
				»Alles richtig gemacht, trotzdem langweilig.«	
				»Was ist hier eigentlich falsch gelaufen?«	
				»Und hier noch was und noch was und noch was.«	
			106	<b>»Texten ist wie Fußball.«</b> VERONIKA CLASSEN	
			108	<b>Entertainment?</b> MSI Notebook	
				JOHANNES NEWRKLA	110
				DETLEF RUMP	117
				MARTIN GRASS	119
				»Das ist die Aufgabe der Werbung: Verdichtung.«	
				»Die Headline ist ein Lowbrainer.«	
				»Sieht nach Rudis Resterampe aus.«	

126 Ein paar Seiten Radiowerbung  
für Radiowerbung. RALF HEUEL

148 *Anders?* Bose

FLORIAN NUSSBAUMER 150  
»Ein lieblos runtergerotzte Typowüste.«  
MATTHIAS RAUSCHEN 154  
»Prahlerci kommt nicht immer gut an!«  
PHILIPP WÖHLER 160  
»Das ist ein semantisches  
Drive-by-Shooting!«

166 Deutsch ist die präziseste  
Sprache der Welt. GÉZA CZOPF

170 *Günstig wie nie?* 1&1 DSL

STEPHAN GANSER 172  
»Oh je, die Anzeige ist furchtbar voll.«  
LORENZ RITTER 177  
»So leid es mir tut,  
da gibt es kaum was zu verbessern.«  
ALEXANDER ZELMANOVICS 182  
»Fragt sich, welche der zweieinhalb  
Headlines ich als erste lese.«

188 Video killed the radiostar.  
Internet killed the copystar?  
ARMIN REINS

192 *Spürbar?* frei AntiAge

BRITTA POETZSCH 194  
»Eine Anzeige zum Weiterblättern.«  
ROLAND VANONI 200  
»Die Anzeige hat den emotionalen  
Charme eines Beipackzettels.«  
PETER WAIBEL 206  
»Am Ende bleibt nichts hängen.«

210 Eine gute, eine schöne  
und eine schlechte Nachricht.  
AMIR KASSAEI

214 *Schönes Gefühl?* Peugeot

MATTHIAS HARBECK 216  
»Die Headline ist ein blutleerer  
Allgemeinplatz mit Hä?-Faktor.«  
NIELS HOLLE 221  
»Die Anzeige leidet.«  
MICHAEL MEYER 224  
»Das Motiv ist eine mittlere Katastrophe.«

230 Jugendforsch THOMAS LÖW

234 *The Future?* Schober

THOMAS KURZMEYER 236  
»Muss ich das wirklich lesen?«  
DÖRTE SPENGLER-AHRENS 242  
»Erfolgreiches Targeting.«  
MATTHIAS STORATH 246  
»In diesem Fall ist nicht mal  
die Pflicht erfüllt.«

252 Zwölf Übungen für bessere Texte.  
ARMIN REINS

257 Anhang