



erfolgswelle.ch

Texte zum Anbeißen.

| [erfolgswelle](http://erfolgswelle.ch)
| [Europas Textagentur](http://Europas-Textagentur.ch)
| presse@erfolgswelle.ch
| www.erfolgswelle.ch

Texter im Schwarm: Gemeinsam sind wir stärker.

Interview mit Marc Hauser, Gründer der ‚Erfolgswelle‘, einer Textagentur neuen Typs.

Erfolgswelle – so heißt das erste deutschland-, österreich- und Schweiz-weite Netzwerk für Text-Freelancer. Seine zurzeit acht Mitglieder verteilen sich geografisch auf einer Achse über die deutschsprachigen Länder mit den Standorten Bern, Zürich, München, Wien, sowie – als Ausnahme – mit einem Schweizer Aussteiger auf der Götterinsel Bali. Die Mitglieder unterscheiden sich zum Teil erheblich durch ihre individuellen Expertisen. Unter der Dachmarke „Erfolgswelle“ treten sie als Einheit auf. Gründer der Erfolgswelle ist der Schweizer Marc Hauser, 41, aus Bern. In diesem Interview steht er Rede und Antwort.

Herr Hauser, warum braucht der Werbemarkt Ihr Netzwerk „Erfolgswelle“?

Marc Hauser: „Texter ist nicht gleich Texter. Und die Fülle an Stilen und Ideen, die das Netzwerk abdeckt, kann niemand alleine anbieten, auch keine klassische Werbeagentur. Marketing-Verantwortliche schätzen größere Agentur-Partner, denn diese bieten als Teamplayer mehr Sicherheit und Know-how-Transfer als kleine Agenturen oder Einzelkämpfer. Bei Erfolgswelle tragen wir diesem Sicherheitsdenken Rechnung. Bei uns stimmen Größe, Expertisen und Vielfalt. Und es fallen niemals alle gleichzeitig grippe- oder ferienbedingt aus. Zudem können wir Text-Aufträge locker ins gewünschte Ziel-Land adaptieren. Deutsch ist zwar die verbindende Sprache unserer drei Länder, doch nur wer die Nuancen kennt, meistert die feinen Unterschiede mit Erfolg.“

Und warum brauchen die Freelancer das Netzwerk?

Marc Hauser: „Beim Aufstieg zum Text-Star ist als Solokämpfer irgendwann der Gipfel erreicht. Wer dort mit Aufträgen überhäuft wird, kann den Überlauf ins Netzwerk delegieren. Davon profitiert, wer sich seinen eigenen Kundenstamm erst noch aufbauen müsste. Und ganz gleich ob wir nun ‚Stars‘ oder Newcomer sind: viele der schönsten Text-Aufträge gingen deshalb an uns vorbei zu den etablierten Werbeagenturen, weil der Kunde bei seiner Wahl kein Risiko eingehen wollte und nicht gerne auf den einsamen Text-Cowboy oder das kreative Cowgirl gesetzt hat. Als Textagentur Erfolgswelle haben wir im Markt nun eine wesentlich stärkere Positionierung. Schon jetzt verpuffen kaum mehr Aufträge, das Netzwerk ist bereits groß genug, um dies zu verhindern. Vor allem aber glauben wir, dass wir uns als Mannschaft gegenseitig in der Qualität steigern. Paul McCartney sagte einmal: ‚Keiner von uns Beatles wäre alleine zum Star geworden.‘ Und was wir mit unseren Kunden erreichen wollen, übersteigt die Möglichkeiten des Einzelnen. Nur gemeinsam sind wir stärker.“



erfolgswelle.ch

Texte zum Anbeissen.

Texter ist nicht gleich Texter, sagten Sie. Welche Fachgebiete decken die Mitglieder Ihres Netzwerks ab?

„Wir haben klassische Kampagnentexter, Branding- und Naming-Experten, Texter mit journalistischem Hintergrund für Pressearbeit, Public Relations, Redaktion oder Corporate Publishing. Außerdem bieten bei uns Fachleute im Bereich SEO und soziale Netzwerke ihre Dienste an ... und einfach verrückte Kreative. Zum Beispiel unser ausgebüxter Helvetier auf Bali. Näher kann man dem Begriff ‚freier Texter‘ kaum mehr kommen.“

Beauftragen die Kunden die Textagentur oder deren Texter? Und wie arbeiten die Texter zusammen?

Marc Hauser: „Der Kunde sucht sich auf der erfolgswelle-Webseite den Texter aus, dessen Profil am besten zu ihm passt oder der sich in seiner Nähe befindet. Dieser erstellt ein Angebot auf Basis unserer Honorare – mit einer Provision an die Agentur. Ist der Texter ausgelastet, kann er den Kunden weiterhin betreuen, den Auftrag aber an einen passenden Netzwerk-Kollegen weitergeben. Dafür verrechnen wir interne Provisionen für die Texter. Darüber hinaus tauschen sich die Schreibprofis bei Bedarf aus. Wir haben sogar eine klar definierte Assoziations-Hilfe entwickelt, die bereits nach Minuten Dutzende neuer Impulse liefert. Das kann eine One-Man-Show niemals bieten.“

Apropos Honorar: Sie kommunizieren Stundensätze von 110 Euro bzw. 180 Schweizer Franken. In Deutschland gelten Empfehlungen von 60 Euro pro Stunde als Freelancer-Honorar. Was können Kunden für den höheren Preis an Mehrwert erwarten?

Marc Hauser: „Grundsätzlich soll gelten: ‚Unsere Texte bringen mehr ein, als Sie dafür ausgeben.‘ Zudem sind die *erfolgswelle*-Texter keine einsamen Freelancer mehr im eigentlichen Sinne. Sie genießen hochkarätige jährliche Weiterbildung, einen regen Austausch innerhalb des Teams und außerdem verfügen wir intern über versierte Text-Begleiter, die als Sparring-Partner unsere Texter bei echten Herausforderungen mit konstruktivem Gegenlesen unterstützen; von all dem können Freelancer höchstens träumen. Der Kunde seinerseits hat die Gewissheit, dass bei *erfolgswelle* nur ausgewiesene Spezialisten arbeiten. Und was vielleicht am wichtigsten ist: Es wird sich immer ein passender Texter für den Kunden finden lassen, selbst wenn der Stamm-Texter einmal kurzfristig ausfallen sollte. Und nicht zuletzt profitieren die Kunden bei Großaufträgen von den Vorteilen des Ideen-Brainstormings, also der Suche nach Ideen im Schwarm. Wir haben extra einen Ideenwettbewerb ins Leben gerufen: Creastars. Alle kreativen Menschen können daran teilnehmen und mit einer guten Idee Preise gewinnen.“



erfolgswelle.ch

Texte zum Anbeissen.

Wenn wir über höhere Honorare und Mehrwert sprechen, kommt auch die Frage nach der sozialen Verantwortung zum Tragen. Inwieweit ist die erfolgswelle hier aktiv?

Marc Hauser: „Unser Ideenwettbewerb Creastars hat mit seinen Preisen eine soziale Komponente. Darüber hinaus sponsert *erfolgswelle* mit einem Prozent seines Netto-Umsatzes Menschen und Institutionen mit guten, innovativen und realisierbaren Ideen, die Menschen Freude bereiten oder ein Publikum begeistern können. Ganz gleich in welcher Art – also auch vollkommen unabhängig von Text und Werbung.“

Zurück zur Erfolgswelle: Es gibt bisher kein Beispiel für ein solches Texter-Netzwerk. Wie sind Sie auf die Idee dazu gekommen?

Marc Hauser: „Ich hatte einfach genug vom Dasein als Text-Eremit. Einerseits fehlte mir selber gelegentlich der Austausch mit Gleichgesinnten zum aktuellen Auftrag, andererseits verpufften viele Aufträge nur deshalb, weil ich bei guter Auslastung nicht die Zeit aufbringen wollte, einen freien Kollegen für überzählige Anfragen zu suchen. Beides musste mal ein Ende haben.“

Erklären Sie uns den Agenturnamen. Was hat der Begriff „Erfolgswelle“ mit Werbetext zu tun?

Marc Hauser: „Aus meiner Sicht verlaufen sämtliche Abläufe zyklisch, mit einem stetigen Wechsel von Auf und Ab. Dieses Naturprinzip, das wir bestens kennen mit Tag und Nacht, Ebbe, Flut und Wellengang, finden wir auch im Geschäftsleben wieder. Was wir den Kunden versprechen, ist nicht stetiges Wachstum ins goldene Nirvana. Sondern Stabilität beim Ritt auf der ‚Welle‘ mit Texten auf gleichbleibend hohem Niveau. Wir selbst versprechen uns natürlich ebenso nachhaltigen Erfolg, gemeinsam auf der Welle.“

Herr Hauser, wir danken Ihnen für das Gespräch und wünschen Ihrer „Welle“ den sprichwörtlichen Erfolg.

Freigegeben zum Abdruck. Belegexemplare sind erbeten

<http://www.erfolgswelle.de>
<http://www.erfolgswelle.ch>

Pressekontakte:

Textagentur erfolgswelle
Marc Hauser
Riedhaus 18
3033 Wohlen b. Bern
SCHWEIZ
+ 41 79 213 71 62
info@erfolgswelle.ch

Für Deutschland:

Jens Kügler
Volkartstraße 45
80636 München
+49 (0)179 502 69 70
jens.kuegler@erfolgswelle.ch

Für Österreich:

Gabriela Mair
Urbangasse 21/1/6
1170 Wien
+43 676 9083571
gabriela.mair@erfolgswelle.ch



erfolgswelle.ch

Texte zum Anbeißen.

