

Was kosten Text und Konzeption?

15.05.2008, 16:48 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *Fachverband Freier Werbetexter e.V.*
Presseagentur: *Presseabteilung FFW*



Der neu erschienene Marktmonitor Werbetext 2008 gibt Auskunft.

Wenn freie Konzeptioner und Texter arbeiten, läuft kein Taxameter. Sondern eine Vereinbarung darüber, wie eine definierte Kreativleistung honoriert wird. Und zwar individuell. Je nachdem, ob Kreative für einen Auftrag, ein Projekt oder einen Pitch arbeiten. Oder sogar einmal kostenlos für den ADC. Denn ohne Fleiß kein Preis.

Was Text und Konzeption zu marktgerechten Konditionen kostet, beantwortet der neu erschienene Marktmonitor Werbetext 2008 – aktuell und praxisnah. Der Leistungskatalog für integrierte Kommunikation, Werbung, Verkaufsförderung und Public Relations gibt Auskunft über branchenübliche Honorare für mehr als 100 typische Dienstleistungen. Neben dem Zahlenteil beinhaltet die vom Fachverband Freier Werbetexter herausgegebene Honorarübersicht einen großen Informationsteil rund um die Wirkungsfelder Text und Konzeption, um Vertragliches, Rechtliches und die Kooperation zwischen Textern, Agenturen und Unternehmen. Beziehen kann man die 52-seitige Broschüre gegen eine Schutzgebühr von 35,00 Euro online unter www.texterverband.de.

Der Marktmonitor Werbetext 2008 beruht auf der jüngsten Mitgliederumfrage sowie detailreicher Honorarerhebungen des Berufsverbandes für Texter und Konzeptioner und basiert damit auf Angaben von Profis, die sich auf dem Markt durchgesetzt haben. Er soll – wie schon in der Vergangenheit – als realistische Kalkulationsbasis dienen und ist eine wertvolle Orientierungs- und Entscheidungshilfe für Agenturen, Unternehmen sowie freie Texter und Konzeptioner.

Bei der Marktmonitorauswertung wurden die Faktoren Agentur/ Unternehmensgröße und Bedeutung, lokaler, regionaler und nationaler Nutzungen zeitlich und geografisch, sowie der Schwierigkeitsgrad der Leistungserstellung berücksichtigt. Darüber hinaus wurden weitere zusätzliche, differenzierte Daten, Kriterien, Fakten und Preise aus der aktuellen, täglichen Marketing-, Kommunikations- und Werbe-praxis bestimmt und mit einbezogen. Sachlich fundierter und aussagekräftiger Input hierfür kam von Verbänden mit denen der FFW kooperiert – insbesondere vom Forum

Kommunikationswirtschaft, GWA, BDW und AGD. Dazu von unabhängigen und neutralen Branchendiensten- und Insidern, aus zahlreichen Agenturen der unterschiedlichsten Größen.

Um Missverständnissen vorzubeugen: Die Leistung des einzelnen Texters/ Konzeptioners bleibt nach wie vor (auch preislich) individuell – wie es auch seine Kreativität, sein Wissen und seine Beratung sind. Bei den Honorar-Nennungen des Marktmonitors Werbetext 2008 handelt es sich um unverbindliche Empfehlungen. Insofern kommt ihnen in keinem Fall Richtpreischarakter zu. Das tatsächliche Honorar stimmt natürlich jeder Textprofi individuell mit dem Auftraggeber ab.

Mehr Transparenz bei der Honorargestaltung war eins der Ziele, die sich der FFW bei seiner Gründung vor 20 Jahren setzte. Der Marktmonitor Werbetext 2008 manifestiert einmal mehr: Der FFW steuert Fantasihonoraren gegen. Gleichgültig, ob sie sich nach oben oder nach unten aus dem Rahmen bewegen.

Portrait

FFW im Profil:

Der Fachverband Freier Werbetexter (FFW) ist der erste und einzige Berufsverband Deutschlands für Texter und Konzeptioner in der Kommunikationswirtschaft. Er wurde 1987 gegründet und zählt heute zu den etablierten Verbänden in der Branche und ist Mitglied im Verband der Freien Berufe (LFB/BFB). Außerdem ist der FFW dem Forum Kommunikationswirtschaft angeschlossen und steht dadurch im ständigen Dialog und Austausch mit den anderen Verbänden der Branche wie GWA, AGD, DMMV und kommunikationsverband.de.

Der FFW repräsentiert über ein Drittel der freiberuflich arbeitenden Werbetexter in Deutschland.

Mitglied kann nur werden, wer über eine ausreichende Berufserfahrung verfügt und seine professionelle Qualifikation nachgewiesen hat.

News-ID: 211511 • Views: 5613 (Stand: 05.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/211511/Was-kosten-Text-und-Konzeption.html>