

Mit Herz & Know How Ideen auf den Punkt gebracht

09.06.2015, 12:51 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *Profitexter.net*

Presseagentur: *Profitexter.net*



Profitexter.net- Interview mit Esther Nestle

Die 15 Verkaufs- und Direktmarketing-Texter von Profitexter.net bedienen seit 9 Jahren die Königsdisziplin der deutschen Werbelandschaft.

Jeder Profitexter ist ein Individuum mit eigenem Kopf, speziellen Erfahrungen und Zusatzqualifikationen. Die Profitexter-Interview-Reihe soll Interessierten tiefe Einblicke geben:

Welcher Mensch steckt hinter jedem einzelnen Profitexter? Was macht ihn aus?
Was ist sein persönliches Erfolgsrezept?

Heute lässt sich die Herrenberger Profitexterin Esther Nestle in die Karten gucken.

Als ausgebildete Direktmarketing-Texterin und Diplom-Betriebswirtin entwirft sie umsatzstarke Marketing-Konzepte, die sie mit viel Herz, Know How und Weitsicht für Unternehmer in ganz Deutschland umsetzt.

Esther Nestles Markenzeichen ist der unverwechselbare, direkte und bildhafte Schreibstil, der ihrem Motto „Ideen auf den Punkt gebracht“ mehr als gerecht wird. Das Interview führt Simone Domahs.

Simone Domahs:

Was denkst du? Was genau macht einen Profitexter aus?

Esther Nestle:

"3 Dinge:

1. Ein Profitexter versteht es, seine Kunden glücklich zu machen. Diese sind glücklich, wenn sie ihre gesetzten Ziele dank hoher Qualität unserer Beratung und natürlich unserer Texte erreichen. Es ist also die hohe Qualität, die den Profitexter auszeichnet.

2. Hohe Qualität auf der einen Seite, absolute Integrität auf der anderen Seite. Denn was uns neben der hohen Qualität in ganz besonderem Maße auszeichnet, ist unsere hohe Glaubwürdigkeit.

Unsere Kunden WISSEN, dass sie bei uns stets beste Arbeit für ehrliches Geld bekommen. Eigentlich eine Selbstverständlichkeit ... Wir wissen aber, dass dem nicht so ist. Und so ist uns Profitextern die Abgrenzung wichtig. Deshalb haben wir einen Ethikcode formuliert, um diese „Selbstverständlichkeit“ öffentlich einsehbar auf den Schirm zu „meißeln“. Jeder Profitexter steht dafür übrigens persönlich mit seinem Namen gerade.

3. Profitexter sind unternehmerisch denkende und handelnde Texter. Wir behaupten uns alle als „Freie“ im Haifischbecken. Oder soll ich sagen als „Freie Radikale“? Wer nur mit dem Strom der Beliebigkeit schwimmt, muss sich irgendwann das „Futter“ mit zu vielen anderen teilen. Profitexter wissen, wann sie auch mal ausbrechen müssen, wie sie sich von der Masse absetzen können. Das sind Erfahrungen, von denen – wenn auch eher indirekt – unsere Kunden profitieren."

Simone Domahs:

Eine deiner Spezialitäten ist es ja, Imagewerbung wie Broschüren oder Flyer mit Directmail- und Verkaufselementen zu vereinen. Und das erfolgreich, wie man an deinen Referenzen sieht.

Außerdem bist du eine der wenigen Texter, die mit direkten und manchmal überspitzten und provokanten Worten überzeugen können. Auf deinem Profitexter.net - Profil liest man z.B.:

„Wie Sie jetzt Ihre Werbegelder raushauen, garantiert ohne Erfolg!“

Oder: „Lügen Sie, bis Ihr Bildschirm schamhaft errötet.“

Bei dieser „Anti-Schreibe“ bleibt man direkt hängen.

In anderen Texten schlägst du wieder ganz andere, viel sanftere Töne an.

Ist es nur erlernte Kunst, für jede Kundengruppe die passende Tonart zu finden? Oder braucht neben deiner Erfahrung als Diplom-Betriebswirtin und Direktmarketing-Werbetexterin auch viel Einfühlungsvermögen?

Esther Nestle:

Auf jeden Fall! Die feinen Antennen sind in unserer Branche die notwendige Zielgruppenpeilung. Wer falsch peilt, schreibt daneben ... Und ich bin froh, dass ich bei Bedarf genauso meine weiche, sanfte Schreibe aktivieren kann.

Aber mein natürlicher texterischer Fingerabdruck ist tatsächlich der prägnante Ausdruck. Ein paar Sätze, und peng - die Botschaft sitzt! Eine Fähigkeit, die bei Broschüren und Flyern übrigens besonders gefragt ist.

Aber ganz klar: Es gibt nicht die eine goldene Regel, die besagt, „ein Text muss so lang oder so kurz sein“. Wie eintönig wäre das denn ... Und vor allem: Was am meisten Sinn macht, ist wirklich von Fall zu Fall verschieden.

Doch auch wenn ich nicht standardmäßig 15- oder 20-seitige Mailings vom Stapel lasse, so kann ich durchaus viel Text am laufenden Band produzieren ... Sonst wäre ich als Ghostwriterin von Print-Büchern (mein zweites mir zugewachsenes Standbein neben (Direkt)Werbung und Pressearbeit) fehl am Platz ;-)

Außerdem liebe ich das Schreiben in Metaphern, also das bildhafte Schreiben. Oft habe ich schon ganz am Anfang eines Auftrages Bilder im Kopf, die ich dann nur noch aus meinem Kopf ziehen muss, um sie in die Köpfe der Zielgruppe zu implantieren: um hinter der Leserstirn den zwar abgedroschenen, dennoch zutreffenden Begriff namens Kopfkino zu starten."

Simone Domahs:

Auf welche Themenbereiche hast du dich spezialisiert?

Esther Nestle:

Eigentlich auf keine. Ich bin von meinen Themen her sehr breit aufgestellt. Und liebe diese Vielfalt!

Nehmen wir meine zwei aktuellen „frisch geschlüpften Küken im Kundennest“.

Da ist der Hersteller von Manschettenknöpfen und Herrenschmuck, dem ich vor 10, 12 Tagen Texte für seinen neuen Webauftritt geliefert habe.

Und da ist der Zulieferer für Flugzeugkomponenten von Airbus und Boeing, bei dem ich kommende Woche zum Briefing einlaufen werde. Die Schnittmenge von Manschettenknöpfen hier und Flugzeugkomponenten da ist überschaubar ...

Interessant die Entwicklung, dass zu meinen besten und treuesten Kunden die Stadtverwaltung meiner Heimatstadt zählt. Die Arbeit für die Stadt bindet viel Zeit – so viel, dass ich schon gar nicht mehr alles selbst bewältigen kann und für die Pressearbeit mitunter Texter aus dem Umkreis mit an Bord hole.

Eine ausgesprochen spannende Arbeit, zumal es dort auch nicht „nur“ um das reine Texten geht. Vielmehr auch um die Entwicklung von Kommunikationsstrategien, um Konzepte rund um die Öffentlichkeitsarbeit. Zum Beispiel „Wie kann Projekt x mehr Akzeptanz / mehr Aufmerksamkeit in der Bevölkerung erzielen?“ Wohlbemerkt OHNE die politische Komponente. Ich helfe der Stadtverwaltung in die kommunikativen Startlöcher, mische aber nicht in der Lokalpolitik mit.

Simone Domahs:

In deiner knappen Freizeit kümmerst du dich außerdem noch um dein Hilfsprojekt „time2help“, welches du mit deiner Familie und Freunden ins Leben gerufen hast.

Kannst du uns mehr über dieses Hilfsprojekt erzählen? Und vor allem über euer neustes dringendes Projekt? Was ich da hörte, hat mich schockiert!

Esther Nestle:

Wir unterstützen ein Waisenhaus mit angeschlossener Schule in Tansania. Wir – das ist ein kleiner Verein mit aktuell 13 Mitgliedern. Vor knapp zwei Jahren haben wir den gemeinnützigen Verein gegründet. Unzählige Stunden ehrenamtliche Arbeit sind seither in diese Arbeit geflossen.

Was treibt uns und mich so an?

Tansania zählt (trotz Tourismus!) zu den ärmsten Ländern der Welt. Armut ist dort mit Händen greifbar, Elend lauert bald an jeder Ecke. Und dann ist da dieser Mikrokosmos - in Form einer einheimischen Familie, die vor ein paar Jahren nicht länger zusah und „einfach“ anfang, verwahrloste, hungernde Kinder von der Straße, aus dem Dreck aufzusammeln und mit zu sich nach Hause zu nehmen.

Es wurden immer mehr Kinder ... Also da ist keine externe, ausländische Organisation, von außen aufgepfropft, sondern

eine Privatinitiative von Tansaniern vor Ort! Genau das ist es, was uns, was mich so antreibt. Unter großen Entbehrungen haben sie aus eigener Kraft eine großartige Arbeit aufgebaut, ganz ohne jegliche staatliche Unterstützung.

Alles, was sie tun, wird von privaten Geldgebern finanziert. Und so reicht das Geld vorne und hinten nicht – bis heute wissen sie nicht immer, wie (von welchem Geld) sie „ihre“ Kinder in den kommenden Wochen vernünftig satt kriegen sollen ... Also haben wir time2help e.V. gegründet.

Unser Part ist das reine Fundraising, also Gelder sammeln. Das ist ein ganz wichtiger Punkt, weil wir uns damit von vielen anderen Hilfsprojekten abheben: Das Sagen hat alleine die Familie vor Ort! Wir arbeiten aus der Ferne zu, so gut wir es eben können.

Im Moment ist es eine Mauer, die uns sehr umtreibt. Genauer gesagt eine Schutzmauer, die, ganz ohne schleimigen Pathos, tatsächlich über Leben und Tod entscheiden kann.

Hierum geht es:

Der Bau einer 450 Meter langen Mauer zum Schutz bedrohter Albino-Kinder. Dafür brauchen wir dringend Hilfe!

Etwa 170.000 Menschen mit Albinismus leben in Tansania. Sie erleiden oft ein grausames Schicksal: Ihre Körperteile sind wegen ihrer weißen Haut und den strohblonden Haaren unter Zauberern begehrt – und dafür werden sie immer wieder umgebracht. Vor allem das Leben von Albino-Kindern ist massiv bedroht.

Der Staat bringt die Kinder in speziellen Camps unter. Dort sind sie zwar sicher vor Übergriffen, fristen jedoch unter erbärmlichen Bedingungen ihr Leben.

Familie Kimaro (die Verantwortlichen für Waisenhaus und Schule) hat Kontakt zu einem dieser Flüchtlings-Camps. Im Januar konnten sie die ersten sechs Kinder dort herausholen. Ein eigens eingerichteter Wachdienst bewacht seither die Kinder rund um die Uhr, Tag und Nacht.

Leider reicht der Schutz durch den 24 h- Wachdienst nicht aus: Bereits zweimal wurde seither das Waisenhaus überfallen und versucht, die Albino-Kinder zu entführen. Gott sei Dank schlugen beide Versuche fehl.

Doch nun ist klar: Die Kinder müssen zusätzlich zum Wachdienst mit stabilen Mauern gegenüber dem Umfeld abgesichert werden. Ein erster besonders wichtiger Teilabschnitt soll so schnell wie möglich gebaut werden, sobald das Geld da ist: 450 Meter lang, 2.50 Meter hoch. Kosten:
48.000 Dollar. Macht nach heutigem Kurs stark 44.000 Euro.

Verdammt viel Geld für eine einfache Mauer - das zumindest war unser erster Eindruck. Aber wir haben uns schlau gemacht und können nun guten Gewissens sagen: Eine stabile Mauer mit diesen Ausmaßen kostet irre viel Geld – auch in Tansania.

Und nein: Das wird keine schöne Mauer. Das wird ein „billiger“ Schutzwall aus einfachen Steinen gemauert, der einzig und allein dem Zweck dient, die Kinder – in Kombination mit dem Wachdienst - vor weiteren Übergriffen zu schützen.

Lassen Sie uns gemeinsam diese Schutz bringende Mauer bauen: Für diese vom Schicksal grausam betroffenen Albino-Kinder, die kein Leben in ihren Familien und ihren Dörfern leben können – nur weil sie anders aussehen.

Lassen Sie uns diese Mauer bauen, um diesen Kindern ein Stück Geborgenheit und Unbeschwertheit zu schenken – ein Stück Kindheit, das ihnen die tansanische Gesellschaft (derzeit) nicht geben kann. Lassen Sie uns diese Mauer bauen, bevor es zu spät ist.

DANKE!!!

Spendenkonto: time2help

Volksbank Herrenberg-Rottenburg

BIC: GENODES1VBH

IBAN: DE21603913100370331001

Simone Domahs

Unglaublich! Wer mehr über time2help erfahren will: Gehen Sie auf www.time2help.net. Jeder Euro zählt und kommt direkt den Kindern zugute.

Das kann man auf der Homepage oder auf der Facebook- Seite www.facebook.com/time2help.net mitverfolgen! Transparenter geht es nicht. Danke für Ihre Hilfe!

Simone Domahs:

Gibt es neben „time2help“ noch weitere Zukunftspläne?

Esther Nestle:

Ich möchte mich und meine Arbeit die nächsten Monate im Web neu aufstellen. Mein bestehender Webauftritt ist mit seinen 8 Jahren ein echter Dino. Man soll dann investieren, wenn es rund läuft. Das nehme ich mir zu Herzen.

Simone Domahs

Danke für deine Zeit und die tiefen Einblicke. Alles Gute für dich und weiterhin viel Power für dein Hilfsprojekt time2help.

Portrait

Esther Nestle Portrait

Als erfahrene Diplom-Betriebswirtin (FH) und Direktmarketing-Werbetexterin entwirft Esther Nestle erfolgreiche Marketing- und Text-Konzepte für kleinere und mittelständische Unternehmen in ganz Deutschland. Als Mit-Initiatorin von time2help kümmert sie sich zusätzlich um ein Waisenhaus mit angeschlossener Schule in Tansania – wo derzeit ungefähr 130 verarmte oder bedrohte Kinder (oft Waisenkinder) Geborgenheit und Schutz finden und eine sehr gute Schulausbildung genießen. Auf www.time2help.net sowie auf der Facebook- Seite www.facebook.com/time2help.net können Interessierte jeden einzelnen aktuellen Projekt –Meilenstein direkt mitverfolgen.

News-ID: 856948 • Views: 1330 (Stand: 17.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/856948/Mit-Herz-Know-How-Ideen-auf-den-Punkt-gebracht.html>