

## "Die Feder wird zum Schwert."

*nach Edward Lytton Bulwer*



Mit Texten, die etwas bewirken.  
Und Ideen, die verkaufen.  
Damit Sie erfolgreich am Markt agieren,  
Ihre Kunden überzeugen und Ihre  
Wettbewerber das Fürchten lehren.

Sie brauchen einen klugen Denker und  
eine spitze Feder für Ihre Werbung?  
Sie haben beides gefunden!

Werner Markowitz  
denkt | schreibt

Weyerstraße 68  
41363 Jüchen

Tel. 02165.2149  
wm@denkt-schreibt.de

*Übrigens:*

Je schwieriger Ihre Aufgabenstellung ist, umso besser.  
Ich zerbreche mir gern den Kopf für Sie.

## "Erst grübeln, dann dübeln."

*Volksmund*

Als gelernter Germanist mit langjähriger Erfahrung und besten Referenzen treffe ich den Nagel auf den Kopf.

Ich schreibe alles für Sie, was sich in Worte fassen lässt:



- **vom Kundenansprechen bis zum Katalog**
- **von der Anzeige bis zum Internetauftritt**
- **vom Falblatt bis zum Funkspot.**

Ideal, wenn sie Wert auf professionelle Arbeit legen, aber **keine Werbeagentur beauftragen** möchten.

*Und jetzt viel Spaß beim Stöbern in meiner kleinen Sammlung an „Denkzetteln“!*

## "Denk' ich an Deutschland in der Nacht, dann bin ich um den Schlaf gebracht."

*Heinrich Heine, Nachtgedanken*

- **Wirtschaft**
- **Worte**
- **Menschen**
- **Ideen**
- **Mut**
- **Wirkung**
- **Stärke**
- **Fleiß**
- **Freiheit**
- **Geiz**

Standort Deutschland ein Albtraum? Gewiss nicht. Aber viele Unternehmen sind besorgt. Und hellwach! Sie denken neu nach. Vor allem dann, wenn sie ihr Geld in Werbung investieren.

**Effizientes Arbeiten und innovatives Denken sind gefordert.** Als unerbittliche Messlatte gilt der wirtschaftliche Erfolg. Für Spielereien ist längst kein Geld mehr da.

Da gehe ich gern mit gutem Beispiel voran. Meinen Kaffee koche ich mir selbst. Für Ideen habe ich meinen eigenen Kopf. Optimismus ist also angesagt. Heinrich Heine ist tot, und wir leben.



*Ihr Vorteil:*

**Texte und Konzepte, die mehr nutzen, als sie kosten!**

- Kostenbewusstes Arbeiten – mit klarem Blick für das Wesentliche und Machbare
- Ihre Marketingziele stehen konsequent im Mittelpunkt.

## "Ich bin ein Berliner."

*John F. Kennedy*

- **Wirtschaft**
- **Worte**
- **Menschen**
- **Ideen**
- **Mut**
- **Wirkung**
- **Stärke**
- **Fleiß**
- **Freiheit**
- **Geiz**

Ja, das ist er, der Spruch, den ich selbst gern geschrieben hätte.

Die Situation war kompliziert damals zu Zeiten des Kalten Krieges im geteilten Berlin. Und Kennedy bringt sie auf eine ergreifend schlichte Formel.

Ein Satz. **Kraftvoll, begeisternd, unvergesslich.** Vier Worte, die jeder sofort begreift. So mächtig kann Sprache sein. Punkt.



*Ihr Vorteil:*

### **Die Dinge auf den Punkt gebracht!**

- Klar, verständlich, spannend, anschaulich, unverwechselbar
- Besonders stark bei erklärungsbedürftigen Produkten und Dienstleistungen

**"Wir leben alle in einer Welt.  
Aber wir haben nicht den gleichen  
Horizont."**

*Konrad Adenauer*

- **Wirtschaft**
- **Worte**
- **Menschen**
- **Ideen**
- **Mut**
- **Wirkung**
- **Stärke**
- **Fleiß**
- **Freiheit**
- **Geiz**

Das ist ja gerade das Wunderbare, dass wir die Dinge aus ganz unterschiedlichen Blickwinkeln betrachten können.

Was der eine beispielsweise für ein **Fortbewegungsmittel** hält, um bequem von A nach B zu gelangen, das imponiert dem anderen als ein treffliches **Statussymbol**. Dem nächsten treibt es als potentiell **Sportgerät** den Adrenalinpiegel in die Höhe. Für den Hersteller ist es ein Automobil. Und für den Händler eine Ware.

Erfolgreiche Werbung nimmt **je nach Zielgruppe** andere Standpunkte ein, macht sich fremde Sichtweisen zu eigen. Für eine **glaubwürdige Ansprache** auf Augenhöhe. So gelingt es nicht nur, mit dem Angesprochenen dessen Horizont zu teilen. Sondern diesen sogar zu erweitern.

*Ihr Vorteil:*

**Für jede Zielgruppe genau der richtige Ansprache!**

Besonderes Erfahrungspotential:

- Automobil, Technik, Finanzdienstleistungen, Institutionen, Pharma
- Business-to-Business und Handelsmarketing
- Stilsicher im Rahmen Ihrer Markenwelt



**"Der Kopf ist rund, damit das Denken  
die Richtung wechseln kann."**

*Francis Piccabia*

- **Wirtschaft**
- **Worte**
- **Menschen**
- **Ideen**
- **Mut**
- **Wirkung**
- **Stärke**
- **Fleiß**
- **Freiheit**
- **Geiz**

Wer immer in dieselbe Richtung denkt, produziert bloß Langeweile. Tödlich für die Werbung. Denn sie wird ganz einfach ignoriert, mit Missachtung gestraft, übersehen und überhört. Dagegen helfen nur Ideen. **Der wahre Zündstoff starker Werbung.**

Eine überraschende Wendung – und die Menschen sind schlagartig hellwach. Ideen wecken **Neugier und Interesse**. Aber wie kommt man auf Ideen? Alexander der Große durchschlug kurzerhand den Gordischen Knoten. Columbus suchte im Westen nach Indien. Newton legte sich unter einen Apfelbaum und träumte von der Schwerkraft.

Ideen findet nur, wer **die gängigen Denkauto- bahnen verlässt**. Wer um die Ecke denkt, querdenkt, umdenkt. Im Kopf wohnt eben nicht nur die Vernunft, sondern auch die Phantasie.



*Ihr Vorteil:*

**Lassen Sie sich überraschen!**

- Zum Beispiel durch frische Formulierungen, verblüffende Konzepte und außergewöhnliche Medien

## "Sag deinem Hauptmann ... er kann mich im Arsch lecken."

*Goethe, Götz von Berlichingen*

- **Wirtschaft**
- **Worte**
- **Menschen**
- **Ideen**
- **Mut**
- **Wirkung**
- **Stärke**
- **Fleiß**
- **Freiheit**
- **Geiz**

Klare Worte! Nicht gerade hoffähig, aber unmissverständlich. Und **aus der Seele gesprochen**. Wer etwas zu sagen hat, braucht eben keine lauwarmen und butterweichen Formulierungen. Kein „entschiedenes Sowohl-als-auch“.

Gute Werbung kann das ebenso. Sie kämpft mit offenem Visier. **Couragiert und ohne Angst** vor dem Risiko (Da müssen sich die Macher schon mal selber in den Hintern treten!). Mal trifft sie kraftvoll mit dem Degen - mal elegant mit dem Florett. Stets stilsicher, versteht sich.

**Sie sagt's am liebsten auf gut Deutsch** (Und versteckt sich nicht feige hinter belanglosen Anglizismen). Denn eins ist klar: Wir wollen die Menschen, mit denen wir kommunizieren, ernst nehmen. Und nicht verarschen.



*Ihr Vorteil:*

### **Texte und Konzepte mit Biss!**

- Oder mögen Sie Wischi-waschi und Allgemeinplätze?

**"Werbung ist die Kunst, auf das Herz zu zielen und die Brieftasche zu treffen."**

*nach Vance Packard*

- **Wirtschaft**
- **Worte**
- **Menschen**
- **Ideen**
- **Mut**
- **Wirkung**
- **Stärke**
- **Fleiß**
- **Freiheit**
- **Geiz**

Wer an das Geld der Menschen will, muss in die **Rolle des Verführers** schlüpfen. Ist Werbung deshalb ein zynisches Geschäft?

Natürlich nicht! Denn der Kunde hat ein feines Gespür, er merkt sofort, wenn Sie ihm heuchlerisch und verlogen begegnen. **Offen und ehrlich** auftreten, heißt die Devise, **sympathisch und charmant**, gern auch **mit Witz und Humor**. Wer Sie so die Herzen der Kunden erobert, darf sich freuen. Seine Marken werden geliebt. Und man hält ihm die Treue.

**Marketingziel glänzend erreicht!** Sie wissen, dass Ihre Werbegelder gut angelegt sind. Ihr Kunde freut sich, dass er das richtige Produkt gekauft hat. Wenn Geld und Gefühle so miteinander harmonieren, macht Werbung Spaß!



*Ihr Vorteil:*

**Texte, die verkaufen!**

- Zum Beispiel Eva den Apfel, dem Autofahrer Ihr aufregendes Cabrio, dem Kapitalanleger die vielversprechenden Aktien Ihres Unternehmens oder dem Handelspartner Ihr innovatives Produkt.



## "Einer für alle. Und alle für einen."

*Die drei Musketiere*

- **Wirtschaft**
- **Worte**
- **Menschen**
- **Ideen**
- **Mut**
- **Wirkung**
- **Stärke**
- **Fleiß**
- **Freiheit**
- **Geiz**

Bei exzellenter Werbung kommt alles zusammen. Leistungen **unterschiedlicher Disziplinen** ergänzen einander.

Zack, da blitzt eine freche Headline auf. Jetzt lässt ein **Funkspot** aufhorchen. Dann kommt eine hieb- und stichfeste Argumentation. Nun trifft ein **Mailing** mitten ins Herz. Kurz darauf sorgt ein **Event** für Aufregung. Ein Banner flattert munter im **Internet**. Und im **Katalog** geht's ins Detail ...

Ich bin ein Verfechter der Vielseitigkeit und beherrsche sämtliche Facetten meines Metiers. Bei Bedarf kann ich mich auf die Unterstützung durch befreundete Profis verlassen. Das kann man „integrierte Kommunikation“ nennen. Ich nenne es geballte Energie – für **schlagkräftige Werbung!**



*Ihr Vorteil:*

### **Kommunikation auf allen Kanälen!**

- Das gesamte Spektrum der integrierten Kommunikation: klassische Werbung, Verkaufsförderung, Direktmarketing, Internet ...
- Eine Idee in unterschiedlichen Disziplinen bzw. Medien
- Oder Sie wählen gezielt den für Sie effizienteste Kanal aus.

## "Von der Stirne heiß rinnen muss der Schweiß."

*Schiller, Lied von der Glocke*

- **Wirtschaft**
- **Worte**
- **Menschen**
- **Ideen**
- **Mut**
- **Wirkung**
- **Stärke**
- **Fleiß**
- **Freiheit**
- **Geiz**

Lassen Sie sich nichts vormachen. Die geniale Idee, mal so eben unter der Dusche! Und zack, fertig ist die Kampagne? Nein, so läuft das nicht. Zu faul gewesen, das Briefing zu lesen? Dann erfüllt die tolle Idee wo-möglich ihren werblichen Zweck gar nicht ... und gehört **gnadenlos in den Papierkorb!**

Fleiß ist auch angesagt, wenn es darum geht, die notwendigen Informationen zusammenzutragen. Ohne **sorgfältige Recherche** keine treffenden Texte. Und immer wieder **verbissen am Detail** feilen! Jeder wirklich gute Text ist das Ergebnis harter Arbeit.

Wenn Sie also nicht nur einen talentierten, sondern auch fleißigen Texter suchen: Nur zu, **bringen Sie mich ins Schwitzen!**



*Ihr Vorteil:*

### **Harte Arbeit für jeden Euro!**

- Hohe Qualität - auch unter Zeitdruck
- Auf Wunsch mehrere Alternativen zur Auswahl
- Erste Korrekturphase selbstverständlich inklusive

## "Tue nichts selbst, was ein anderer für dich tun könnte."

John Rockefeller

- **Wirtschaft**
- **Worte**
- **Menschen**
- **Ideen**
- **Mut**
- **Wirkung**
- **Stärke**
- **Fleiß**
- **Freiheit**
- **Geiz**

Lassen Sie mich für Sie denken und schreiben!  
Das macht Ihren **Kopf frei** für die wirklich wichtigen Dinge. Ein Anruf genügt. Schon haben Sie ein Problem weniger und können sich entspannt auf meine Lösungen freuen.

Auch unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten haben Sie in diesem Fall alles richtig gemacht. **Do-it-yourself ist etwas für Heimwerker**. In Unternehmen kostet der Ehrgeiz, alles selber machen zu wollen, oftmals unnötig Geld und bindet wertvolle Ressourcen.

Zudem gehe ich **als Außenstehender unbefangener** an Ihre Aufgabenstellung heran. Wo Ihnen vielleicht schon die Ideen ausgegangen sind, beginne ich erst mit dem Denken. Also, was kann ich für Sie tun?



*Ihr Vorteil:*

### **Outsourcing, das sich auszahlt!**

- Leistung nach Maß: vom einfachen Text bis zur kompletten Kampagne
- Flexibles Honorarsystem mit fairen Tarifen - nach Zeitaufwand oder zu Festpreisen

## "Geld stinkt nicht."

*Vespasian*

- **Wirtschaft**
- **Worte**
- **Menschen**
- **Ideen**
- **Mut**
- **Wirkung**
- **Stärke**
- **Fleiß**
- **Freiheit**
- **Geiz**

Warum sollte es ehrenrührig sein, übers Geld zu reden?  
**Schließlich war Sparsamkeit schon immer eine Tugend.**

Doch alles hat seine Grenzen. So gilt die übertriebene Form der Sparsamkeit, der Geiz, zu Recht als Todsünde. Und die wollen Sie doch nicht wirklich begehen? Ich jedenfalls geize nicht. Bei mir gibt's ausgefeilte Formulierungen und raffinierte Ideen im Überfluss. **Zu fairen Preisen.** Dumping ist mit zuwider. Aber ein sauberes Schnäppchen? Dagegen dürfte nichts einzuwenden zu sein.



Also komme ich Ihnen folgenden zwei Fällen beim Honorar gerne entgegen:

- **Unternehmer-Rabatt:** Mein bescheidener *Beitrag zur Förderung des deutschen Mittelstandes*. Weil mir Firmen, in denen der Chef noch selbst entscheidet und haftet, einfach sympathisch sind.
- **Notfall-Rabatt:** Sie brauchen händeringend textliche Unterstützung. Dann möchte ich Ihre missliche Lage nicht ausnutzen. Im Gegenteil: Wenn Sie mir *innerhalb von 24 Stunden* nach Anfrage den Auftrag erteilen, wird's billiger!

Die Rabatte gelten für Erstaufträge und werden in Form einer Gutschrift über 100 Euro gewährt, die Sie sofort bei Rechnungsstellung einlösen können.