



Konzept · Text · Lektorat

## Alles, was Text ist!

- Katalogtexte (Mode und Hartwaren)
- Katalogumfelder
- Mailings
- Broschüren
- Anzeigen
- Editorials, redaktionelle Texte
- Flyer/Folder
- Werbebriefe
- Web-Texte
- Claims/Slogans
- Funkspots
- Kinderbuch
- und mehr ...

## Referenzen:

Für folgende Unternehmen habe ich auf Kunden-  
seite, als Freelancer, als Agentur und/oder im  
Auftrag von Agenturen getextet:

### Unternehmen:

Atelier Goldner Schnitt, Conrad Electronic,  
Deutsche Universität für Weiterbildung, Elégance,  
Hamburger Akademie für Fernstudien, Hamburg  
Marketing GmbH, Helmut Metz Verlag, Lands' End,  
mein kleiner Verlag, Neckermann, Otto, Quelle,  
Scharlatan theater, Sport-Thieme, Tchibo, Verlag  
für die Deutsche Wirtschaft, Waagen-Schmitt,  
Witt Weiden, WMC

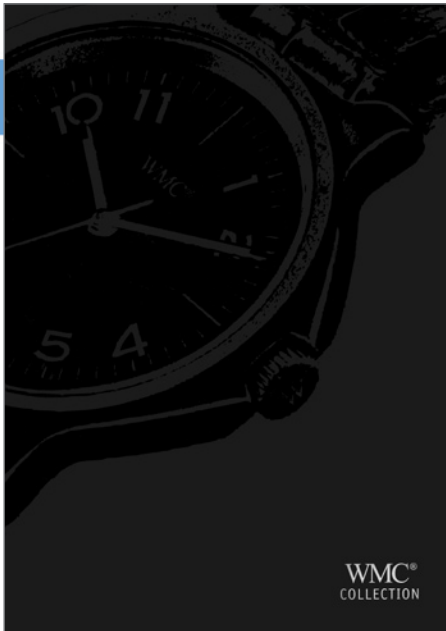
### Agenturen:

arriba Werbeagentur, Aston, Brigitte Battau,  
Direct Friends, Publicis Dialog (als fest angestellte  
Konzeptionstexterin), Rapp Collins



Sie brauchen professionelle Texte zu fairen Preisen?

**Rufen Sie mich an: 040-88 88 05 75**  
**[www.wuerfel-text.de](http://www.wuerfel-text.de) • [doris@wuerfel-text.de](mailto:doris@wuerfel-text.de)**



**Branche:** Versandhandel

**Kunde:** WMC

**Beispiel:** Katalogtext

*Copystrategie und Text für den internationalen Jahreskatalog  
Werbemittel-Uhren, B-to-B/B-to-C*

**Lesebeispiel:**

*Head und Produkttext für eine von 60 Uhren*

*Head:*

**Erstklassisch!**

*Copy:*

Die Götter haben uns die Zeit geschenkt – die Schweizer die Möglichkeit ihrer exakten Bestimmung. So gesehen hat sich die WMC® Athénée Swissmade mit ihrem original Schweizer Qualitätsuhrwerk längst ihren festen Platz im Olymp der Schweizer Uhrmacherskunst erobert. Die hochwertige Markenuhr beeindruckt durch ihre vollkommene Gestalt und ihr faszinierendes Innenleben. Eine klassische Schönheit – mit allen Attributen der großartigen WMC®-Markenqualität. Ein außergewöhnlich schönes Geschenk! [...]

Sie möchten Ihren „Me-too-Produkten“ einen individuellen Charakter verleihen?

**Rufen Sie an: 040-88 88 05 75**

**[www.wuerfel-text.de](http://www.wuerfel-text.de) • [doris@wuerfel-text.de](mailto:doris@wuerfel-text.de)**



**FRÜHER WAREN SOFAS GRAUE MÄUSE.  
HEUTE BEKENNEN SIE FARBE.**

Regale sind auch nicht mehr so langweilig, wie sie mal waren.  
Tische zeigen Durchblick,   
Schränke sind Verwandlungskünstler,  
Sessel  machen sich klein. Oder lang.  
Und die Betten tragen sogar Abendkleider. Wo?   
In „Moderner Wohnen“, dem aufregenden neuen Katalog von Quelle. Sie können ihn jetzt anfordern. Mit der Karte auf der Rückseite



**Branche:** Versandhandel

**Kunde:** Quelle

**Beispiel:** Katalog-Anforderung

**Lesebeispiel:**

Head und Copy für eine Möbelkatalog-Anforderungskarte

Head:

**Früher waren Sofas graue Mäuse.  
Heute bekennen sie Farbe.**

Copy:

Regale sind auch nicht mehr so langweilig, wie sie mal waren. Tische zeigen Durchblick, Schränke sind Verwandlungskünstler, Sessel machen sich klein. Oder lang. Und die Betten [...]

Schluss mit Mausgrau. Jetzt kommt Farbe in Ihren Text!

**Einfach anrufen: 040-88 88 05 75**

**www.wuerfel-text.de • doris@wuerfel-text.de**



**Branche:** Versandhandel  
**Agentur:** Publicis Dialog, Hamburg  
**Beispiel:** Elégance Katalog

**Lesebeispiel:**

*Intro zur Neuerscheinung des Kataloges,  
 getextet als Konzeptionstexterin bei  
 Publicis Dialog, Hamburg*

*Head:*

**Willkommen. Bienvenue. Welcome.**

*Copy:*

Wir laden Sie herzlich ein zur Premiere von Elégance boutique N° 1.  
 [...]

Was aber ist das Besondere an der Mode von Elégance? Wie Sie wissen, werden unsere Kreationen in hauseigenen Ateliers gefertigt. Hier führen unsere Designer Regie. Nur sie haben das feine Gespür, das Mode à la Elégance weltweit auszeichnet. Inspiriert von den internationalen Trends in Paris, Mailand und London entwerfen unsere Designer ihre Kollektion eigens für Elégance – exklusiv für Sie.

Sie wünschen Modetexte – exklusiv für Ihre Kataloge – entworfen im hauseigenen Textatelier?

**Jetzt bestellen: 040-88 88 05 75**  
**[www.wuerfel-text.de](http://www.wuerfel-text.de) • [doris@wuerfel-text.de](mailto:doris@wuerfel-text.de)**





So schwer wie der rechte Gebrauch des Dativs – so leicht ist der rechte Gebrauch der Lands' End Wende-Daunenjacke. Und übrigens auch der linke.

## Diese Daunenjacke wendet sich speziell an Ihnen.

**Daunenjacke** Wendungen können nicht nur der Duden. Sondern auch die Wende-Daunenjacke von Lands' End. Gleich zwölf farblich aufeinander abgestimmte Kombinationen stehen zur Wahl, z.B. Smaragdgrün/Dunkelnavy oder Schwarz/Safir. Und egal, wie rum Sie reinschlüpfen – beide Seiten halten in jedem Fall korrekt warm.

Für die Lands' End Wind-Daunenjacke verwenden wir nur reine, schwebende Gansdaunen. Dazu sitzen eine der warmsten natürlichen Fasern gegen Calsonbau. Kein Schmutz, kein Zitterknäppchen – auch nicht bei minus 30 °C.

Füllkraft 450 heißt die Formel, die unseren Jacken ihre winternde Kraft und widerstandsfähigkeit verleiht. Die Füllkraft bestimmt die Qualität der Daunen. Je höher die Füllkraft, desto höher die Isierfähigkeit. Die Daunen haben warmen, aber eben die Jacke schmerzfrei und nicht aufdringlich. Während man sie mit einer Füllkraft 350 aufblasen gehen, brauchen wir auf 600!

So schön, wie verwendet man sie brauchen mehr Sorgfalt auf einem Produkt. Die liegt sich nach und gerade in den Details. Deshalb sind die gewöhnliche Kontrolle für gewöhnliche Produkte, die abschleichen können, die erste Kontrolle und die Maschinenwäschbarkeit (1) der Daunenjacke für uns ganz selbstverständlich.

**Qualität definieren wir so durch:**

Die erste Regel – und damit oberste Gebote bei Lands' End – ist und heißt Qualität. Darauf gehen wir über unser Team. In gilt für jeden Lands' End Artikel oder Ausschuss und immer – in der Winterzeit – Langzeitgarantie gegenüber dem Konsumenten. Wir akzeptieren jede Rückmeldung des Konsumenten, die zum Jahr. Unsere Produkte sind garantiert. Kein Knäppchen, keine Füllkraft. Wir wissen genau, was wir sagen. Garantiert. Bitte!!!

**Unsere Preise stimmen bis aufs Komma!**

Als Dienst-Menschen können wir dieses keine Vorteile für Sie. Sie werden die neue, korrekte, geschickte, und in der Regel am besten, die wir sind, in Sie, wir werden. Eine feste Regelung, ändert sich nicht. Aber eben wie immer!

**Rufen Sie uns an! Das Gespräch bezahlen immer (2) wir.**

Was wir die persönliche, toll gute, besondere, schick, empfangen Sie werden ein Anrufgespräch, sondern immer ein Mensch, 24 Stunden am Tag, 7 Tage die Woche, 365 Tage im Jahr. Was immer Sie für Sie tun können, machen. Diese unsere freundlichen Kundendienstleistungen, geschultes Fach- und Personal. Und nicht nur das. Auf Wunsch schicken wir Ihnen Gratis-Schulung an. Und bei Lands' End bezahlen Sie werden kommen auf Ihre individuelle Beratung gehen und unterstützen. Schließlich machen wir, das was unser Mensch, Mensch und seine, Ihre Fragen stellen Sie.

Sicher die Frage: "Wie ist die Winterjacke links oder rechts?" können wir natürlich klären. Die nächsten Antworten darauf finden Sie im neuen Lands' End Katalog. Finden Sie dieses kostenlose, Nachschlagen auch kann kommen an. Oder Sie brauchen wir, können wir Ihnen auch und Lands' End FREIEN! an. Wir freuen uns auf Sie!



**Kostenloser Katalog**

haben Sie uns bitte persönlich gebührend anrufen 0800-90 90 800 oder 0800-90 90 200 und geben Sie bitte diese Schlüsselnummer an: P506.

Oder schreiben Sie uns diese Schlüsselnummer an:

Landes-End GmbH, In der Langwiese, 06607 Mettlich



Wählen Sie jederzeit gebührenfrei 0800-90 90 800

[www.landsend.de](http://www.landsend.de)

**Bildtext:**

So schwer wie der rechte Gebrauch des Dativs – so leicht ist der rechte Gebrauch der Lands' End Wende-Daunenjacke. Und übrigens auch der linke.

**Longcopy:**

Überraschende Wendungen bietet nicht nur der Duden. Sondern auch die Wende-Daunenjacke von Lands' End. Gleich zwölf farblich aufeinander abgestimmte Kombinationen stehen zur Wahl, z.B. Smaragdgrün/Dunkelnavy oder Schwarz/Safir. Und egal, wie rum sie reinschlüpfen – beide Seiten halten in jedem Fall korrekt warm. [...]

**Branche:** Versandhandel

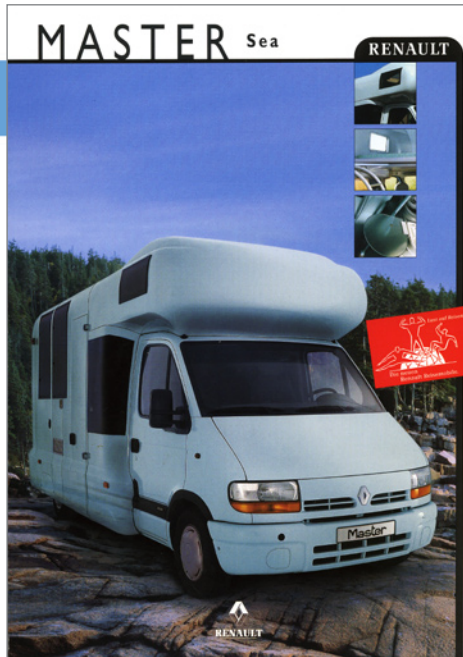
**Agentur:** Publicis Dialog, Hamburg

**Beispiel:** Response-Anzeige

**Lesebeispiel:** Auszug aus einer Longcopy, getextet als Konzeptionstexterin bei Publicis Dialog. Das Lands' End-Team wurde für die Anzeigenkampagne mehrfach mit dem Deutschen Direktmarketingpreis (ddp) in Gold und Silber ausgezeichnet.

Endlich lernen Sie jemanden kennen, der die hohe Kunst der Longcopy beherrscht!

**Rufen Sie mich an: 040-88 88 05 75**  
[www.wuerfel-text.de](http://www.wuerfel-text.de) • [doris@wuerfel-text.de](mailto:doris@wuerfel-text.de)



**Branche:** Automotive  
**Agentur:** Publicis Dialog, Hamburg  
**Beispiel:** Verkaufsliteratur

**Lesebeispiel:**

Auszug aus dem 6-seitigen Folder zur Einführung des neuen Renault Master Sea – getextet als Konzeptionstexterin bei Publicis Dialog, Hamburg

*Head:*

**Voilà, wir sind so frei! Der Master Sea.**

*Intro:*

Mit seinem aerodynamisch-futuristischen Design steht der Master Sea für den Aufbruch in eine neue Welt. Eine Welt voller Entdeckerfreude, Spaß und Abenteuerlust. Eine Welt, in der gründlich aufgeräumt wurde mit althergebrachten Vorstellungen von Gemütlichkeit. Das Ergebnis ist revolutionär: konsequent modern – aber nicht kalt. Innovativ – aber lebendig und liebenswert.

Das untypischste Wohnmobil, das es je gab. Typisch Renault.  
 [...]

Sie fahren auf gute Texte ab? Starten Sie durch, rufen Sie an:

**Telefon: 040-88 88 05 75**  
**[www.wuerfel-text.de](http://www.wuerfel-text.de) • [doris@wuerfel-text.de](mailto:doris@wuerfel-text.de)**



**Branche:** Handwerk (Bäckerei)

**Agentur:** arriba Werbeagentur

**Beispiel:** Jubiläumsbroschüre

**Lesebeispiel:**

„100 Jahre von Allwörden“, Auszug aus der 24-seitigen Jubiläumsbroschüre

*Head:*

**Unsere Goldjungs sind in aller Munde!**

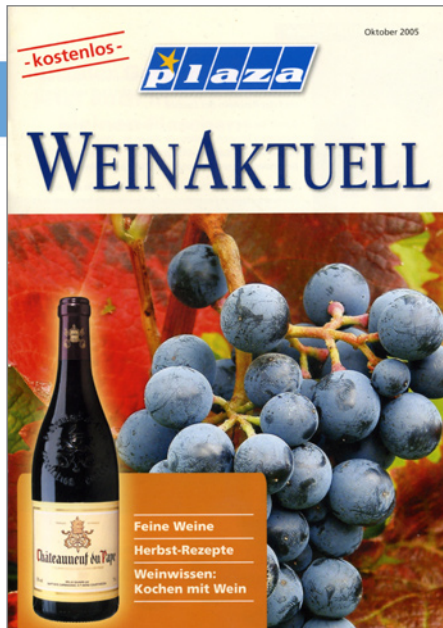
*Copy:*

Morgens ab sechs ist die Welt in Ordnung. Dann liegen bei von Allwörden die frischen, krossen Brötchen bereit. Nach und nach öffnen sich die Türen und Stück für Stück wandern über 30 Brötchensorten in die Tüten. Allen voran die klassischen Weizenbrötchen mit Mehl aus kontrolliertem Weizenanbau, unsere „Goldjungs“. Zum Anbeißen frisch, fürs Frühstück gerade richtig!

Appetit auf lecker Texte?

**Rufen Sie an: 040-88 88 05 75**

**[www.wuerfel-text.de](http://www.wuerfel-text.de) • [doris@wuerfel-text.de](mailto:doris@wuerfel-text.de)**



**Branche:** Handel (LEH)

**Agentur:** arriba Werbeagentur

**Beispiel:** VKF-Broschüre

*Die 20-seitige VKF-Broschüre der coop eG enthält redaktionelle und verkäuferische Texte zum Thema Wein/Weinbau. Sie erscheint vierteljährlich für den POS der Vertriebslinien plaza und sky.*

**Lesebeispiel:**

*Auszug aus dem Editorial der Herbst-Broschüre*

*Editorial:*

Liebe Weinfreunde,

Wein und kulinarische Genüsse gehören zum Herbst wie die prachtvollen Farben der Wälder, der Duft von Pilzen und das Rascheln des Laubes.

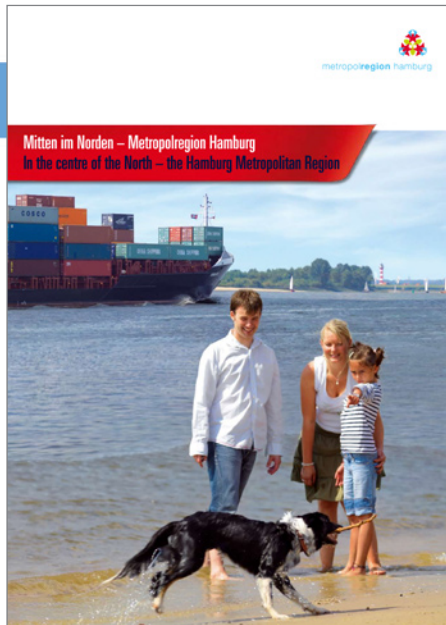
Damit Sie die Freuden des Herbstes mit allen Sinnen genießen können, stellen wir Ihnen in „Wein Aktuell“ neben wunderbaren „Alltagsweinen“ auch einige besonders erlesene Tropfen aus Ihrer plaza-Weinwelt vor.

Gönnen Sie sich doch einmal [...]

Texte mit einer Nase von Laub und nachhaltigem Abgang bekommen Sie bei mir:

**Rufen Sie an: 040-88 88 05 75**

**[www.wuerfel-text.de](http://www.wuerfel-text.de) • [doris@wuerfel-text.de](mailto:doris@wuerfel-text.de)**



Mitten im Norden – Metropolregion Hamburg  
In the centre of the North – the Hamburg Metropolitan Region

**Branche:** Städtemarketing

**Kunde:** Brigitte Battau, Grafik-Design

**Beispiel:** Imagebroschüre Metropolregion Hamburg

**Lesebeispiel:**

Auszug aus der 28-seitigen Broschüre der Metropolregion Hamburg

*Head:*

**Gemeinsam bewegen wir Großes**

*Copy:*

Wir lassen gigantische Luftschiffe fliegen. Wir bewegen Ozeanriesen über das Meer. Und jährlich bringen wir Millionen Tonnen Ware auf die Schiene.

Hunderte kleine und mittelständische Zulieferbetriebe aus der Metropolregion geben der Luftfahrt stetig Auftrieb. Sie sichern so den drittgrößten zivilen Luftfahrtstandort der Welt. Die Elbhäfen Cuxhaven, Brunsbüttel und Stade, [...]

Broschüre downloaden:

<http://www.metropolregion.hamburg.de/service/nofl/313356/imagebroschuere.html>

Bestes Teamwork für Sie: [www.brigitte-battau.de](http://www.brigitte-battau.de) & [www.wuerfel-text.de](http://www.wuerfel-text.de)

**Anruf genügt: 040-88 88 05 75**

**[www.wuerfel-text.de](http://www.wuerfel-text.de) • [doris@wuerfel-text.de](mailto:doris@wuerfel-text.de)**



**Branche:** Städtemarketing  
**Kunde:** Hamburg Marketing GmbH  
**Beispiel:** Textbausteine für den Mediaserver

*Die Texte und Textbausteine zu den wichtigsten Treibern der Marke Hamburg stehen Journalisten und Werbetreibenden auf dem Mediaserver der Stadt Hamburg zur Verfügung. Alle 40 Texte zur Profilierung der Marke Hamburg finden Sie auf:*  
[www.marketing.hamburg.de/Mediaserver.46.0.html?&L=0](http://www.marketing.hamburg.de/Mediaserver.46.0.html?&L=0)

**Lesebeispiel:**  
 Textbaustein „Treiber Hafen“

Head:

## Hamburg Hafen – das Herz der Metropole

Copy:

Erst wer am Hafen ist, ist ganz in Hamburg angekommen. Nirgendwo spürt man die Besonderheit dieser Stadt deutlicher als hier. Es riecht nach Elbe und nach Diesel. Kleine Barkassen mit Touristen schippern zwischen Riesenschleppern her. Schlepper lotsen ein Kreuzfahrtschiff in den Hafen. Im Schlepptau ein Schwarm Möwen ...

Wem beim Anblick des Hafens nicht das Herz aufgeht, der hat kein Herz. Fernweh, Freiheit, Sehnsucht sind Gefühle, die schon immer mit dem Hamburger Hafen verbunden waren. Und Sehnsucht nach Freiheit:  
 [...]

Und welche Marke möchten Sie profilieren?

**Rufen Sie an: 040-88 88 05 75**  
[www.wuerfel-text.de](http://www.wuerfel-text.de) • [doris@wuerfel-text.de](mailto:doris@wuerfel-text.de)



Deutsche Universität für Weiterbildung  
Berlin University for Professional Studies



### Über Nacht zum Lebens- und Gedächtniskünstler werden!

Berufstätig, zwei reizende Kinder, die Wohnung piccobello – und nebenbei wird noch studiert ... Wir alle kennen solche Nachbarn und fragen uns nicht ohne eine Spur von Neid: Wie kriegen die bloß alles unter einen Hut?

Work-Life-Education-Balance heißt das Zauberwort für Lebenskunst: Experten und Expertinnen zeigen Ihnen in der Langen Nacht der Wissenschaften, wie Sie es schaffen, alle wichtigen Lebensbereiche in Einklang zu bringen. Also: Ganz gleich, was Sie mit Ihrem Leben so alles vorhaben – Sie bringen Köpfcchen mit – wir finden für Sie den passenden Hut!



In dieser Nacht werden Sie übrigens alles vergessen. Jedenfalls alles, was Sie bisher über Ihr Gedächtnis zu wissen glaubten.

Der Gedächtnisweltrekordler Franz-Josef Schumackers verrät Ihnen wirksame Tricks und Methoden, wie Sie Ihre kleinen grauen Zellen auf Trab bringen.

Sie werden sich wundern, wie leistungsfähig Ihr Gehirn ist!

Damit der Abend nicht zu kopffastig wird, lassen Sie in unserer Chill-out-Lounge die Seele baumeln. Und weil so viel Bildungshunger hungrig macht, werden wir Sie mit kleinen Köstlichkeiten verwöhnen. So ist für Ihre Brain-Body-Balance bestens gesorgt.



*Head:*

### Über Nacht zum Lebens- und Gedächtniskünstler werden!

*Copy:*

Berufstätig, zwei reizende Kinder, die Wohnung piccobello – und nebenbei wird noch studiert ... Wir alle kennen solche Nachbarn und fragen uns nicht ohne eine Spur von Neid: Wie kriegen die bloß alles unter einen Hut?

[...]

**Branche:** Weiterbildung

**Kunde:** Deutsche Universität  
für Weiterbildung, Berlin

**Beispiel:** Veranstaltungsprogramm zur  
Langen Nacht der Wissenschaften 2009

*Außerdem: Redaktionelle Mitarbeit am Studienprogramm der Deutschen Universität für Weiterbildung und der Website: [www.duw-berlin.de](http://www.duw-berlin.de)*

### **Lesebeispiel:**

*Auszug aus dem Programmheft  
„Lange Nacht der Wissenschaften“*

Probieren geht über studieren!

**Rufen Sie an: 040-88 88 05 75**

**[www.wuerfel-text.de](http://www.wuerfel-text.de) • [doris@wuerfel-text.de](mailto:doris@wuerfel-text.de)**



# WARUM THEATER AUCH IN UNTERNEHMEN FUNKTIONIERT

**Scharlatan**  
THEATER FÜR VERÄNDERUNG

WWW.SCHARLATAN.DE

**Branche:** Theater

**Kunde:** Scharlatan theater

**Beispiel:** Unternehmenstheater-Folder

### **Lesebeispiel:**

Auszug aus dem 10-seitigen Folder

*Head:*

**Wir sind komisch. Das nehmen wir ernst.**

*Copy:*

[...]

Unsere spezielle scharlatanische Komik lebt von der lustvollen Irritation, von Überraschung und Sprachwitz. Sie spielt mit den Erwartungshaltungen unserer Zuschauer und Gäste – und sie erzeugt befreiendes Lachen. So gelingt es, festgefahrene Verhaltensweisen zu durchbrechen und eine positive Grundstimmung zu schaffen, die den Blick öffnet für neue Perspektiven und den Boden bereitet für mögliche Veränderungen.

Das funktioniert bei Menschen. Auch in Unternehmen.

Broschüre downloaden:

<http://www.scharlatan.de/broschuerendownload.html>

Texte, die funktionieren, gibt's bei mir!

**Telefon: 040-88 88 05 75**

**[www.wuerfel-text.de](http://www.wuerfel-text.de) • [doris@wuerfel-text.de](mailto:doris@wuerfel-text.de)**



Oft kopiert, nie erreicht. Erleben Sie das Original!

Vor mehr als 20 Jahren begründete das Scharlatan theater neue Genres in der Eventkultur. Einer Kultur, die es damals noch nicht gab ...



Comedy-Redner, Spaßkellner mit Tischzauberei, Jonglage und Lachgarantie ... Diese Kleinkunstformate haben sich längst ihren Platz in der Eventkultur erobert. Nur haben sie es gar nicht zu tun mit der subtilen Komik, die die Original-Programme des Scharlatan theaters auszeichnet – und die bis heute den feinen Unterschied macht!

**Kollege kommt gleich: Charmantes Gesellschaftspiel mit Kellnern und Gästen.**

Lang ist es her – da wurde »Kollege kommt gleich« vom Scharlatan theater erfunden. Bis heute hat das erste komische Kulturprogramm Deutschlands nichts von seinem Charme und Witz eingebüßt. »Kollege kommt gleich« setzt nicht auf Comedy, Spitzel- oder Klamm-er. Hier wird nicht gekükkert und geseufert, sondern perfekt serviert und charmannt parodiert. Das verrückte Spiel entwickelt eine humorvolle Komik im sprachebenen Dialog mit den zunächst absonderlichen Gästen. Wenn die Kellner den Herrn zum lächeln Latrat hinweist, die Dame könnte doch sehr gut für sich selbst entscheiden, was sie trinken wolle, entsteht eine kleine Irritation. Ist ein normaler Kellner so etwas? Und wie verhält sich ein normaler Gast? Das Scharlatan theater spielt mit diesen Erwar-

tungshaltungen. Mit Kunstwerk-er Leichtigkeit bringen die Scharlatane das Gast-Kellner-Grüße aus den Fugen – und Ihre Gäste zum Lachen.

**Prof. Dr. Friedrich Faber: der erste falsche Redner, der echt ist!**

Mit Prof. Dr. Friedrich Faber hat das Scharlatan theater ein Rednerformat geschaffen, das ganz ohne den letzten komischen Pauskenschlag aus-



kommt. Faber beginnt wie angekündigt seinen faszinierenden Redeortrag zu einem Spezialthema. Das Publikum macht sich auf das Schlimmste gefasst ...

Es sind kleine Kuriositäten und Merkwürdigkeiten, die plötzlich aufhorchen lassen. Komisch, ist der eh! Diese Frage scheint unangenehm-spezifisch im Raum. Das abschließliche Tröppchen der seriösen Rede las Abende erzeugt eine Komik, die sich überraschend eintrübt – und in ein kurzes Finale mündet ...

Mit rund 1000 Gastredner-Auftritten gehört Prof. Dr. Faber zu den erfolgreichsten Programmen des Scharlatan theaters. Die Reden des falschen Professors machen nicht nur Tagungsteilnehmer hellwach, garantieren unübertroffene Unterhaltungskunst und sorgen für beherzten Erkenntnisgewinn. Denn das Wahre ist häufig sehr komisch. Und das Komische wahr.

**Gerahmte Augenblicke: ein einzigartiger Veranstaltungsrückblick**

Dieser charmante Veranstaltungsrückblick des Scharlatan theaters ist so einzigartig, dass er noch nie kopiert wurde. Er rückt die Gäste jeder Veranstaltung in den Mittelpunkt. Noch während das Ereignis läuft, werden die Gäste zu Zuschauern einer Life-Show, in der sie selbst die Hauptrolle spielen.

Die Gäste nehmen die Momentaufnahmen als sehr persönliche Erinnerung mit ein Haus ...

**KONTAKT**

Scharlatan Theater  
Theater für Veränderung  
Königsplatz 1, 20097 Hamburg  
Telefon 040-22718-0  
Fax 040-22718-21  
info@scharlatan.de  
www.scharlatan.de

Erzsetzt WÄRMESCHÜZE  
7. September 2011

Head:

Oft kopiert, nie erreicht. Erleben Sie das Original!

Copy:

Comedy-Redner, Spaßkellner mit Tischzauberei, Jonglage und Lachgarantie ... All diese Kleinkunstformate haben sich längst ihren Platz in der Eventkultur erobert. Nur haben sie so gar nichts zu tun mit der subtilen Komik, die die Original-Programme des Scharlatan theaters auszeichnet – und die bis heute den feinen Unterschied macht!

[...]

**Branche:** Theater

**Kunde:** Scharlatan theater, Hamburg

**Beispiel:** PR; redaktioneller Beitrag

Vorstellung der Programm-Klassiker des Scharlatan theaters.

**Lesebeispiel:**

Artikel für das Fachmagazin eventundco 02/11

Legen Sie bei Ihren Texten auch Wert auf den feinen Unterschied?  
**Original Würfel-Texte gibt es hier: 040-88 88 05 75**  
**www.wuerfel-text.de • doris@wuerfel-text.de**



**Branche:** Erwachsenenbildung

**Kunde:** Hamburger Akademie für Fernstudien

**Beispiel:** Beilage „Schule des Schreibens“

*Konzeption und Text einer Beilage zur Neukundengewinnung. Motto: DER CLUB (Bertelsmann) empfiehlt.*

**Lesebeispiel:**

*Auszug aus der Intro Seite 2*

*Head:*

**Kann ich nicht, gilt nicht!  
Ab heute!**

*Intro:*

Träumen Sie auch davon zu schreiben? Dann fangen Sie doch einfach jetzt damit an. Von nun an gibt's keine Ausrede mehr. Denn wir machen Ihnen heute ein Angebot, das Sie kaum ablehnen können: [...]

Sie brauchen responsestarke Beilagen, Mailings und mehr?

**Rufen Sie mich an: 040-88 88 05 75**  
**[www.wuerfel-text.de](http://www.wuerfel-text.de) • [doris@wuerfel-text.de](mailto:doris@wuerfel-text.de)**



**Branche:** Erwachsenenbildung  
**Kunde:** Hamburger Akademie für Fernstudien  
**Beispiel:** [www.kreative-schreibschule.de](http://www.kreative-schreibschule.de)

*Inhaltliche Konzeption und Texte für eine von 20 Satellitenseiten zu Fernlehrgängen der Hamburger Akademie für Fernstudien.*

**Lesebeispiel:**  
*Auszug der Website „Kreative Schreibschule“*

*Head:*  
**Der weite Weg vom Kopf auf das Papier**

*Copy:*  
 [...] Ja, unser Kopf eine runde Sache! In seinem Inneren befinden sich jedoch 2 Hälften: die linke und die rechte Gehirnhälfte. Diese beiden spielen sich bei all unseren Tätigkeiten und Lebensäußerungen die Bälle zu. Es herrscht also ein munteres Hin und Her wie beim Fußball. Im besten Fall ist es ein wunderbares Mannschaftsspiel, ein Geben und Nehmen, ein Ping und Pong, ein Yin und Yang. Wenn es allerdings schlecht läuft, sehen wir ein erbärmliches Gebolze mit vielen Fouls. [...]

*Weitere von mir konzeptionell erdachte und getextete Websites:  
 zum Thema Schreiben: zu anderen Themen:*

- [www.belletristik-schreiben.de](http://www.belletristik-schreiben.de)
- [www.kinderbuch-schreiben.de](http://www.kinderbuch-schreiben.de)
- [www.biografie-schreiben.de](http://www.biografie-schreiben.de)
- [www.buch-schreiben.de](http://www.buch-schreiben.de)
- [www.roman-schreiben.de](http://www.roman-schreiben.de)
- [www.raumgestaltung-innenarchitektur.de](http://www.raumgestaltung-innenarchitektur.de)
- [www.qualitaetsmanagement-lernen.de](http://www.qualitaetsmanagement-lernen.de)
- [www.ernaehrung-und-beratung.de](http://www.ernaehrung-und-beratung.de)
- [www.weiterbildung-kindererziehung.de](http://www.weiterbildung-kindererziehung.de)
- [www.weiterbildung-coaching.de](http://www.weiterbildung-coaching.de)

Sie wollen starken Content und gute Konzepte?

**Rufen Sie an: 040-88 88 05 75**  
**[www.wuerfel-text.de](http://www.wuerfel-text.de) • [doris@wuerfel-text.de](mailto:doris@wuerfel-text.de)**

**Norman Rentrop**

Verleger

Sehr geehrte Rednerin,  
sehr geehrter Redner,

aus Erfahrung weiß ich, daß nur 2% der Menschen meine Einladung annehmen, den „Reden-Berater“ 6 volle Wochen kostenlos zu testen. Und ich frage mich: warum? Gerade weil auch ich zu den Menschen gehöre, die skeptisch auf Werbung reagieren, möchte ich mir immer gern ein eigenes Urteil bilden.

Nichts wäre mir unangenehmer, als Sie zu überreden. Alles, worum ich Sie bitte, ist: Urteilen Sie selbst. Überzeugen Sie sich, ob der „Reden-Berater“ hält, was Friedhelm Franken in seinem Brief an Sie verspricht.

Was kann Ihnen denn passieren? Sollten Sie zu dem Schluß kommen: „Der „Reden-Berater“ hilft mir nicht weiter“ – na, dann schicken Sie das Paket eben ganz einfach zurück. Sie zahlen keinen Pfennig. Sie müssen nichts begründen. Keiner klingelt an Ihrer Haustür. Ihre drei Geschenke dürfen Sie selbstverständlich behalten und weiterhin davon profitieren. Sie haben mein Wort!

Was kann Ihnen also passieren? – Zum Beispiel, daß schon Ihre nächste Rede ein Riesenerfolg wird. Daß Sie aufgrund Ihrer nächsten Rede den Umsatz Ihrer Firma oder den Einfluß Ihres Verbandes etc. steigern.

DORIS

**Branche:** Verlag**Kunde:** Verlag für die Deutsche Wirtschaft (Verlag Norman Rentrop)**Beispiel:** Mailing

*Konzept und Text eines Mailings zur Abonentengewinnung für „Der Redenerberater“. Das Mailing besteht aus einem 12-seitigen Brief mit Garantiezertifikat, Responseelement und Second Letter.*

**Lesebeispiel:**

Textauszug 2-seitiger Second Letter

**Briefkopf:****Norman Rentrop Verleger****Copy:**

Sehr geehrte Rednerin,  
sehr geehrter Redner,

aus Erfahrung weiß ich, dass nur 2% der Menschen meine Einladung annehmen, den „Reden-Berater“ 6 volle Wochen kostenlos zu testen. Und ich frage mich: warum? Gerade weil auch ich zu den Menschen gehöre, die skeptisch auf Werbung reagieren, möchte ich mir immer gerne ein eigenes Urteil bilden.

Nichts wäre mir unangenehmer, als Sie zu überreden.  
[...]

Sie suchen einen Direktmarketingprofi,  
der 1-12-seitige Werbebriefe texten kann?

**Anruf genügt: 040-88 88 05 75****www.wuerfel-text.de • doris@wuerfel-text.de**



**Branche:** Verlag

**Kunde:** arriba Werbeagentur

**Beispiel:** Konzept Response-Anzeige

*Konzeption und Text einer Anzeige zur  
Abonnentengewinnung für die Zeitschrift  
„der überblick“ des Evangelischen  
Entwicklungsdienstes*

*Visual:*

**gut – böse – richtig – falsch**

*Head:*

**Wer die Welt verstehen will,  
braucht den Überblick.**

Kreative Anzeigen-Ideen und Texte mit Durchblick bekommen Sie bei mir.

**Einfach anrufen: 040-88 88 05 75**

**[www.wuerfel-text.de](http://www.wuerfel-text.de) • [doris@wuerfel-text.de](mailto:doris@wuerfel-text.de)**



**Branche:** Werbeagentur  
**Kunde:** arriba Werbeagentur  
**Beispiel:** [www.arriba-online.de](http://www.arriba-online.de)

**Lesebeispiel:**  
 Auszug aus der Website der  
 arriba Werbeagentur

*Head:*

**Warum in aller Welt  
 sollten Sie mit arriba Werbung machen?**

*Copy:*

Weil wir einen Tick besser sind als andere? Weil wir eine Spur schneller sind – das heißt, effizienter arbeiten? Weil wir aufgrund unserer flexiblen Struktur kostengünstiger sind? Schon möglich.

Vielleicht aber auch, weil Sie spüren, dass wir uns ernsthaft für Sie und Ihr Unternehmen interessieren. Weil Sie merken, dass es uns in der Zusammenarbeit nie um persönliche Eitelkeiten geht, sondern um beste Ergebnisse. Und weil am Ende immer eins dabei heraus kommt: messbarer Erfolg.

Darum!

**Rufen Sie mich an: 040-88 88 05 75**  
[www.wuerfel-text.de](http://www.wuerfel-text.de) • [doris@wuerfel-text.de](mailto:doris@wuerfel-text.de)



**Branche:** Kinderbuch

**Beispiel:** Personalisiertes Kinderbuch für Stena Line. In der Geschichte spielen u.a. Stena Line-Merchandising-Figuren mit.

**Lesebeispiel:**

Auszug aus „Ich bin ein Pirat“. Die kursiv gestellten Namen sind personalisierbar, so entsteht eine individuelle Geschichte, in der das lesende Kind die Hauptperson spielt.

„Wo willst du denn hin?“ fragte *Mama*. „Ich geh zur See“, antwortete *Malte*. „Zum See? Na gut, aber bleib nicht so lange im Wasser“, sagte *Mama*. „Und nimm den Hund mit!“ – „Ich geh zur See und werde Pirat“, wiederholte *Malte* mit Nachdruck. [...]

„Ob die auch alle Pirat werden wollen?“, fragte sich *Malte*, als er die vielen Menschen im Zug sah. Ein Mann lachte *Malte* freundlich an, und *Malte* setzte sich zu ihm.

Obwohl es warm war, trug der Mann einen Mantel. Seine Schuhe waren durchlöchert. Im Gepäcknetz über ihm lagen drei Plastiktüten und ein Schild, darauf stand: Hab keine Mittel mehr und will zum Mittelmeer.

Und welche Geschichte darf ich für Sie oder Ihr Unternehmen schreiben?

**Rufen Sie mich an: 040-88 88 05 75**  
[www.wuerfel-text.de](http://www.wuerfel-text.de) • [doris@wuerfel-text.de](mailto:doris@wuerfel-text.de)



# Schlomo trifft Hitler

Theatralik eines abgundigen Posse, „Meine Kämpfe“ von George Tabori / von Doris Würfel



Facie vor dem Hintergrund der eigenen Biographie: George Tabori.

Foto: Patrick

... und ich möchte seinen Namen mit diesem Buchnamen wacker betreiben. Ich bin heidnisch Kichern, das ist meinetwegen Kopf gluckst, während ich seinen Namen kritzele und mein Stift verlegen stockt, hast du in letzter Zeit die Literaturbeilagen gelesen? Sein Name ist unaussprechlich ...“

Aufgepasst! Schlomo ist ein heidnisches Kichern, das ist meinetwegen Kopf gluckst, während ich seinen Namen kritzele und mein Stift verlegen stockt, hast du in letzter Zeit die Literaturbeilagen gelesen? Sein Name ist unaussprechlich ...“

„Mein Kampf“ ist ein heidnisches Kichern, das ist meinetwegen Kopf gluckst, während ich seinen Namen kritzele und mein Stift verlegen stockt, hast du in letzter Zeit die Literaturbeilagen gelesen? Sein Name ist unaussprechlich ...“

„Mein Kampf“ ist ein heidnisches Kichern, das ist meinetwegen Kopf gluckst, während ich seinen Namen kritzele und mein Stift verlegen stockt, hast du in letzter Zeit die Literaturbeilagen gelesen? Sein Name ist unaussprechlich ...“

„Mein Kampf“ ist ein heidnisches Kichern, das ist meinetwegen Kopf gluckst, während ich seinen Namen kritzele und mein Stift verlegen stockt, hast du in letzter Zeit die Literaturbeilagen gelesen? Sein Name ist unaussprechlich ...“

„Mein Kampf“ ist ein heidnisches Kichern, das ist meinetwegen Kopf gluckst, während ich seinen Namen kritzele und mein Stift verlegen stockt, hast du in letzter Zeit die Literaturbeilagen gelesen? Sein Name ist unaussprechlich ...“

... „ein wahrer Führer“, energisch bekämpfend. Ich werde auch beneidlich. Tabori kichert noch die Klaxophone der Dritten Leibesregiment.

Der Jude ist heidnisch Kichern und heidnisch Kichern. Schlomo ist ein heidnisches Kichern, das ist meinetwegen Kopf gluckst, während ich seinen Namen kritzele und mein Stift verlegen stockt, hast du in letzter Zeit die Literaturbeilagen gelesen? Sein Name ist unaussprechlich ...“

Während der Jude sich bemüht, „sein Reich auf Erden“ zu errichten, verstreut Schlomo seine ungenutzte Zeit mit dem Lesen von Büchern. Das Lesen ist für ihn ein heidnisches Kichern, das ist meinetwegen Kopf gluckst, während ich seinen Namen kritzele und mein Stift verlegen stockt, hast du in letzter Zeit die Literaturbeilagen gelesen? Sein Name ist unaussprechlich ...“

Heidnische Kichern ist ein heidnisches Kichern, das ist meinetwegen Kopf gluckst, während ich seinen Namen kritzele und mein Stift verlegen stockt, hast du in letzter Zeit die Literaturbeilagen gelesen? Sein Name ist unaussprechlich ...“

„Mein Kampf“ ist ein heidnisches Kichern, das ist meinetwegen Kopf gluckst, während ich seinen Namen kritzele und mein Stift verlegen stockt, hast du in letzter Zeit die Literaturbeilagen gelesen? Sein Name ist unaussprechlich ...“

Head:  
**Schlomo trifft Hitler**

Copy:

„ ... und ich möchte seinen Namen mit diesem Buch preisen, was mich zurückhält ist ein heidnisches Kichern, das in meinem Kopf gluckst, während ich seinen Namen kritzele und mein Stift verlegen stockt, hast du in letzter Zeit die Literaturbeilagen gelesen? Sein Name ist unaussprechlich ...“

So erklärt Schlomo seinem Freund Lobkowitz eine gewisse Schreibemung, die ihn über den Anfangssatz seines geplanten Buches [...] nicht hinauskommen läßt. Lobkowitz rät, dann eben vor dem Anfang anzufangen. Gemeinsam tüfteln die beiden dann auch den Titel für den potentiellen Bestseller aus: „Mein Kampf“, so soll er heißen.

[...]

## Branche: Journalismus

Beispiel: Rezension Belletristik

### Lesebeispiel:

Auszug aus der Rezension des Prosabandes

„Meine Kämpfe“ von George Tabori, Hanser Verlag 1986

Erschienen in der Literaturbeilage der Nürnberger Nachrichten, November 1986

Danke, George Tabori. Für dieses Buch!

Mehr Buch-Tipps unter 040-88 88 05 75  
www.wuerfel-text.de • doris@wuerfel-text.de