

Bildungsgang

**Texterin / Texter
mit eidg. Fachausweis**

Inhalt

Texten als Beruf	5
Ziele	6
Zielpublikum	6
Methoden	6
Abschluss	6
Inhalt	7
Inhaltsübersicht	7
Themenschwerpunkte	8
Aufnahme	12
Leitung und Referierende	13
Daten	14
Informationsveranstaltungen und weitere Auskünfte	14

Texten als Beruf

Anfang 2007 entsteht die Idee für einen Fachausweis in der Disziplin Text aus der EB Zürich heraus. Zusammen mit dem Dachverband Schweizer Werbung SW formt sich die ursprüngliche Trägerschaft und im Frühling 2010 gelingt das provisorische Akzept für den neuen Werbeberuf durch den Bund. Im Vorstand des Trägervereins für den eidgenössischen Fachausweis Texterin und Texter prägt die EB Zürich die Weiterentwicklung dieses faszinierenden Berufsbildes entscheidend mit.

Der neu entstandene Beruf ist anspruchsvoll: Ausgeprägte sprachliche Fähigkeiten und die Freude am Formulieren sind ebenso wichtig wie visuelles Vorstellungsvermögen, Media- und Marketingkenntnisse sowie organisatorisches Geschick. Texterinnen und Texter kennen die Struktur von Konzepten und Kommunikationsstrategien insbesondere in folgenden Bereichen:

- Marketingkommunikation
- Klassische Werbung in sämtlichen Medien
- Verkaufsförderung, Events
- Direct Marketing
- Internet, audiovisuelle und elektronische Medien
- alle neuen mobilen Medien

Texterinnen und Texter mit eidgenössischem Fachausweis arbeiten in Werbeagenturen, selbstständig auf Freelance-Basis oder in grösseren Werbeabteilungen auf Kundenseite bzw. als Textverantwortliche in Unternehmen. Als Fachleute für sprachliche Umsetzungen können sie sich verständlich, präzise und knapp ausdrücken sowie die geforderten Inhalte zielgruppengerecht transportieren.

Ziele

Der Bildungsgang orientiert sich an der offiziellen Prüfungsordnung für den eidg. Fachausweis und ist auf die Erarbeitung des entsprechenden Fachwissens und der praktischen Fähigkeiten ausgerichtet.

Zielpublikum

Die Teilnehmenden gehören zu den Nachwuchstexter/innen, die sich mit einer anerkannten Ausbildung umfassendes Know-how für den Werbetext aneignen wollen. Der Bildungsgang eignet sich auch für Fach- und Hochschul-Absolvent/innen aller Fachbereiche, die im Bereich Text möglicherweise ein berufliches Standbein sehen oder ganz einfach an den entsprechenden Fähigkeiten interessiert sind.

Methoden

Präsenzunterricht wechselt ab mit Gruppen-, Partner- oder Einzelarbeiten, themenspezifischen externen Besuchen sowie Arbeiten im virtuellen Klassenzimmer auf der Basis der Webplattform «moodle». Umfangreiche Unterlagen und zahlreiche praktische Übungen unterstützen den Lernprozess.

Abschluss

Eidgenössischer Fachausweis «Texterin und Texter»

Die eidgenössische Prüfung findet jeweils extern im Spätherbst statt. Sie ist eine Kombination aus einem ganzen schriftlichen Prüfungstag mit vier Fächern und einem mündlichen Teil mit drei Fächern zu je 25 Minuten rund drei bis vier Wochen später. Mit dem geschützten Titel «Texterin und Texter mit eidgenössischem Fachausweis» empfehlen Sie sich als echte Fachkraft für Buchstaben mit Wirkung.

EB Zertifikat

Wenn Sie 85% der Unterrichtszeit im Bildungsgang absolvieren und sich nicht für die eidgenössische Prüfung entscheiden, gehen Sie trotzdem nicht leer aus. Mit dem detaillierten EB Zertifikat machen Sie sich auf die zukünftigen Textsocken.

Inhalt

Die Ausbildung ist berufsbegleitend ausgerichtet: Sie umfasst 32 Präsenztage sowie mehrere Online-Sequenzen, aufgeteilt auf ein knappes Jahr. Beginn und Ende werden durch die jeweiligen eidg. Prüfungstermine bestimmt. Für Hausaufgaben zwischen den Kurs-tagen muss mindestens mit einem halben Tag pro Woche gerechnet werden. Die EB Zürich behält sich vor, die Zeitstruktur den Bedürfnissen der Interessentinnen und Interessenten anzupassen.

Inhaltsübersicht

Idee, Konzept, Text	12 Tage
Rechtschreibung, Grammatik, Interpunktion	4 Tage
Redigieren	3 Tage
Audiovisuelle und elektronische Medien	5 Tage
Analyse und Wirkung von Texten	2 Tage
Marketing- und Kommunikationsinstrumente	3 Tage
Recherche und Recht	3 Tage
Zusätzliche Option: Prüfungsvorbereitung (nicht im Kursgeld inbegriffen)	1.5 Tage

Jeder Tag gilt als: 7 Lektionen und 1 Lektion E-Learning
Total 224 Lektionen Präsenzunterricht
Total 32 Lektionen E-Learning
Hausaufgaben rund 40 Stunden

Ohne den Abschluss des Bildungsgangs anzustreben, können einzelne Themen auch separat gebucht werden, falls noch Plätze frei sind; Auskunft gibt Gabriela Notter, gabriela.notter@eb-zuerich.ch.

Themenschwerpunkte

Idee, Konzept, Text

Vor dem Texten kommt das Denken. Am Anfang jedes wirksamen Textes steht ein Konzept. Dieses basiert auf einer Idee und dem Briefing des Auftraggebers. Fundierte Recherchen, Zielgruppenbestimmungen und Konkurrenzanalysen ergänzen den Informationspool, aus dem Texterinnen und Texter ihre Ideen schöpfen. Theoretische Einsichten und praktische Übungen zu jeder einzelnen Phase führen Schritt für Schritt zu Texten, die überzeugen.

Inklusive Besuch einer Werbeagentur und der Plakatsammlung der Hochschule der Künste Zürich

- Briefing und Vorarbeiten
- Textkonzepte entwickeln
- Kreativitätstechniken
- Unterschiedliche Werbemittel und Kommunikationsinstrumente
- Zielgruppen- und mediengerechte Texte erarbeiten
- Ideenpräsentation

Rechtschreibung, Grammatik, Interpunktion

Auch ein noch so kleiner Fehler entwertet einen professionellen Text. Wer mit der deutschen Sprache arbeitet, muss sie beherrschen oder wissen, wo im Zweifelsfalle nachzuschlagen ist. Im Fokus stehen Prinzipien der deutschen Rechtschreibung, Grammatikregeln und die korrekte Zeichensetzung. Übungen vertiefen das Gelernte und schärfen den Blick für Stolpersteine.

- Prinzipien der Rechtschreibung (inkl. Neuregelung)
- Grammatikalische Besonderheiten
- Zeichensetzung
- Helvetismen
- Nachschlagewerke
- Korrekturzeichen

Redigieren

Schreiben können alle. Texten nicht. Redigieren ist die Kunst, banale Texte so zu überarbeiten und umzuformulieren, dass das Zielpublikum sie liest. Oder noch besser: dass es sie gerne liest. Es gilt, Störsignale in der schriftlichen Kommunikation zu erkennen und zu beheben. Die Zauberworte heissen Verständlichkeit und Leserfreundlichkeit.

- Tonalität, Stil und Textsorten
- Textanalyse und -beurteilung
- Zielgruppenspezifisches Texten
- Sprachverstösse
- Rhetorische Figuren
- Bestehende Texte überarbeiten

Audiovisuelle und elektronische Medien

Der Werbetext als Ohrwurm via Radiospot. Auffallende Buchstabenkombinationen im TV-Spot. Oder verkaufswirksame und mediengerechte Texte im Internet. Die audiovisuellen und elektronischen Medien verkörpern einen Zukunfts- und Wachstumsmarkt im Textbereich und schaffen beispielsweise mit der Suchmaschinenoptimierung gar neue Textfelder.

Zusätzlich: Besuch eines Radiostudios

- Vom Radiospot bis zum Treatment für einen TV-Spot
- Idee, Konzept und Navigation Website
- Banner, Microsite und Animationen
- Mediengerechte Texte wie Blog und SMS
- Social Networks
- Suchmaschinenoptimierung (SEO)

Analyse und Wirkung von Texten

Texten allein reicht nicht aus. Die erfolgreiche Texterin und der erfolgreiche Texter haben ein geübtes Auge für die Analyse von Texten – Wirkungen erkennen, Aufbau, Absichten und Strategien verstehen. Mit breitgefächertem Fachkenntnis bewegen sich Textprofis aufmerksam kreuz und quer durch die Zeilen, erfassen Eigentümlichkeiten und Raffinesse, stellen Verbesserungspotenzial fest und verwirklichen es.

- Textlänge, Struktur und Stilmittel
- Textarten von Literatur bis Journalismus
- Inhaltliche und formale Textanalyse
- Von Wortwahl bis zu Fremdwörtern
- Satzbau, Satzarten, Satzstellungen
- Absicht und Wirkung von Texten

Marketing- und Kommunikationsinstrumente

Der Alltag von Texterinnen und Texter ist immer wieder von Sitzungen mit Kundinnen und Kunden, Arbeitsgruppen und Netzwerken geprägt. Vertiefte Kenntnisse von Marketing- und Kommunikationsinstrumenten machen den Textprofi zur geschätzten und profilstarken Schnittstelle bzw. Fachperson für Werbeprojekte und -kampagnen aller Art.

- Marktforschung und Besonderheiten der Kommunikation
- Integrierte Kommunikation und Kommunikationsstrategie
- Corporate Identity
- Kommunikationsinstrumente
- Briefing mit Zielgruppendefinition und Positionierung
- Strategische Medienbeurteilung

Recherche und Recht

Recherchen finden heute häufig online statt. Aber wie sicher sind die verwendeten Quellen? Was ist urheberrechtlich geschützt bzw. wie schützt man die eigenen Texte? Wie geht man mit Quellenangaben um? Welcher zeitliche Aufwand ist für Recherchen gerechtfertigt? Antworten auf diese und ähnliche Fragen zum Thema Recherche und Recht können dem Texter oder der Texterin viel Zeit und Ärger ersparen.

- Themen- und Personenrecherchen
- Recherchiertipps
- Informations- und Quellenbeurteilung
- Gesetzliche Vorgaben
- Urheberrechte
- Umgang mit Quellenangaben und Zitaten

Prüfungsvorbereitung (optional)

Nach der Ausbildung ist Prüfungsfähigkeit gefragt. Mit einem Blick auf die geltenden Bestimmungen zur Berufsprüfung und mit einer Prüfungssimulation ist die Pole-Position vor dem Prüfungstermin erreicht. Samt Herzklopfen und der Gewissheit, sich gut gerüstet den Fragen und Aufgaben zu stellen.

- Inhalte der Prüfungsordnung und der Wegleitung
- Bearbeiten einer Musterprüfung
- Prüfungstraining mündlich
- Umgang mit Prüfungsdruck

Aufnahme

Die Anmeldungen werden nach Eingang berücksichtigt. Ein Aufnahmegespräch dient der Abklärung, ob der Bildungsgang Ihre Erwartungen erfüllen kann und ob Sie über die notwendigen Voraussetzungen für eine erfolgreiche Teilnahme verfügen. Anschliessend verfügt die Leitung über die Aufnahme und formuliert gegebenenfalls Auflagen. Es besteht kein Anspruch auf Aufnahme in den Bildungsgang.

Aufnahmekriterien

- Abgeschlossene Grundausbildung (eidg. Fähigkeitszeugnis, Diplommittelschule, Maturität oder anderer entsprechender Abschluss)
- Mindestens 1 Jahr Berufserfahrung jeglicher Art
- Gegenwärtige oder geplante Tätigkeit im Textumfeld (Werbung, PR, Marketing, Vertrieb, Journalismus)

Für die Zulassung zur externen eidg. Berufsprüfung gelten zusätzliche Bedingungen, insbesondere eine bestandene MarKom-Zulassungsprüfung innerhalb der letzten fünf Jahre. Details siehe Prüfungsordnung Punkt 3.

Weitere Fragen rund um die eidgenössische Prüfung:

Sekretariat Trägerverein für den eidgenössischen Fachausweis Texterin und Texter
c/o Geschäftsstelle Schweizer Werbung SW
Kappelergasse 14
8022 Zürich
www.sw-ps.ch

Leitung und Referierende

Leitung

Anna Esposito

Texterin/Konzepterin seit 1984, mit selbständiger Tätigkeit seit 1998. Dipl. Mental Coach und Integral Coach (www.ideensprung.ch) Film-Nachdiplom, New York University. Erwachsenenbildnerin SVEB und Dozentin.

Erica Sauta (Stellvertretende Leitung)

Freischaffende Texterin und Beraterin, Inhaberin sauta-texte, PR-Fachfrau mit eidg. Fachausweis, Erwachsenenbildnerin, Trainerin für moderne Korrespondenz in Firmen

Referierende

Daniel Ambühl

Pädagogik-, Publizistik- und Germanistikstudium Uni Zürich, Moderator/Redaktor Radio 24 und SF DRS, Ausbilder an MAZ und ZHAW, seit 1993 auch freischaffender Künstler

Peter Hauser

Werber, Kommunikationsberater und kreativer Gastarbeiter, freiberuflicher Kursleiter an der EB Zürich und bei Brainfit

Marianne Ulmi

Lic. phil. hist., Ausbilderin mit eidg. Fachausweis; Trainerin und Beraterin für berufliches und wissenschaftliches Schreiben

Beatrice Krause

Dipl. Dokumentarin (FH) und Ausbilderin mit eidg. Fachausweis; Kursleiterin für Internetrecherchen und Social Media.

Roberto Hayer

Lic.iur. Rechtsanwalt, Partner in einer Anwaltskanzlei in Zürich
Langjährige Erfahrung als Dozent für Werberecht und Medienrecht.

Fachliche Beratung

Maurice Codourey

Eidg. Dipl. Ausbildungsleiter, Ausbilder CH-Q, Werber, Texter, Referent und Autor, Leiter Kommunikation und Marketing Stadtspital Waid Zürich, Inhaber FishWishion WEB TXT LAB 360

Daten

Bildungsgang 2012

Beginn: 25. Oktober 2012

Kurszeit: Donnerstag, 13.30–21.00 Uhr

Kosten: Fr. 6300.–

Wer die MarKom-Prüfungsvorbereitung an der EB Zürich gebucht hat, erhält einen Rabatt von Fr. 500.–.

Informationsveranstaltungen

Dienstag, 26. Juni 2012

Mittwoch, 5. September 2012

Mittwoch, 28. November 2012

ab 18.00 bis 20.00 Uhr

Weitere Auskünfte

Gabriela Notter

Sachbearbeitung Arbeitswelt

Telefon 044 385 83 92

gabriela.notter@eb-zuerich.ch

EB Zürich

Bildungszentrum für Erwachsene BiZE

Riesbachstrasse 11, 8090 Zürich

Telefon 0842 843 844

Telefax 044 385 83 29

www.eb-zuerich.ch