

## **Kompakt-Information**

zum Fernstudium

**Texter/in / Konzeptioner/in**  
(Copywriter/in)



KI 67761

## Inhaltsverzeichnis

<b>Übersicht</b>	
Der Lehrgang „Texter/in / Konzeptioner/in“ .....	3
<b>Gute Aussichten</b>	
Ihre beruflichen Chancen .....	4
<b>Hier sind Sie richtig</b>	
Die Zielgruppen des Lehrgangs .....	4
<b>So läuft's</b>	
Der Ablauf Ihres Fernstudiums .....	5
<b>Darum geht's</b>	
Diese Kenntnisse erwerben Sie .....	6
<b>Das bringen Sie mit</b>	
Voraussetzungen für die Lehrgangsteilnahme .....	10
<b>Post für Sie</b>	
Überblick über alle Studienhefte und Materialien .....	10

## Übersicht

### Der Lehrgang „Texter/in / Konzeptioner/in“

Als Texter/in und Konzeptioner/in besitzen Sie ein spannendes und vielfältiges Aufgabengebiet: Heute eine Kaffee-Anzeige, morgen einen Funkspot für Auto-Leasing, dann das Konzept für einen Versandhaus-Werbebrief mit Gewinnspiel.

Als Copywriter bringen Sie nicht nur Produkt-Prosa zu Papier; Sie sind auch an der Entwicklung neuer Ideen und ganzer Werbekampagnen hautnah beteiligt. Ihre Kreativität und Professionalität ist voll gefordert.

#### Gute Chancen für gute Leute

Früher reichte mitunter schon eine „flotte Schreibe“ und ein überzeugender Auftritt beim Agentur-Chef, um Texter/in zu werden. Inzwischen sind die Ansprüche sowohl bei Agenturen als auch bei Werbungstreibenden gewachsen: Neben Talent ist auch eine umfassende und fundierte Ausbildung unverzichtbar, zumal neben den reinen Aufgaben eines Texters immer häufiger auch konzeptionelle Arbeit gefordert ist.

Wenn Sie als Basis eine vielseitige Ausbildung wie dieses Fernstudium der Hamburger Akademie mitbringen, dann sind Ihre Jobaussichten ausgezeichnet.

#### Drei gute Gründe sprechen für diesen Lehrgang der Hamburger Akademie

- ✓ **Umfassende und zielorientierte Weiterbildung:** In diesem Lehrgang erwerben Sie Schritt für Schritt die grundlegenden Fähigkeiten, um Konzepte für Werbekampagnen zu entwickeln und Werbetexte mediengerecht zu verfassen. Jedes Medium – ob Rundfunk, Fernsehen oder Print – stellt andere Anforderungen an Sie; hier lernen Sie gezielt für jedes Medium passende Konzepte zu entwerfen.
- ✓ **Viele Praxis-Tipps:** Erfahrene Texter und Konzeptioner haben den Lernstoff maßgeblich mitentwickelt. Sie werden feststellen, dass alles auf die Anforderungen der Praxis abgestimmt ist und Sie so angeleitet werden, dass Sie ohne Umwege Schritt für Schritt zum Ziel kommen.
- ✓ **Modernes und zeitgemäßes Lernen:** Der Lernstoff dieses Lehrgangs ist nach den modernsten inhaltlichen und pädagogischen Empfehlungen konzipiert. Um Ihren Lernerfolg zu steigern, bietet Ihnen die Hamburger Akademie in diesem Lehrgang zusätzlich smartLearn<sup>®</sup> an, unser einzigartiges Lerntypenkonzept, das Ihre individuelle Lernstärke unterstützt und Ihren Lernerfolg optimiert.

## **Gute Aussichten Ihre beruflichen Chancen**

Wir leben in einer Mediengesellschaft, in der Tausende von Werbebotschaften täglich auf uns einströmen. Nur die besten kommen wirklich an, häufig sind es diejenigen, die uns auf mehreren Ebenen erreichen, also akustisch und visuell – zum Beispiel im Radio und gleichzeitig an der Plakatwand. Deshalb sind zunehmend Texter/innen gefragt, die packende Allround-Konzepte erstellen können.

**Ihr Plus:** Unser Lehrgang gehört zu den ganz wenigen Möglichkeiten, in diesen faszinierenden Beruf einzusteigen. Sei es als Selbstständige/r oder als Mitarbeiter/in in einer Werbeabteilung oder Agentur.

### **Hier sind Sie gesucht:**

- In Werbeagenturen – als Junior-Texter/in, um kleinere Projekte zu übernehmen.
- In Verlagen – als Texter/in für die Eigenwerbung und für PR-Texte aller Art.
- In der Industrie – hier unterstützen Sie die Presseabteilung mit Ihren Ideen und Ihrem PR-Know-how.
- Aber auch als freie/r Texter/in können Sie mit diesem Lehrgang schnell einen guten Kundenstamm aufbauen. Ihr Ideenreichtum und Ihre Kreativität werden gut honoriert.

## **Hier sind Sie richtig Die Zielgruppen des Lehrgangs**

Der Fernlehrgang richtet sich an alle, die den Einstieg in einen zukunftsorientierten und kreativen Beruf in den Medien oder in der freien Wirtschaft anstreben.

### **Der Lehrgang „Texter/in / Konzeptioner/in“ ist für Sie ideal,**

- wenn Sie aus Ihrer Freude am kreativen Schreiben einen spannenden, zukunftsorientierten und einträglichen Beruf machen wollen – in einer Werbeagentur, einer Werbeabteilung oder als Freelancer;
- wenn Sie bereits in der Werbung tätig sind und Ihre texterischen Fähigkeiten vertiefen und ausbauen möchten;
- wenn Sie ein Gefühl für Sprache haben, ideenreich sind und Ihre Kreativität nutzen wollen.

Mit dem Abschluss „Texter/in / Konzeptioner/in“ kommen Sie den genannten Zielen einen entscheidenden Schritt näher. Denn dieser Lehrgang vermittelt Ihnen das breitgefächerte Wissen, das Sie für Ihre vielfältigen Aufgaben in der PR- und Werbebranche benötigen.

## So läuft's

### Der Ablauf Ihres Fernstudiums

**Ihr besonderer Vorteil:** Dank der individuellen Teilnehmerbetreuung der Hamburger Akademie können Sie jederzeit mit dem Lehrgang beginnen – direkt und ohne Wartezeiten. Auf diese Weise werden Sie schnell und ohne Zeitverlust Ihr berufliches Weiterbildungsziel erreichen.

**Sie lernen bequem zu Hause:** Die Hamburger Akademie unterstützt Sie darin, Ihr Fernstudium optimal in Ihr Berufs- und Privatleben zu integrieren. Das ist der große Vorteil dieser Weiterbildung: Sie können Ihre Studienzeiten selbstständig organisieren und das Lernen perfekt Ihrer beruflichen und familiären Situation anpassen. Wann und wo Sie studieren, bestimmen Sie selbst. So lernen Sie optimal – ohne lästige Anfahrtswege zum Studienort, ohne stickige Unterrichtsräume und ohne Zeitdruck! Die abwechslungsreichen und vielfältigen Lernmaterialien dieses Fernlehrgangs sind genau auf Ihre Situation und Lernbedürfnisse zugeschnitten. In übersichtlichen Lerneinheiten (insgesamt drei Sendungen) werden Ihnen die Studienunterlagen direkt nach Hause geliefert.

**Die Dauer Ihres Lehrgangs:** Ihre Regelstudiendauer beträgt 15 Monate, bei einem wöchentlichen Arbeitsumfang von etwa acht Stunden. Sie können aber auch schneller vorgehen oder sich ohne Zusatzkosten insgesamt 23 Monate Zeit lassen.

**Kompetente Unterstützung durch Ihre Studienleiter:** Die Hamburger Akademie bietet Ihnen erfolgserprobte Betreuungsleistungen. Die Studienmaterialien zu Ihrem Fernlehrgang sind so aufbereitet, dass Sie sich Ihr Wissen zu Hause optimal und zielorientiert aneignen können. Doch die Hamburger Akademie lässt Sie damit nicht allein. Sie werden kontinuierlich durch Ihr Fernstudium begleitet. Wir stellen Ihnen erfahrene Studienleiter zur Seite, die Ihren Lernfortschritt stets – anhand Ihrer Einsendeaufgaben – im Blick behalten. Diese Aufgaben finden Sie am Ende jedes Studienheftes. Sie bearbeiten die jeweilige Frage selbstständig und senden Ihr Ergebnis anschließend an die Hamburger Akademie. Die Studienleiter korrigieren und bewerten Ihre Einsendeaufgabe daraufhin schriftlich und senden Ihnen die bearbeitete Aufgabe kommentiert zurück. So steigern Sie Ihr Wissen Schritt für Schritt. Den Kontakt, den Sie auf diese Weise zu Ihrem Studienleiter aufbauen, können Sie auch nutzen, um generelle Fragen zum Lernstoff, zu den Aufgaben oder zum Lehrgangziel zu stellen.

Über den **smartLearn<sup>®</sup>-Campus**, das Online-Forum der Hamburger Akademie, finden Sie leicht Kontakt zu Ihren Mitstudierenden. Dieses freiwillige Zusatzangebot steht Ihnen für den Austausch von Tipps, fachliche Diskussionen, Lerngemeinschaften oder lockeren Smalltalk kostenlos zur Verfügung. Voraussetzung ist lediglich ein Internetzugang.

**Das Zeugnis der Hamburger Akademie:** Nach der erfolgreichen Lehrgangsteilnahme erhalten Sie als Bestätigung Ihrer Leistungen das **Zeugnis der Hamburger Akademie** als „Texter/in / Konzeptioner/in“. Die Gesamtnote ist die Durchschnittsnote aller Einsendeaufgaben. Das **Zeugnis der Hamburger Akademie** wird in der Wirtschaft, Industrie und Öffentlichkeit als Abschluss eines renommierten privaten Fernlehrinstituts anerkannt. Sie können es jederzeit als persönliche Referenz vorzeigen oder Ihren Bewerbungsunterlagen beifügen.

## **Darum geht's**

### **Diese Kenntnisse erwerben Sie**

In diesem praxisnahen Lehrgang erlernen Sie Kreativitäts- und Schreibtechniken für den Einsatz in der Werbung. Auch ein umfangreiches werbefachliches Wissen gehört dazu. Sie werden mit den Grundprinzipien der Werbung vertraut gemacht, mit Wort-Bild-Verknüpfungen, mit verschiedenen Werbeträgern und –disziplinen. Sie werden fit gemacht für so unterschiedliche Produkt- und Unternehmensbereiche wie Einzelhandel und Investitionsgüter, entwickeln Kampagnen und Präsentationen und beschäftigen sich mit Werberecht und Kundenbeziehungen.

#### **Lernstoff im Überblick:**

##### **Einführung in den Beruf Texter**

- Wie wird man Werbetexter?
- Reportagen aus dem Texterleben

Zu Beginn des Lehrgangs geht es um das Berufsfeld des Werbetexters. Sie erfahren, wie sich Werbetexter, Schriftsteller und Journalisten voneinander unterscheiden und welche konkreten Entfaltungsmöglichkeiten es in der Industrie, in Agenturen oder als freie/r Texter/in gibt.

##### **Grundlagen des Werbetextens**

- Das Briefing
- USP
- Copy-Strategie
- AIDA-Formel

Jeder Werbetexter benötigt für die erfolgreiche Erfüllung seiner Aufgabe ein Briefing über Produkt, Zielgruppe, Markt etc. Sie lernen, was ein gutes Briefing ausmacht, wie Sie den einzigartigen Verkaufsvorteil herausarbeiten und was unter der Copy-Strategie zu verstehen ist.

##### **Kreativitäts-Techniken**

- Die Rhetorik des Werbetexters

Mit diesem Studienheft wollen wir Sie mit den Techniken des Textens vertraut machen. Wie geben Sie einem Werbetext das gewisse Etwas und wie machen ihn anschaulich? Sie lernen die geeigneten Stilmittel anhand vieler Beispiele systematisch kennen und lernen, richtig mit ihnen umzugehen.

##### **Die Textbausteine**

- So kommt ein Texter auf Ideen
- Die Textbausteine
- Overline und Subline Body Copy / Pay off

Sie lernen die wichtigsten Textbausteine kennen und erfahren die Bedeutung einer guten Headline und eines wirkungsvollen Abschlusses eines Werbetextes – durch einen Pay off oder Slogan als ständig wiederkehrende Aussage.

## **Der Texter und die Medien – Die Anzeige**

- Aufbau und Elemente einer Anzeige
- Die wichtigsten Anzeigenarten

In diesem und den folgenden Studienheften wollen wir Sie mit den einzelnen Medien bekannt machen, für die Texter/innen schreiben. Zunächst geht es um die Anzeige. Sie lernen die verschiedenen Anzeigenarten kennen, ihren grundsätzlichen Aufbau und die Bedeutung der Schlagzeile.

## **Der Texter und die Medien – Direktwerbung**

- Welche Bedeutung hat Direktwerbung?
- Der Werbebrief / Das Mailing

Sie erhalten einen Überblick über die verschiedenen Formen des Werbebriefs wie Anschreiben, Zugabebrief, Zielgruppenbrief kennen und lernen, wie ein guter Werbebrief aufgebaut ist.

## **Der Texter und die Medien – Handzettel, Beilage, Prospekt, Katalog**

- Der Handzettel / Die Beilage / Der Prospekt / Der Katalog

In diesem Studienheft geht es um die besonders textintensiven Werbemittel. Handzettel, Beilage, Prospekt und Katalog sind Verkaufsmittel, weniger Image-Träger. Sie lernen, wie Sie für die verschiedenen Werbemittel texten und selbst einen umfangreichen Katalog lesenswert gestalten können.

## **Der Texter und die Medien – Das Plakat**

- Plakatarten
- Grundregeln des Plakats

Die Formen des Plakats sind vielfältiger als Sie vielleicht denken mögen – über Litfasssäulen und „Ganzstellen“ hin zu Hausfassaden. Sie werden entdecken, welche texterischen Möglichkeiten das Plakat bietet.

## **Der Texter und die Medien – Verkehrsmittel, Fassaden, Sportplätze, Uhren, Stellschilder, Firmenfahrzeuge**

- Rollende Werbung
- Fassaden / Sportplätze
- Stellschilder
- Firmenfahrzeuge

Was müssen Sie wissen, bevor Sie sich an einen Text für die U-Bahn, den Bus oder die Fassade machen? Sie erfahren, welche besonderen Gestaltungsgrundlagen bei diesen Medien gelten.

## **Der Texter und die Medien – Alltägliche Geschichten**

- Glückwünsche / Stellenanzeigen / Einladungen
- Anzeigen in Branchen- und Telefonbüchern

Ziel dieses Studienheftes ist es, Ihnen einen Einblick in die „below the line“ Werbung zu geben, also Arbeiten im Hintergrund der klassischen Werbelinien wie Anzeigen und Funkspots. Solche „Gelegenheitsarbeiten“ für Texter sind z. B. Weihnachtskarten, Anzeigen in Jubiläumszeitschriften oder auch Stellenanzeigen.

## Der Texter und die Medien – Public Relations

- Die praktischen Seiten der PR-Arbeit
- Pressekonferenz
- Der Texter als Redakteur: Kunden-/Mitarbeiterzeitschriften

In diesem Studienheft geht es um ein Thema, das genau zwischen der Werbung und dem Journalismus liegt: den Public Relations. Sie werden mit dem journalistischen Handwerkszeug vertraut gemacht, das Sie als PR-Texter beherrschen müssen.

## Der Texter und die Medien – Funk

- Aufbau eines Funkspots
- So schreiben Sie einen Funkspot

Sie erfahren, an was Sie alles denken müssen, wenn Sie einen guten Funkspot konzipieren, wie Sie in rund 30 Sekunden eine Botschaft an den Hörer bringen und wie Sie einen Funkspot dramaturgisch richtig aufbauen und Ihre Hörer „fesseln“.

## Der Texter und die Medien – Fernsehen und Film

- Die Schritte zu einem Fernsehspot
- Der Kinospot

Sie lernen die Stufen kennen, die zu einem Fernsehspot oder Kinofilm führen: Exposé, Treatment, Storyboard, Drehbuch, Produktion. Sie lernen auch, wie Sie zu einer Fernseh- und Filmidee kommen.

## Der Texter und die Medien – Gewinnspiele und Coupons

- Ideen für Gewinnspiele
- Wie texten Sie einen Info-Coupon?
- Werberechtliche Grundlagen

In diesem Studienheft erfahren Sie, wie Sie Preisausschreiben und Coupons entwickeln, die einen großen Reiz zum Mitmachen haben. Sie erhalten zudem einen Einblick in das Werberecht, das Sie als Texter kennen müssen, um Coupons und Preisausschreiben rechtlich korrekt zu gestalten.

## Der Texter und die Märkte- Einzelhandel

- Einkaufszentren und Kaufhäuser
- Der Lebensmitteleinzelhandel
- Verkaufsförderungsaktionen

Anhand einiger Branchen – Einkaufszentren, Lebensmittelgeschäfte, Mode, Möbel, Unterhaltungselektronik – führen wir Sie in die Aufgaben des Texters im Einzelhandel ein. Sie lernen, wie Sie für Sales Folder, Fachanzeigen, Verkaufsförderungsmaßnahmen erfolgreich texten.

## Der Texter und die Märkte – Investitionsgüter

- Regel-Techniken
- Konzepte für kleine Etats
- Gebrauchsanweisungen

Viele Texter glauben, ein Ingenieurstudium absolviert haben zu müssen, um einen Prospekt oder eine Anzeige für einen Gabelstapler oder Kopierer schreiben zu können. Wir nehmen Ihnen die Angst davor. Sie lernen die Gesetzmäßigkeiten und die Arbeitsstufen genau kennen, die bei der Kaufentscheidung von Investitionsgütern gelten.

### **Der Texter und die Märkte – Dienstleistungen**

- Text für Touristik und Gastronomie
- Text für Finanzdienstleistungen

In diesem Studienheft wollen wir Sie mit den wichtigsten Dienstleistungen bekannt machen, die auf Sie zukommen könnten. Sie lernen, wie man das Charakteristische der Dienstleistungen verkauft.

### **Der Texter und die Märkte – Verkehrsträger**

- Der öffentliche Nah- und Fernverkehr
- Fluggesellschaften

Sie erhalten einen Einblick in die Werbung der verschiedenen Verkehrsträger, deren Aussagen und Argumente und die Themen, mit denen sie für sich und ihr Verkehrssystem werben.

### **Der Texter und die Märkte – Social Marketing**

- Grundlagen
- Themen, Titel, Texte im Social Marketing

Unter Social Marketing wird das Marketing für Organisationen ohne Gewinnerzielungsabsicht, also z. B. karitative Einrichtungen, Umweltorganisationen etc. zusammengefasst. Auch diese Themen müssen „verkauft“ werden und stellen an Sie als Texter ganz besondere Anforderungen, auf die wir in diesem Studienheft näher eingehen.

### **Der Texter und die Märkte – Werbung für Printmedien**

- Print gegen Elektronik
- Wie Zeitungen um Leser werben
- Wie verkauft man Informationen?

Wir beschäftigen uns mit dem Medienmarkt, also Zeitungen, Zeitschriften, Plakate, Funk und Fernsehen. Sie alle kämpfen um zwei Zielgruppen: Leser / Hörer / Zuschauer – und Werbetreibende. Sie erfahren, mit welchen Argumenten und Mitteln hier gewonnen wird.

### **Der Texter und die Märkte – Elektronische Medien und Internet**

- So verkaufen sich Sender
- Verkaufsförderung der Sender
- Erfolg im Medienverbund: Radio und Zeitung
- Internet-Werbung

In diesem Studienheft lernen Sie, wie Rundfunksender für ihr Programm werben. Wie bringen Sie Hörer und Zuschauer dazu, ihren Sender einzuschalten?

Sie erhalten darüber hinaus einen Einblick in die wichtigste Internet-Technik und die verschiedenen Internet-Plattformen wie E-zines, Communities, Portale, Shops usw. Sie lernen, worauf es bei Konzeption und Texten von Webseiten, Newslettern und Werbe-E-mails ankommt.

### **Der Texter und die Märkte – Europa und der Texter**

- Globale Konzepte
- Der Texter als Sprachmixer
- Marken im gemeinsamen Markt: Aufgabenteilung

Wir zeigen Ihnen anhand von Beispielen, wie Global Marketing in der Praxis aussieht – wie also Konzepte in versch. Sprachen aussehen und wo man – mit Rücksicht auf regionale Märkte – noch Unterschiede in der Umsetzung macht.

### **Kampagnen und Präsentationen**

- Entwicklung von Kampagnen
- Erfolgreiche Kampagnen: Beispiele aus der Praxis

In diesem Studienheft geht es um zwei wichtige Themen: die Entwicklung einer Werbekampagne und die Präsentation Ihrer Ideen, Ihrer Arbeit. Am Beispiel erfolgreicher Kampagnen zeigen wir Ihnen Aufgabenstellung, Ausgangsposition und das kreative Ergebnis sowie den Erfolg im Markt.

### **Recht und Geld**

- Was Sie vom Werberecht wissen müssen
- Geschäftsbericht / Angebot
- Werbung in eigener Sache

Sie lernen die wichtigsten Grundregeln des Wettbewerbsrechts und des Urheberrecht kennen. Des weiteren geben wir Ihnen Ratschläge und Tipps, wie Sie sich selbst „vermarkten“, wie Sie ein Angebot schreiben und einen Auftrag präzise umreißen.

### **Handwerkszeug**

- Lexikon der Werbesprache
- Typographie
- Korrekturzeichen

Zum Abschluss Ihres Lehrgangs erhalten Sie eine Zusammenfassung des eher formalen „Handwerkszeugs“ für die tägliche Arbeit eines Texters. Die wichtigsten – häufig englischen– Fachbegriffe haben wir Ihnen in einem Lexikon zusammengestellt.

*Aktualisierungen vorbehalten.*

## **Das bringen Sie mit Voraussetzungen für die Lehrgangsteilnahme**

Um erfolgreich am Kurs teilzunehmen, benötigen Sie keine besondere schulische oder berufliche Vorbildung. Sie sollten jedoch über eine gute Allgemeinbildung, Menschenkenntnis, Einfühlungsvermögen und Lust am Umgang mit der Sprache verfügen.

## **Post für Sie Überblick über alle Studienhefte und Materialien**

Der Lehrgang „Texter/in / Konzeptioner/in“ der Hamburger Akademie umfasst 26 Studienhefte und ein Studienhandbuch, die wir Ihnen direkt nach Hause liefern – aufgeteilt auf drei kompakte Lernpakete, die Sie in zeitlich angemessenen Abständen erhalten. Diese Aufteilung hat den Vorteil, dass Sie in sinnvollen Einheiten lernen können, ohne „alles auf einmal“ schaffen zu müssen. So begleiten wir Sie kontinuierlich und sicher bis zu Ihrem Studienziel.

In der folgenden Übersicht finden Sie die Namen und Kürzel der Studienhefte, die zum Lehrgang gehören (*Aktualisierung vorbehalten; die Anzahl der Studienhefte kann variieren*):

<b>Name des Studienhefts:</b>	<b>Kurztitel:</b>
Einführung in den Beruf Werbetexter	WETE 01
Grundlagen des Textens	WETE 02
Handwerkszeug der Werbetexter	WETE 22
Grundlagen des Werbetextens Kreativitäts-Techniken	WETE 03
Die Textbausteine	WETE 04
Der Texter und die Medien (1) Anzeige	WETE 05
Der Texter und die Medien (2) Direktwerbung	WETE 06
Der Texter und die Medien (3) Handzettel, Beilage, Prospekt, Katalog	WETE 07
Der Texter und die Medien (4) Das Plakat	WETE 08
Der Texter und die Medien (5) Verkehrsmittel, Fassaden, Sportplätze, Uhren, Stellschilder, Firmenfahrzeuge	WETE 09
Der Texter und die Medien (6) Alltägliche Geschichten	WETE 10
Der Texter und die Medien (7) Public Relations	WETE 11
Der Texter und die Medien (8) Funk	WETE 12
Der Texter und die Medien (9) Fernsehen und Film	WETE 13
Der Texter und die Medien (10) Gewinnspiele und Coupons	WETE 14
Der Texter und die Märkte (1) Einzelhandel	WETE 15
Der Texter und die Märkte (2) Investitionsgüter	WETE 16
Der Texter und die Märkte (3) Dienstleistungen	WETE 17A
Der Texter und die Märkte (4) Verkehrsträger	WETE 17B

Der Texter und die Märkte (5) Social Marketing	WETE 18A
Der Texter und die Märkte (6) Werbung für Medien (Printmedien)	WETE 18B
Der Texter und die Märkte (7) Werbung für Medien (Elekt. Medien)	WETE 18C
Der Texter und die Märkte (8) Texten für das Internet	WETE 18D
Der Texter und die Märkte (9) Europa und der Texter	WETE 19
Kampagnen und Präsentationen	WETE 20
Recht und Geld	WETE 21



---

*Mit den Studienheften zu allen Themenbereichen besitzen Sie nach Beendigung des Lehrgangs ein umfassendes Nachschlagewerk. Es wird Ihnen auch zukünftig bei allen praktischen Texter-Fragen gute Dienste leisten.*