DER SCHMALE GRAT

0,02%

Warum wir nur eine Sache tun — und warum gerade die

Auf unserer Karte steht ein Satz: 99,98% kann jeder. 0,02% nicht. Das ist keine Koketterie — es ist unser Geschäftsmodell. Wir bieten nicht alles an. Wir bieten das Eine an, das den Unterschied macht: das treffende Wort. Dieses Papier erklärt, was diese 0,02% sind und warum gerade sie gefragter werden, je lauter der Markt wird.

Was wir tun

Wir finden für Institution, Marke und Kultur das Wort, das trägt — den Claim, den Namen, die Kernbotschaft, die Haltung in Sprache. Dazu das Bild, das dasselbe leistet: nur diese Einstellung, nur dieser Schnitt. Das Wort. Das Bild. Wir machen keine Reichweiten-Pakete, keine Technik-Wartung, kein Alles-aus-einer-Hand. Wir optimieren nichts für Maschinen. Wir arbeiten für Menschen. Wir wissen, was wir tun. Und wichtiger noch: Wir wissen, was wir nicht tun.

Ein Feld führen wir gesondert: die Hochrisikokommunikation — Räume, in denen ein falsches Wort Schaden anrichtet und das richtige trägt. Klinik, Kanzlei, Behörde. Nicht alles, was wir tun, ist Hochrisiko. Aber alles, was wir tun, hält demselben Maßstab stand.

Warum Fokus, nicht Vollservice

Eine Agentur, die alles anbietet, konkurriert mit tausend anderen, die auch alles anbieten — im Lauten, im Austauschbaren. Eine Agentur, die eine Sache exzellent macht, besetzt einen Platz, den ihr kaum jemand streitig macht. Spezialisierung ist nicht Verzicht, sie ist Position. Das schmale Feld ist das tiefe Feld. Unsere 0,02% sind keine Lücke im Angebot — sie sind das Angebot.

Wir arbeiten dabei breit, um tief zu treffen. Wer nur ein Feld kennt, findet das brave Wort. Wer aus vielen schöpft, findet das überraschende. Breite im Dienst der Tiefe — nach innen weit denken, nach außen genau eintreten.

Das zahlt sich heute auch dort aus, wo man es zunächst nicht vermutet: in der Sichtbarkeit. Denn ob man gefunden wird, entscheidet sich zunehmend daran, ob das eigene Wort klar und unverwechselbar genug ist, um zitiert zu werden — nicht daran, wer am lautesten ruft. Das Eigenständige wird gefunden, die austauschbare Masse verschwindet. Aber das ist für uns Folge, nicht Zweck.

Warum das Feine bei uns überlebt

Unsere Methode — Humorpuls — lebt vom feinen Ton: ein leiser Twist, ein Hauch Menschlichkeit dort, wo andere nur ernst sind. Humor in der Angstzone ist Kugelfisch. Richtig zerlegt: Delikatesse. Ein Schnitt daneben: tödlich. Deshalb ist Humorpuls eine Lizenz, keine Zutat. Und dieser feine Ton hat noch einen zweiten Feind, einen strukturellen: den Freigabeprozess. In großen Häusern durchläuft ein mutiger Gedanke viele Instanzen — und der Twist, der ihn trägt, wird auf dem Weg oft glattgeschliffen, bis nur das Konsensfähige bleibt. Nicht aus Unvermögen, sondern weil große Strukturen darauf gebaut sind, Risiko herauszufiltern. Bei uns steht zwischen Idee und Kunde niemand. Wer den Gedanken erdacht hat, verteidigt ihn selbst — mit der Begründung, warum er trägt. So überlebt das Feine.

Und dieselbe Strenge gilt für uns selbst. Die Sorgfalt, die wir an jedes Wort legen, endet nicht am Text — sie beginnt bei den Menschen, die ihn schreiben. Wir nehmen wenige Mandate an. Nicht aus Stolz, sondern weil das eine Richtige keine Verdünnung verträgt. 99,98% können viele. Wir suchen die anderen.

Der Rest

Was übrig bleibt, wenn das Selbstverständliche weg ist, ist nicht der Rest im üblichen Sinn. Es ist das Statussymbol derer, die noch selbst denken. Wir hätten gern einen Oscar für den besten Wirkungsgrad. Gibt's nicht. Wir arbeiten, als gäb's ihn.

Was Sie davon haben

Sie bekommen eine Sprache, die unverwechselbar Ihre ist — rechtlich sauber, menschlich tragend, im Kopf bleibend. Ein Haus, das nicht klingt wie das nebenan. In einem Markt, der immer mehr Gleiches produziert, ist das Eigene der einzige bleibende Vorteil. Das ist unser Versprechen, und es ist dasselbe Handwerk in allem, was wir tun: das eine treffende Wort finden und alles Übrige weglassen.

99,98% kann jeder.
0,02% nicht.

Nicht lauter. Treffender.

Humorpuls.

le mot juste. Überall. Immer.

Haltung · Grat · Urteil