

## Wirksame Werbebriefe und Mailings schreiben

Sie kommen sicher immer wieder in die Situation, dass Sie einen Werbebrief verfassen müssen. Ein Begleitschreiben zu einem Prospektversand, eine Einladung zu einer Ausstellung oder ein E-Mail als Rundschreiben. Viele fühlen sich unwohl in der Welt der Worte, Sätze, Texte – dabei gibt es keinen Grund für Berührungsängste. Auf dem Weg zu einem guten Text sind einfach ein paar Grundregeln einzuhalten. Die wichtigsten habe ich hier zusammengefasst. Ich freue mich sehr, wenn sie Ihnen zu aufmerksamkeitsstarken, spannenden und vor allem erfolgreichen Werbebriefen verhelfen! Viel Erfolg!

### Vorbereitung

In der Vorbereitungsphase muss man sich ein paar wichtige Fragen stellen, ziellos loschreiben endet meistens chaotisch und wirkungslos.

Schreiben Sie zielorientiert – was soll der Brief bewirken?

Was ist die Hauptbotschaft, das Wichtigste?

Was soll der Leser, die Leserin tun? Welche Reaktion erwarten Sie?

### Struktur

Wenn die Inhalte feststehen, können Sie sich die Gliederung des Textes überlegen. Dazu die wichtigsten Elemente und ihre Funktion:

#### Infozeile (Betreff)

Die Infozeile ist ein wichtiger Fixationspunkt und muss die Leserin, den Leser das erste Mal stoppen. Sie informiert über den Inhalt des Briefes und/oder stellt den grössten Vorteil dar.

#### Anrede

Formell: Sehr geehrter Herr Müller. Oder informell: Guten Tag Herr Müller.

#### Haupttext

Der Haupttext führt das Verkaufsgespräch – besonders wichtig dabei ist der Startsatz.

Inhalt: Ist der Kundennutzen klar und schnell erkennbar?

Struktur/Aufbau: Ist die Verständlichkeit gewährleistet?

Überzeugung: Sind die Kaufargumente stark, glaubwürdig und auch klar formuliert?

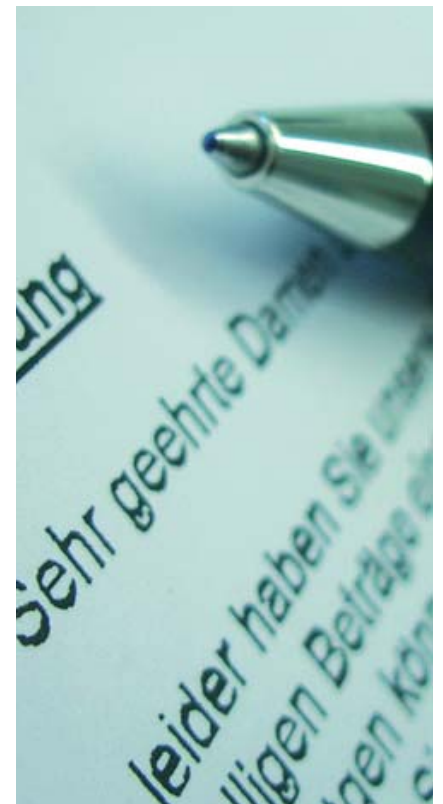
Handlungsaufforderung: Ist die Leserin/der Leser motiviert, den nächsten Schritt zu tun?

#### Schlussatz

Genauso wichtig wie ein spannender Einstieg in den Haupttext ist der Schlussatz. Er muss sympathisch formuliert werden und kann auch eine Handlungsaufforderung sein.

#### Grussformel

Formell: Freundliche Grüsse. Oder informell: Sommerliche Grüsse aus Uster.



### Gutschein

#### **KORREKTURLESEN: VERTRAUEN IST GUT, TESTEN IST BESSER.**

Lassen Sie eine A4-Seite (ca. 2000 Zeichen) gratis bezüglich Orthografie, Grammatik und Zeichensetzung überprüfen. Grundlage dafür ist die neue deutsche Rechtschreibung und Ihre Hausorthografie. Wir machen auch gerne Vorschläge, wie der Text optimiert werden kann. Dieses Angebot ist gültig bis Ende Februar 2010.

Kontakt:

Sybille Brütsch-Prévôt

Telefon +41 44 941 03 41

sybille.bruetsch@wortstark-uster.ch

## Unterschrift

Die Unterschrift macht den Brief persönlich; am besten unterschreiben Sie mit blauer Tinte. Noch besser: Stellen Sie ein Bild von sich dazu – aber lächeln!

## PS (Postskriptum)

Das PS hat einen sehr hohen Beachtungsgrad und wird zur letzten Handlungsaufforderung eingesetzt oder um noch einmal auf einen besonderen Vorteil hinzuweisen.

Wie halten Sie es mit der sprachlichen Gleichstellung? Sprechen Sie Frauen und Männer immer direkt und persönlich an. Auch wenn Sie möglicherweise nicht viel davon halten, denken Sie an die Frau als Empfängerin, die nicht als «Lieber Kunde» angesprochen werden will! Also: Frauen konsequent mit der femininen, Männer mit der maskulinen Personenbezeichnung anschreiben; bei gemischten Gruppen kommt die Doppelform zur Anwendung oder eine neutrale Bezeichnung.

## Der erste «Kurzdialog» muss sitzen!

Kluge Menschen aus der Mailingforschung haben herausgefunden, dass der erste Kurzdialog entscheidet, ob ein Brief ungelesen im Papierkorb landet oder nicht. Der Leser, die Leserin stellt sich immer die gleichen Fragen (wie Sie ja auch, wenn Sie Post erhalten): «Ist das etwas für mich?», «Soll ich das überhaupt lesen?», «Was und wer steckt dahinter?», «Wo ist der Haken?».

Das heisst für den Aufbau des Textes, dass beim ersten Überfliegen sofort klar sein muss, worum es geht. Nutzen Sie dazu die Infozeile, Hervorhebungen im Text (fette Schrift) und das PS!

## Halten Sie sich beim Schreiben an diese einfachen Grundregeln:

Klare, kurze und präzise Sätze. Verrennen Sie sich nicht in komplizierte und verschachtelte Satzkonstruktionen.

Fassen Sie sich kurz (auf keinen Fall mehr als eine Seite).

Mit Verben (Tätigkeitswörtern) etwas bewegen – das macht die Texte spannender. «Gewöhnliche» Wörter wählen – keine unnötigen Fremdwörter, kein Fachchinesisch.

Positiv schreiben: bejahen anstatt verneinen.

Formulieren Sie aktiv anstatt passiv!

Kein Geschwätz, keine Floskeln!

## Blick-Sonderbeilagen «Babyboom» und «Wohnen»

Die beiden themenspezifischen Zeitschriften erschienen im Dezember 2009 als Sonderbeilagen im Blick. «Babyboom» hielt für Eltern viel Wissenswertes über Kinderernährung, sinnvolle Weihnachtsgeschenke, Geburtsvorbereitung, Familienferien und Haustiere bereit. «Wohnen» beleuchtete die Themen erneuerbare Energien, Innendekoration, ökologisches Bauen, Wellnesen zu Hause und Lifestyle. Informative Artikel, kurz und bündig aufbereitet, und ein Interview mit einer bekannten Persönlichkeit (Ernährungswissenschaftlerin und Buchautorin Marianne Botta Diener für «Babyboom» und Innenarchitekt Andrea Lardelli für «Wohnen») sorgten für hohe Aufmerksamkeit bei der Zielgruppe.

Texte (Je 50 Prozent): Wortstark, Uster  
Kunde: Smart Media Publishing Schweiz GmbH,  
Zürich

Druck: Ringier Print  
Koordination: Smart Media Publishing,  
www.smartmediapublishing.com

Wenn die Sprache nicht stimmt, ist das, was gesagt wird, nicht das, was gemeint ist. So kommen keine guten Werke zustande.

Konfuzius

WORTSTARK.

SONNENBERGSTRASSE 11, 8610 USTER, TELEFON 044 941 03 41  
WWW.WORTSTARK-USTER.CH

Diesen Beitrag «Wirksame Werbebriefe und Mailings schreiben» können Sie als 4-seitiges Hand-out gratis bei uns beziehen!

Rufen Sie uns an (+41 44 941 03 41) oder schreiben Sie ein E-Mail (info@wortstark-uster.ch).



## SO SCHREIBT MAN HEUTE

Wann müssen Sie dieses Seminar besuchen? Wenn Sie Ihre Briefe mit «Bezugnehmend auf unser Telefongespräch sende ich Ihnen beiliegend die gewünschten Unterlagen» beginnen und mit «Vielen Dank für Ihre Bemühungen. Für Ihre Fragen stehe ich Ihnen gerne jederzeit zur Verfügung» beenden.

So schreibt man heute nicht mehr!

Nach diesem Tagesseminar sind Sie wieder «à jour» und kennen die aktuellen Regeln und Instrumente der modernen geschäftlichen Kommunikation. Sie schreiben wirkungsvoller, zielorientiert und verzichten bewusst auf langweilige Floskeln.

### Programm:

- Die Brief- und E-Mail-Sprache
- Zuallererst: Schreibstau abbauen!
- Der Geschäftsbrief: Darstellung und Regeln
- Die Briefelemente und ihre Funktion (von der Infozeile bis zum PS)
- Der gute Einstieg
- Der gute Ausstieg
- Stil: gute Floskeln, schlechte Floskeln
- Das Wichtigste der neuen deutschen Rechtschreibung
- Textwerkstatt – Überarbeitung von mitgebrachten Texten/ Briefen

### Nach dem Kurs:

«Work in progress» – Sie werden vom Kursleiter in der Praxis begleitet und haben Anspruch auf den «Ge-gencheck» eines Textes.

### Kosten:

Tageskurs inkl. Unterlagen, Pausengetränken und Mittagessen Fr. 360.– pro Person.

### Kursleitung:

Gerold Brütsch-Prévôt, Dozent am SIB und SAWI, eidg. dipl. Kommunikationsleiter.

Erkundigen Sie sich, wann und wo der nächste Kurs startet. Falls Sie firmeninterne Kurse durchführen wollen, fragen Sie nach einer individuellen Offerte!

## Darf ich vorstellen: Quna, Agenturhund

Nur Agenturhund zu sein, wäre mir allerdings zu öd. Schliesslich habe ich eine langjährige und harte Ausbildung hinter mir: Zuerst fünf Monate Blindenführhunde-Training in Allschwil. Dummerweise haben sie mich kurz vor der Prüfung ausgemustert. Die Zweibeiner hat wohl gestört, dass ich ein ausgekochtes Schlitzohr bin ... Nicht weiter schlimm, so habe ich mich halt zum Sozialhund ausbilden lassen. Nicht zu unterschätzen übrigens – immerhin sind an der Abschlussprüfung 14 Posten fehlerfrei zu absolvieren. Aber alles easy, mich als Fast-Blindenhund bringt so schnell nichts aus der Fassung. Weil mein Frauchen und Herrchen beide abwechslungsweise mit mir Sozialeinsätze leisten, habe ich die Prüfung gleich zwei Mal gemacht. Ich bin jetzt also sozusagen doppelt diplomiert!

Seit einem Jahr bin ich jeden Donnerstagnachmittag an der Heilpädagogischen Schule in Uster im Einsatz und besuche dort behinderte Kinder einer Mittelstufenklasse. Ihr solltet mal das Freudengeschrei hören, wenn ich dort auftauche: «Quna, Quna, Quna!» Ich kenne mich in der Schule mittlerweile perfekt aus; als Erstes habe ich den Weg in die Küche ausgekundschaftet, als echter Labrador weiss ich natürlich, wo es am ehesten was zu futtern gibt! Die Kinder führen mich dann in den Wald spazieren, wir machen da Versteckis oder ich springe über ein paar Baumstämme (aber nur gegen Belohnung!). Ich werde von den Kindern gestreichelt und gebürstet, allerdings nicht immer auf die sanfte Tour. Doch egal, schliesslich habe ich in meiner Ausbildung gelernt, mit den Kindern geduldig zu sein und die Zähne zusammenzubeissen, auch wens zieht oder kneift. Am besten gefällt mir, wenn mir die ganze Klasse ein Lied vorsingt – das vom Samichlaus im Dezember hat mir bis jetzt am besten gefallen!

