

DM-Tipp

11 Starttipps für zündende Werbetexte

Z. I E L

ST A R T

Zeitdruck und ein gähnend leerer Monitor kombiniert mit dem Wunsch, etwas wirklich Aussergewöhnliches zu texten – da kann es schnell zur Schreibblockade kommen. Doch keine Sorge: Auf der Website businessstext.de des Werbetexters Detlef Krause haben wir eine kleine Starthilfe entdeckt, die Sie vor solch unangenehmen Situationen bewahrt.

1. Warten Sie nicht auf die grosse Inspiration.

Wer gleich den grossen Wurf hinlegen will, macht sich selbst das Texten schwer. Keine Textzeile, kein Wort wird Ihnen gut genug klingen, um überhaupt notiert zu werden. Und Ihr weisses Blatt Papier wird auch nach Stunden noch weiss bleiben. Am Anfang ist es egal, was Sie schreiben. Notieren Sie einzelne Textpassagen oder Worte, die Ihnen gerade durch den Kopf gehen. Hauptsache, Sie bringen Ihren Computer oder Stift in Schwung. Keine Sorge: Ihr Output wird mit jeder Idee, die Sie notieren, besser.

2. Beginnen Sie mit etwas Einfachem.

Das Wichtigste ist, dass Sie überhaupt anfangen zu schreiben. Das mechanische Arbeiten wird Ihre Ideen beflügeln.

3. Schreiben Sie so, als würden Sie zu einem guten Bekannten sprechen.

Wenn Sie zum Beispiel eine Autoanzeige texten möchten, stellen Sie sich vor, Sie müssten das Auto Ihrem Kollegen bei einem Essen erklären. Notieren Sie ganz locker und mit einfachen Worten, wie Sie ihm das Auto schmackhaft machen würden.

4. Schreiben Sie Werbebriefe wie einen Brief an Ihren besten Freund.

Vergessen Sie, dass Hunderte oder Tausende Ihren Serienbrief lesen werden, denn jeder einzelne Brief wird von einer Person gelesen. Ganz individuell. Schreiben Sie deshalb persönlich von Mensch zu Mensch und überlegen Sie:

- Was könnte Ihr Freund oder Ihre Freundin besonders interessieren?
- Wie kann er oder sie von Ihrem Angebot am meisten profitieren?

5. Vergessen Sie zunächst alles, was Sie an Inhalten unterbringen wollen.

Ignorieren Sie am Anfang die vielen Details, die Ihr Text unbedingt enthalten soll, denn dies blockiert nur Ihren Schreibfluss. Der Text wird dadurch zu sachlich, zu unemotional, zu langweilig. Falls überhaupt nötig, können Sie diese Punkte später immer noch einfügen.

6. Beschreiben Sie Ihr Produkt.

Ein guter Weg, mit dem Werbetexten zu beginnen, ist, einfach nur das Produkt zu beschreiben. Stellen Sie es - wenn es nicht gleich ein ganzes Auto ist – vor sich auf den Schreibtisch und machen Sie eine Liste der Produkteigenschaften: Farbe, Grösse, Materialien usw. Suchen Sie dann nach einem Schlüsselbegriff, der das eine oder andere Detail anschaulich beschreibt. Angenommen, Ihr Schlüsselbegriff ist «schmal». Schreiben Sie das Wort aufs Papier und notieren Sie alle Vorteile, die damit verbunden sind, wie tragbar, kompakt, leicht, handlich, passt in jede Westentasche usw.

7. Listen Sie die Vorteile für den Käufer auf.

Machen Sie eine Liste der Vorteile, die Ihr Produkt oder Service dem Kunden bietet. Stellen Sie dabei den Nutzen aus Kundensicht in den Mittelpunkt. Oder – im Umkehrschluss – was Ihrem potenziellen Kunden alles entgeht, wenn er Ihr Angebot NICHT nutzt (Wegfall von Zinsvorteilen, Produkt ist nicht mehr verfügbar usw.).

8. Beschreiben Sie, was Sie an Ihrem Angebot am meisten begeistert!

Wenn Sie Ihre Leser begeistern wollen, müssen Sie selbst begeistert sein. Beginnen Sie Ihren Text mit einer Beschreibung, was Sie am neuen Produkt oder Angebot am meisten beeindruckt. So kommt automatisch mehr Begeisterung in Ihren gesamten Text. Ihr enthusiastischer Schreibstil wird sich dann auch auf die anderen, vielleicht nicht ganz so faszinierenden Details übertragen.

9. Beginnen Sie mit der Überschrift.

Versuchen Sie aus Ihrem stärksten Produktvorteil eine Überschrift zu formulieren. Probieren Sie das Gleiche auch mit den anderen Vorteilen, die Sie aufgelistet haben. Schreiben Sie jede Überschrift auf, die Ihnen dazu in den Sinn kommt, und wählen sie danach die beste aus. Damit ist auch klar, womit Ihr Text beginnen sollte: mit der Auflösung Ihrer Überschrift. Nehmen Sie diesen «Anreisser» auf und lassen ihn wie einen roten Faden durch Ihren Text laufen. Tipp: Werfen Sie Ihre anderen Überschriften nicht in den Papierkorb. Sie eignen sich vielleicht als Zwischenüberschriften.

10. Schreiben Sie schnell, korrigieren Sie später.

So halten Sie Ihren kreativen Schreibprozess in Schwung. Alles bleibt im Fluss. Die Gedanken und Sätze knüpfen aneinander an und zwingen förmlich zum Weiterlesen. Hinterher können Sie immer noch das eine oder andere Wort austauschen, Wortwiederholungen ausmerzen oder einen Absatz noch einmal völlig umschreiben. Selbst wahre Meister redigieren ihre Texte fünf- bis sechsmal, bevor sie wirklich damit zufrieden sind.

11. Wenn es Ihre Zeit erlaubt, schlafen Sie darüber.

Frisch ausgeruht lesen Sie Ihren Text am nächsten Morgen wie jemand, der ihn zum ersten Mal sieht. Fast so wie Ihre Zielgruppe. Finden Sie Ihren Text dann immer noch gut, dann ist er es meistens auch. Wenn nicht, überarbeiten Sie ihn noch einmal. Es lohnt sich.

Quelle: www.businessstext.de, Autor: Detlef Krause

Weitere Informationen unter www.post.ch/directpoint.

Die Schweizerische Post
PostMail
Direct Marketing
Viktoriastrasse 21
3030 Bern

Telefon 0848 888 888
E-Mail directpoint@post.ch
Internet www.post.ch/directpoint