

„Einfach, aber nicht simpel!“

Der deutsche Werbetexter Stefan Gottschling ist Geschäftsführer der Augsburger „Textakademie“ und Berater vieler Unternehmen: „Jeder Mensch nimmt zuerst die Dinge wahr, die am leichtesten auszuwerten sind – deshalb muss sowohl der Vorteil für den Leser als auch eine Aufforderung in jedem Brief klar vorhanden sein“

KK



Stefan Gottschling ist der Profi für Werbetexte und sicher, dass jedermann **erfolgreich schreiben** kann.

Der deutsche Marketingprofi gilt als der Experte für erfolgreiche Werbetexte im deutschsprachigen Raum. In Klagenfurt ist er im wissenschaftlichen Beirat im Institut für messbare Werbung und Verkauf tätig.

WOCHE: Was verbindet Sie mit dem Bundesland Kärnten?

Stefan Gottschling: Es sind die Menschen, die Freunde, die hier leben. Kärnten ist ein Stück Zuhause – das ist eine sehr emotionale Sache für mich.

Kann oder sollte man in einem guten Werbebrief diese Emotionalität umsetzen?

Ja. Man kann das vermitteln. Erfolgreiches Texten ist das Wiederentdecken natürlicher Höflichkeit, weil Geschäfte immer Menschen miteinander machen.

Also muss man einfach nur mit viel Gefühl texten?

Ja und nein. Zum einen ist unser Bauchgefühl viel sicherer als der Verstand, und vor allem sicherer als wir glauben. Zum an-

deren ist ein Brief nichts anderes als ein vorausgedachtes Gespräch mit starker Führung. Schreiben ist etwas anderes als Reden, deshalb muss es überlegt sein. Man muss den Leser zum Ziel des Briefes führen – eine Bestellung oder ein Anruf.

Was sind die gravierendsten Fehler beim Schreiben?

Wenn man versucht, sofort perfekt zu sein, klappt es meistens nicht. Ein vorgefertigtes Konzept ist wichtig. Erst, wenn ich einen klaren Gedanken habe, kann ich einen klaren Brief formulieren.

Wie einfach darf oder muss die verwendete Sprache sein?

Die Botschaft muss auch bei niedriger Aufmerksamkeit des Lesers ankommen. Also muss sie einfach sein – aber nicht simpel sondern klar und direkt. Viele trauen sich nicht zu sagen, was sie wollen. Aber in einem Brief müssen sie es. Wenn ich will, dass jemand mein Produkt kauft, muss ich sagen: Kauf! Die Aufforderung am Ende ist wichtig.

Wie schwierig ist es, erfolgreiches Texten zu lernen?

Gar nicht. Jeder kann einen guten Werbetext schreiben. Es gibt ein paar einfache Regeln, die man beherzigen sollte. **GEL**

i MACHEN SIE'S WIE DIE PROFIS

Werden Sie zum **Profi-Texter** – mit dem Arbeitsbuch „Werbebriefe einfach machen!“ Die Raiffeisenbank Klagenfurt stellte der WOCHE für ihre Leser zehn Bücher von Stefan Gottschling zur Verfügung. Mit ein bisschen Glück können Sie eines dieser „So geht's Bücher für verkaufstarke Briefe“ gewinnen. Beantworten Sie einfach nebenstehende Frage und senden Sie die richtige Antwort per E-Mail an die WOCHE!

Mail-Gewinnspiel

10 So-Geht's-Bücher zu gewinnen!

Frage: In welcher Stadt leitet Stefan Gottschling die Textakademie?

Richtige Antwort bitte per Mail an gerd.leitner@woche.at
Betreff: **Gottschling** sowie die **Antwort!**

WOCHE