

So schreibt man Werbebriefe

einfach und überzeugend

Von Eleonore von Planta



**Verlag des Schweizerischen
Kaufmännischen Vereins, Zürich**

Inhalt

Theoretischer Teil	9
<i>I. Der Brief als Werbeträger</i>	11
1. Der Werbebrief wirbt direkt	11
2. Der Werbebrief wirbt gezielt	11
3. Der Werbebrief wirbt präzise	12
4. Der Werbebrief wirbt kurzfristig	12
5. Der Werbebrief wirbt preiswert	13
<i>II. Gestaltung und äussere Form</i>	14
1. Erster Eindruck: der Briefumschlag	14
2. Zweiter Eindruck: der Briefbogen	15
3. Die Schrift unter der Lupe	15
4. Das Problem der Frankatur	16
<i>III. Aufbau</i>	18
1. Die Anrede	18
2. Der Approach	20
3. Das Angebot	21
4. Das Sonderangebot	22
5. Die Schlussformel	22
a) Die direkte Schlussformel	22
b) Die indirekte Schlussformel	23
6. Der abschliessende Gruss	23
7. Die Unterschrift	24
8. Beilagen nach Mass	24
9. Letzte Rettung: das PS	26
<i>IV. Stil und Umfang</i>	27
1. Der gute Werbestil	27
2. Der gute Briefstil	28
3. Geschäftsbriefe einst und jetzt	28
4. Die richtige Brieflänge	30
<i>V. Inhalt</i>	31
1. Eröffnung eines neuen Geschäftes	31
2. Eröffnung einer Filiale	35
3. Neu-Lancierung eines Produktes	37
a) Fachwerbung	37

b) Publikumswerbung	40
4. Angebot einer speziellen neuen Dienstleistung	43
5. Aktionen / Extraleistungen	44
6. Anfordern von Informationsmaterial oder Probesendungen	48
7. Einladungen	59
8. «Bettelbriefe»	64
 Schlusswort zum theoretischen Teil	 67
 Praktischer Teil (Musterbriefe)	 69
 Publikumswerbung	 71
 <i>Geschäftseröffnung</i>	
a) <i>Papierwaren</i>	72
b) <i>Damenmode</i>	73
<i>Eröffnung eines Dienstleistungsbetriebes</i>	
a) <i>Werbebüro</i>	74
b) <i>Reisebüro</i>	75
<i>Eröffnung einer Filiale</i>	
a) <i>Bank</i>	76
b) <i>Lebensmittelgeschäft</i>	77
<i>Neu-Lancierung eines Produktes</i>	
a) <i>Kosmetik</i>	78
b) <i>Haushalt</i>	79
<i>Warenangebot</i>	
a) <i>Musikalien</i>	80
b) <i>TextilienA/Väsche</i>	81
c) <i>Juwelier</i>	82
d) <i>Weinhandlung</i>	83
e) <i>Waschmaschine</i>	84
<i>Angebot einer Dienstleistung</i>	
a) <i>Versicherung</i>	85
b) <i>Geldinvestition</i>	86
c) <i>Tourismus</i>	87
d) <i>Kaffee-Service</i>	88
e) <i>Personalschulung</i>	89
f) <i>Vermittlungsbüro</i>	90
g) <i>Chemisch-Reinigung</i>	91

<i>Spezialangebot</i>	
a) Metzgerei	92
b) Schuhe	93
c) Teppiche	94
d) Buchverlag	95
e) Bürobedarf	96
f) Möbelpolitur	97
<i>Information</i>	
a) Theater	98
b) Politik	99
c) Konditorei	100
d) Gastgewerbe	101
e) Elektronische Datenverarbeitung	102
<i>Einladung</i>	
a) Ausstellung/Handarbeiten	103
b) Demonstration/Foto-Bedarf	104
c) NightclubA/ergnügungssektor	105
d) Modeschau/Damen-Bekleidung	106
<i>«Bettelbriefe»</i>	
a) Wohltätigkeit	107
b) Kulturelles	108
<i>Die selbständige Bestellkarte</i>	109
<i>Nachfassbrief zur selbständigen Bestellkarte</i>	110
<i>Die Bestellkarte als Beilage</i>	111
<i>Fachwerbung</i>	113
<i>Inseraten-Akquisition/Zeitungswesen</i>	114
<i>Leasing/Computer</i>	115
<i>Information/Textil</i>	116
<i>Warenangebot an Grossverbraucher/Kaffee</i>	117
<i>Angebot von Ware und Dienstleistung/Zahnarztbedarf</i>	118
<i>Sortiments-Angebot an Unternehmer/Eisen, Kunststoffe</i>	119
<i>Detallistenbrief/Spezialangebot/Strickwolle</i>	120
/ <i>Angebot einer neuen Sorte/Schokolade</i>	121
/ <i>Angebot einer neuen Packung/Tiefkühl-</i> <i>produkt</i>	122
/ <i>Aktion/Zahnpasta</i>	123