



Der gelungene Betreff

Die Kundenbeziehungsmanagerin

Irmgard Braasch
Siebengebirgsallee 14
51147 Köln

Tel: 02203/1829640
Web: www.kbm-braasch.de
Mail: info@kbm-braasch.de

Was macht einen gelungenen Betreff aus?

1. Alles, was beim ersten Lesen nicht von jedem verstanden wird, ist zu kompliziert. Das gilt zum Beispiel für doppeldeutige Formulierungen (die womöglich auch noch an ein bekanntes Zitat, einen Buchtitel oder einen Film erinnern sollen). Sprachliche Witze sind schön, erfordern aber häufig längeres Nachdenken, also weg damit.
2. Genauso wenig wirksam sind abgegriffene Formulierungen. Versuchen Sie sich nicht an bekannte Werbeslogans anzuhängen. Das lenkt nur von Ihrem Werbebrief ab.
3. Was für den Brief gilt, gilt natürlich auch für den Betreff: Jedes Wort, das zu viel ist, wird gestrichen. In der Kürze liegt die Würze. Ein Betreff über zwei Zeilen ist definitiv zu lang.
4. Benutzen Sie möglichst einfache Wörter, die schnell verstanden werden. Kurze Wörter mit nur zwei Silben können schneller erfasst werden als längere Wörter.
5. Streichen Sie konsequent negative Wörter aus Ihrem Repertoire. Wörter mit der Vorsilbe ‚un-‘ haben im Betreff nichts zu suchen. Genauso wenig wie Wörter die einen negativen Touch haben, wie zum Beispiel „Problem“ oder „Nachteil“.