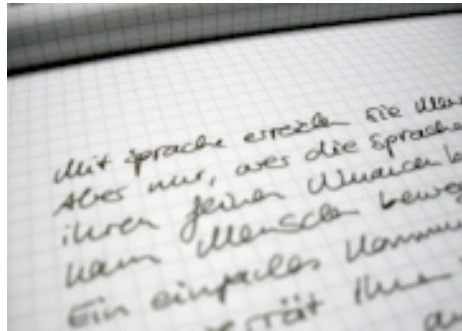


**Mit Sprache erreichen Sie Menschen.**

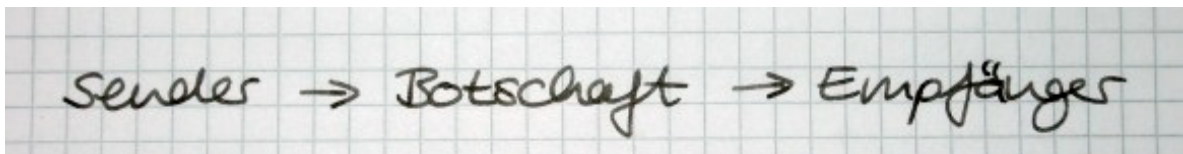


**Aber nur wer die Sprache in ihren feinen Nuancen beherrscht, kann Menschen bewegen.**

*Sie haben Interesse an einer Zusammenarbeit?*

*Dazu skizzieren Sie bitte kurz Ihr Projekt, den Auftrag und Ihre Zielgruppe. Manchmal hilft es, wenn Sie sich oder wir uns zusammen im Vorhinein Gedanken über Ihr Profil und Ihre Kunden machen. Das folgende Kommunikationsmodell kann dazu eine kleine Hilfe sein.*

Ein einfaches **Kommunikationsmodell** verrät Ihnen viel über die Anforderungen an einen Text:



- **Sie sind der Sender.**

Wenn ich Ihnen einen Text schreibe, geschieht das in Ihrem Namen. Was ist das Profil Ihres Unternehmens? Was erwarten die Kunden von Ihnen und Ihrer Botschaft? Welches Bild möchten Sie von sich vermitteln? Soll die Sprache Ihrer Werbebotschaft eher konservativ und zurückhaltend sein oder frisch und frech? Vielleicht möchten Sie auch mit Hilfe von augenzwinkernder Ironie, einem bestimmten Tonfall oder gezielt sachlicher Argumentation die feinen Unterschiede Ihres Unternehmens zur Konkurrenz hervorheben?

*Eine ausgefeilte Sprache gibt Ihnen als Sender ein klares Profil, lässt Sie persönlich vor dem geistigen Auge des Empfängers auftreten und stärkt Ihre Präsenz.*

- **Sie haben eine Botschaft.**

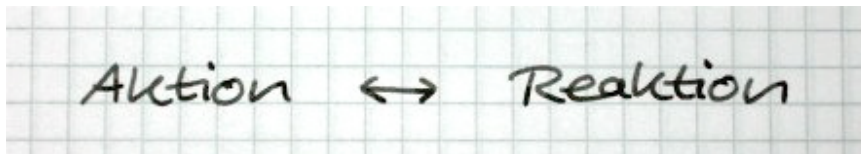
Lassen Sie uns Ihr Ziel genau formulieren. Wie lautet Ihre Botschaft? Was möchten Sie verkaufen? Was für Dienstleistungen offerieren Sie? Haben Sie ein besonderes Angebot? Was bieten Sie/Ihr Produkt an Nutzen und Vorteilen? Welche Sachargumente haben Sie? Und vor allen Dingen: Wie soll der Kunde auf Ihr Angebot reagieren? Die Botschaft darf nicht nur Ihr Leistungsspektrum aufzählen, Sie müssen dem Empfänger auch konkrete Handlungsmöglichkeiten aufzeigen. Welche Reaktion erwarten Sie auf Ihre Aktion? Wie kann sich der Empfänger schnell bei Ihnen melden, sich näher über Ihre Leistungen informieren?

*Nur mit einer klaren Argumentation im Dienste der Verständlichkeit bei gleichzeitiger Hervorhebung Ihrer Einzigartigkeit wird der Empfänger Ihre Botschaft verstehen und reagieren.*

- **Sie kennen den Empfänger genau.**

Stellen wir uns den Leser des Textes vor. Wer empfängt Ihre Botschaft? Wer zählt zu Ihrer Zielgruppe? Was für Erwartungen stellt der Empfänger an Sie? Erhält er Ihre Botschaft regelmäßig? Oder das erste Mal? Wie sehen seine Gewohnheiten aus, seine Umgebung, sein Leben? Kommen die Zeichen Ihrer Botschaft in seiner Alltagswirklichkeit vor? Versteht er Sie?

*Sprachbilder und Tonalität, die an den Erfahrungshorizont des Empfängers anknüpfen, erreichen ihn auch.*



**Damit auf Ihre Aktion auch eine Reaktion des Empfängers folgt, lassen Sie Ihre Botschaft nicht vage formuliert in der Informationsflut der Mediengesellschaft untergehen.**

**Vertrauen Sie auf klare Worte, Sprachverständnis und Konzeptionsvermögen. Setzen Sie auf die Leistungen einer professionellen Texterin und lassen Sie sich ein individuell auf Ihr Projekt abgestimmtes Angebot machen.**

**Werbetext Wuppertal**

Marina Jenkner M.A.

Tel. 0202 - 4265081

[mail@werbetext-wuppertal.de](mailto:mail@werbetext-wuppertal.de)

[www.werbetext-wuppertal.de](http://www.werbetext-wuppertal.de)