

Die Seele eines Textes

Wenn ich einen Text für meine Kunden schreibe, bin ich mir bewusst, dass ich dessen „Ghostwriter“ bin. Mein Kunde muss sich meinen Text anziehen können wie einen maßgeschneiderten Mantel, und sich darin sofort wohl fühlen. Und der Leser des Textes muss sich angesprochen fühlen. „Das ist aber ein schicker Mantel. Der Mensch, der ihn trägt, hat Geschmack. Er ist nicht zu protzig, aber er hat Stil. Ein solches Kleidungsstück würde auch zu meiner Garderobe passen.“ Mit der nachfolgenden Geschichte lade ich Sie ein auf einen Spaziergang durch meinen Kopf. Lesen Sie, wie ein solcher Mantel... ähm... Text... entsteht.

Die Vorgeschichte:

Susi Seifenblase (Name geändert) ist eine Frau mittleren Alters. Sie lebt sehr naturnah, mit Respekt vor allem Leben, engagiert sich liebevoll für ihre Familie und ihre Tierschutz-Tiere. Vor einigen Monaten hat sie sich mit der Herstellung hochwertiger Seifen mit rein natürlichen Inhaltsstoffen selbstständig gemacht. Ihre Seifen sind wirklich etwas Besonderes. Teilweise zieht sie die Zutaten dafür in ihrem eigenen Garten. In ihrem Hexenhäuschen am Waldrand hat sie sich eine kleine Seifenküche eingerichtet, wo sie jeden Tag mit ganz viel Herzblut ihre Rezepte entwickelt und mit einem großen Holzlöffel in Tiegeln und Töpfen rührt. Sie arbeitet mit einer Schamanin zusammen, glaubt an Engel und Lichtgestalten und ist eine durch und durch liebe Person. Und sie hat mich beauftragt, einen Werbebrief für ihre Seifen an Heilpraktiker und Tierheilpraktiker zu verfassen.

Abgesehen von einigen Schwarzen Schafen, die es sicher gibt, engagieren sich **Heilpraktiker und Tierheilpraktiker** mit Leib und Seele für das Wohl ihrer Patienten. Die Frau, die mein Pferd behandelt, gibt sich emotional so sehr ihrer Aufgabe hin, dass sie sich nach einer Behandlung „wie ausgekotzt“ fühlt und ohne einen starken Kaffee völlig neben der Spur läuft. Diese heilenden Menschen sind in der Lage, Wissen und Intuition zusammen zu bringen. Dazu müssen sich völlig emotional öffnen für den Menschen oder das Tier, damit sie kleinste Signale wahrnehmen. Das ist eine geistige Höchstleistung, die Kraft und Mut erfordert. Natürlich müssen diese heilenden Menschen leben, und dafür brauchen Sie Geld. Deshalb arbeiten sie gegen Honorar. Aber für die Heilpraktiker, die ich kenne, ist abgesehen von existenziellen Gründen Geld nicht wichtig. Diese Menschen geben gern. Auf immaterieller Ebene. Und sie sind auf das Vertrauen ihrer Patienten angewiesen.

Das bedeutet für meinen Text:

Die Kommunikation zwischen Susi Seifenblase und ihrer Zielgruppe muss ganz, ganz persönlich sein. Ich muss deutlich machen, dass Beide auf einer Ebene stehen. Ein „typischer“ Werbebrief wäre hier Fehl am Platz. Susi Seifenblase hat deshalb einen Text von mir bekommen, der genau das verkörpert: Einen ganz persönlichen Brief, nett geplaudert und ein Anliegen wie eine persönliche Bitte vorgetragen. Von Mensch zu Mensch, wie bei einer gemütlichen Tasse Tee. Das Ziel des Briefes erscheint auf den ersten Blick nicht sinnvoll, aber ich bediene mich hier des psychologischen Gedankens an das Helfer-Syndrom, und der guten alten Salami-Taktik (scheibchenweise). Dieser Brief ist ein völlig unüblicher Werbebrief. Er hat nichts gemein mit den Formulierings-Tricks vieler Werbebriefe. Fachleute würden sich – wenn sie die Hintergründe nicht kennen – die Haare raufen und sagen „dieser Text ist dilettantisch.“ Doch genau so einen Text braucht Susi Seifenblase. Und genau so einen Text braucht diese Zielgruppe:

Einen Text mit Seele.

Susi Seifenblase hat einen großen Freundeskreis, und schon bald fand sich eine „Fachfrau“, die genau das sagte, was ich befürchtet hatte. Der Text sei zu lang und zuviel blabla. Kurzerhand machte diese „Fachfrau“ aus meinem Text einen „richtigen“ Werbebrief. Ich enthalte mich jeder Stimme. Vergleichen Sie einfach selbst:

Tierheilpraktikerin
Susanne Wuff
Hundegasse 1

12345 Pferdestadt

24. November 2005

Jetzt gibt's was für's Fell ☺

Guten Tag, Frau Wuff,

ich habe Ihre Adresse im Internet gefunden und schreibe Ihnen diesen Brief, weil ich Ihnen gern meine Tierseife vorstellen möchte. Die Idee, eine spezielle Seife für Hunde und Pferde herzustellen, entstand aus dem Wunsch heraus, meinen eigenen Tieren etwas Gutes zu tun.

Meine Seifen enthalten keine Erdöle und künstlichen Tenside, sondern hochwertige Pflanzenöle in Lebensmittel-Qualität und natürliches Glycerin. Alle meine Seifen sind kinesiological getestet.

Ich bin selbst verblüfft darüber, wie gut meine Seife ankommt. Unter Beobachtung einer Pferdeheilpraktikerin linderte die Spezial-Seife die Beschwerden von **Ekzemern**. Ein Dobermann reagierte erstmals nicht mit **Schuppenbildung** auf ein Duschbad. Ein zu **Schlauch-Ödemen** neigender Friesenwallach lässt sich die Reinigung mit meiner Seife gern gefallen. Eine Pferdebesitzerin hat ihren **Fußpilz** quasi gewaschen. Eine Heilpraktikerin hat eine Probe meiner Seife im „stillen Kämmerlein“ **ausgetestet** und dann sofort einen ganzen Karton bestellt. „Cavallo“ und „Friesenjournal“ widmen meiner Seife einen langen Bericht.

Es fällt mir schwer, mein eigenes Produkt so positiv zu beschreiben, zumal ich weiß, dass das, was man von sich selbst behauptet, wenig glaubhaft ist. Deshalb **habe ich eine Bitte an Sie**: Sehr gern schicke ich Ihnen eine Probe meiner Seife. Lassen Sie das Produkt für sich selbst sprechen, **testen Sie es. Wenn Sie überzeugt sind**, würde ich mich sehr freuen, wenn wir zusammen kommen.

Ich freue mich auf Ihren Anruf. Ein Päckchen mit **kostenlosen Proben** wartet bereits darauf, zu Ihnen auf den Weg zu gehen. Ihre Anforderung verpflichtet Sie selbstverständlich zu nichts.

Herzliche Grüße, Ihre

Susi Seifenblase

Anrede
Vorname Nachname
Straße Hsnr.

PLZ Ort

Jetzt gibt's was fürs Fell

Guten Tag Anrede Name,

ich schicke einer ausgewählten Personengruppe diesen Brief, weil ich gerne meine Tierseifen vorstellen möchte!

Die Idee, handgesiedete, spezielle Naturseifen für Hunde und Pferde herzustellen, entstand aus dem Wunsch heraus, meinen eigenen Tieren etwas Gutes zu tun. Meine Seifen enthalten keine Erdöle und künstliche Tenside, sondern hochwertige Pflanzenöle in Lebensmittel-Qualität und natürliches Glycerin. Alle meine Seifen werden kinesiologisch ausgetestet!

Wie wir von Verwendern meiner Seife erfuhren, linderte die Spezialseife die Beschwerden von Ekzemen, Schlauchödeme, Schuppenbildung und sogar der beginnende Fußpilz bei einer Pferdebesitzerin wurde „weggewaschen“!

Die Pferdezeitschriften *Cavallo* und *Friesenjournal* haben meiner Seife in Ihrer neuesten Ausgabe einen langen Bericht gewidmet!

Diesem Schreiben habe ich einen Flyer und eine Probe beigelegt, damit sie mein Produkt selber testen können.

Ich würde mich freuen, von Ihnen zu hören!

Herzliche Grüße

Susi Seifenblase

Und nun sage ich doch was dazu:

Bitte geben Sie Ihren Briefen eine Seele. Vergessen Sie niemals, dass Sie an einen Menschen schreiben. Holen Sie Ihren Empfänger aus der Anonymität der „Zielgruppe“ heraus und geben Sie ihm ein Gesicht. Geben Sie ihm Bedürfnisse. Geben Sie ihm Gefühle. Vor allem das Gefühl, dass Sie ihn wertschätzen. Das gelingt Ihnen gut, wenn Sie sich aus Ihrem Bekanntenkreis einen oder ein paar Menschen heraus suchen, die Sie dieser Zielgruppe zuordnen. Sprechen Sie mit diesen Menschen über Ihr Angebot. Plaudern Sie mit ihnen bei einer gemütlichen Tasse Kaffee. Achten Sie auf deren Reaktionen. Was bewegt sie, was hinterfragen sie, wo blocken sie ab? Stellen Sie sich beim Texten einen Spiegel oder ein Foto auf den Schreibtisch. Und stellen Sie sich vor, Sie schreiben an diesen Menschen.

Ich denke, dieses Thema passt gut in die Vorweihnachtszeit. Es soll Sie nachdenklich stimmen und Sie bei allem Ehrgeiz, bei allen mittlerweile erforschten Regeln, und bei der Suche nach dem „kleinsten gemeinsamen Nenner“ einer Zielgruppe immer an eines erinnern: An den Respekt vor dem Anderen.

Nachtrag:

Susi Seifenblase hat sich übrigens entschieden, den Ursprungstext zu verwenden, nachdem ich ihr genau das gesagt habe, was Sie heute lesen. Zweiter Grund war, dass das finanzielle Polster zu dünn war, um jedem Brief eine Seifenprobe beizulegen, wie von der „Fachfrau“ vorgeschlagen. Die Briefe werden verschickt, wann immer Susi Seifenblase etwas Zeit dafür hat. Eine Responsequote lässt sich deshalb nicht ermitteln. Nur eine Zahl habe ich vorgestern per Mail erhalten: 51 verkaufte Seifen. Nicht Proben, sondern „echte“ Bestellungen.