

Editorial April 2002

Von Gästen und Gastgebern

In der chinesischen Tuschemalerei gilt es ein Prinzip zu beherzigen – das vom Gastgeber und den Gästen. So heißt es, dass es auf jedem guten Bild nur eine „Hauptperson“, also einen Gastgeber, geben kann. Alle anderen Elemente müssen sich unterordnen, sind quasi die Gäste.

Vielleicht können unsere Direktwerber ja aus dem Prinzip etwas lernen. Schön wäre nämlich, wenn mehr Mailings einen wirklichen Gastgeber oder Hauptdarsteller hätten. Leider tummeln sich in ganz vielen Mailings immer noch viel zu viele Gäste. Oft ist es sogar so, dass man vor Nebensächlichkeiten, pardon Nebenrollen, den eigentlichen Hauptdarsteller übersieht, ja übersehen muss.

Schade, denn wie ein gutes Schaufenster, das nur einen Blickfang zeigt, ziehen Mailings, die ihre Botschaft auf das Wesentliche konzentrieren, mehr Interessenten und Käufer an, als diejenigen, die um nichts auf der Welt eine Nebenrolle unbesetzt lassen wollen.

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen Mut zur Lücke, zum Freiraum. Sie wissen ja: Wenn Sie Ihrem Gastgeber eine gute Rolle schreiben, in der er so richtig glänzen kann, bekommt er mehr Aufmerksamkeit und Sie gewinnen mehr Rücklauf als wenn Sie Ihre Adressaten mit Kleinigkeiten langweilen. Dazu müssen Sie nur eins tun: Ihre Kernaussage richtig inszenieren. Nur Mut – ich freue mich auf jede gelungene Uraufführung!

Ihre

Gabriele Baron arbeitet als freiberufliche Texterin und Journalistin sowie als Trainerin mit dem Schwerpunkt Kundenorientierung in Text, Korrespondenz und Verkaufsgespräch. Sie ist Autorin der Bücher "Mailings einfach und erfolgreich durchführen" und „Ideen finden – Top-Tools für kreative Köpfe“. Anfragen richten Sie bitte an: Gabriele Baron Text & Training, E-Mail: info@baron-texttraining.de, Internet: www.baron-texttraining.de