

Editorial Juni 2001

Kleben oder stempeln?

Alles virtuell, alles elektronisch. Wer legt da noch Wert auf die gute alte Briefmarke? Ob Sie es glauben oder nicht: Ich werde öfter von Kunden darauf angesprochen, dass ich immer „so schöne Marken“ auf meine Geschäftsbriefe klebe.

Nun können Sie natürlich sagen: Ja, bei Geschäftsbriefen ist das etwas ganz anderes als bei Mailings! Ist es aber nicht. Jedenfalls dann nicht, wenn Ihre Zielgruppe Ihre Mailings selbst öffnet.

Sie wissen doch, wie das mit dem ersten Eindruck ist, wenn man einer Person das erste Mal begegnet: Innerhalb kürzester Zeit haben wir uns eine Meinung gebildet und sind zu- oder abgeneigt. Bei Mailings ist das ähnlich. Schon der erste Blick auf den Umschlag entscheidet über Sympathie oder Antipathie und damit über Schreibtisch oder Papierkorb.

Mit einer (vermeidlich) per Hand aufgeklebten Briefmarke macht Ihr Mailing gleich von Anfang an einen besseren Eindruck. Es spricht emotionaler an, als wenn es freigestempelt wäre. Damit erhöht sich auch der Vorschußlorbeer für den Inhalt.

So hat die Deutsche Post AG in großangelegten Tests herausgefunden, dass Mailings mit Briefmarken bis zu 71 % mehr Rücklauf verzeichnen als freigestempelte. Verwenden Sie besonders schöne Sondermarken, so kann sich der Erfolg sogar verdoppeln. Wenn das keinen Versuch wert ist. Denken aber daran, wenn Sie es ausprobieren, dass der einzige Unterschied zwischen Ihren beiden Testvarianten der sein darf, dass die eine freigestempelt und die andere mit Marke versehen verschickt wird. Sonst können Sie die Veränderung in der Rücklaufquote nicht eindeutig diesem Merkmal zuordnen.

Viel Erfolg mit Ihrer Marke wünscht Ihnen

Ihre

Gabriele Baron arbeitet als freiberufliche Texterin und Journalistin sowie als Trainerin mit dem Schwerpunkt Kundenorientierung in Text, Korrespondenz und Verkaufsgespräch. Sie ist Autorin des IM-Fachbuches "Mailings einfach und erfolgreich durchführen". Anfragen richten Sie bitte an: Gabriele Baron Text & Training, Innere Wiener Straße 12, 81667 München. Telefon (089) 48 95 27 82. Fax (089) 48 95 28 23. E-Mail: info@baron-texttraining.de