

gastronomie & hotellerie

Das Unternehmer-Magazin

7-8/2010

Chefsache: hogatec 2010 | **Ambiente:** Themenhotels im Trend
Technik: Kaffeemaschinen mit Sparpotenzial | **Food:** F(r)isch auf den Tisch

www.gastronomie-hotellerie.com

A8109

huss
HUSS-MEDIEN GmbH
10400 Berlin



Neue Kontakte schließen

Der Weg zum perfekten Geschäfts- und Werbebrief



Damit die Botschaft auch den Empfänger erreicht, sollte man bei Geschäfts- und Werbebriefen Kompetenz zeigen.

Wenn Sie die Entwicklung von Linda Lecker und ihrem Gasthof verfolgt haben, dann sind Sie sicher gespannt darauf, womit sich die fiktive Geschäftsfrau dieses Mal beschäftigt.

Ganz klar, es geht wieder um Möglichkeiten, Gäste zu finden, sie zu begeistern und zu halten. Dazu bedarf es vieler Einzelpunkte, damit das große Ganze stimmt. An Ideen mangelt es Linda nicht und so steht schon wieder die nächste Kundengewinnungsmaßnahme an.

Werbebrief – ja oder nein

Nach der effektvollen Anzeigenaktion von Frau Lecker in der Tagespresse (lesen Sie beruf & zukunft 6/2010, Seite VI und VII) ist sie ganz begeistert über die neuen Gäste, die in den letzten Wochen kamen. Sie findet das alles »äußerst prächtig«, will sich aber darauf nicht ausruhen und hat wieder interessante Dinge im Kopf.

Freund Kurt erfährt ihre aktuellste Idee zuerst: „Ich hätte es gerne, wenn öfter mal kleine Firmen- oder Geburtstagsfeiern in meinem

Saal stattfänden. Und deshalb habe ich vor, einen Brief an die Unternehmer unseres Ortes zu schreiben, in dem ich sie auf diese Möglichkeit hinweise. Nicht auf die aggressive Art mit dem Vorschlaghammer, sondern mehr als Information und Anregung gedacht. Ich bin mir noch nicht ganz sicher, wie.“

Mit Profi-Unterstützung

Kurt weiß darauf sofort etwas zu sagen. „Werbebriefe im klassischen Sinn landen sehr oft im Papierkorb der Leute. Da kannst du Dich glücklich schätzen, wenn überhaupt ein paar davon gelesen werden. Außerdem sollte man so ein Schreiben von einem Profi verfassen lassen. Denk daran: Du hast nur EINE Chance, bei den Leuten Eindruck zu schinden. Und ohne Direktmarketingprofi wird das schwer werden.“

So kompliziert hatte sich die Chefin das allerdings nicht vorgestellt.

Und so freut sie sich über weitere Anregungen, die Kurt ihr gibt. „Es gibt noch einige andere Möglichkeiten. Was hältst du von einer Einladung zu einem einmaligen Businessstreff an einem

Werktag um 18.00 Uhr? Vorge-sehene Zeit etwa zwei bis drei Stunden, Happy Hour für Getränke, die Häppchen gehen aufs Haus. Der Event findet selbstverständlich im Saal statt. Du hältst eine kleine Begrüßungsrede und legst die Flyer deines Hauses auf jedem Tisch aus.“

Zusätzliche Anreize schaffen

„Super Idee! Das ist es. Eine Einladung ist prima. Und dabei könnte ich dann auch noch zwei Fliegen mit einer Klappe schlagen. Meine Maler-Freundin Martina hat mich letzstens gefragt, ob ich meinen Gasthof für ihre Bilder zur Verfügung stelle. Sie

Auf einen Blick

Wer eine Mailing-Aktion plant, sollte folgende Aspekte unbedingt beachten:

- Adresse und Telefonnummer beziehungsweise E-Mail-Kontakt des Absenders nicht vergessen.
- Aktuelle Kundenadressen zusammenstellen.
- Kundennutzen präzise formulieren – warum sollte dieser auf den Brief reagieren.
- Kurze und positiv formulierte Sätze verwenden.
- Gedankenstriche sind wesentlich länger als Bindestriche und werden immer mit Wortzwischenräumen eingesetzt. Sie heben zum Beispiel eine bestimmte Aussage in einem Satz hervor.
- Mit Bindestriche werden Wörter verbunden; man verwendet sie ohne Leerzeichen.
- Persönliche Anrede des Empfängers muss korrekt sein.
- Rechtschreibung beachten.
- So wenig Wiederholungen wie möglich in den Text einfließen lassen.
- Für den Kunden verständliche Begriffe nutzen, kein Fach-Chinesisch!



Die Autorin Daniela Brotsack ist Schriftsetzermeisterin (HWK), Fachfrau für Werbung und DTP sowie Fachwirtin Medienmarketing (BAW). Ihre Erfahrungen in den Bereichen Drucksachen, Korrektorat und Lektorat bringt sie in ihr Unternehmen EXLIBRIS-D ein. Nähere Informationen: <http://www.exlibris-d.de>, <http://www.printundco.de>

würde gerne eine Vernissage machen. Ich lege den Businessstreff in die Zeit, in der ihre Werke hängen und weise in meinem Brief auch darauf hin. Das ist klasse!"

Seriöses Erscheinungsbild

Gedacht, getan. Los geht's. Kurt macht Linda aber auf so manche Fallen aufmerksam, in die sie tappen könnte.

„Also gut, wir beginnen an der Basis. Du hast ja schon farbig vorgedruckte Briefbögen. Das ist schönes, etwas stärkeres Papier und auch für einen Werbebrief passend. Einige der Adressaten haben sicher schon schriftlich mit Dir zu tun gehabt. Bei diesen wirkt der Wiedererkennungseffekt. Auf dem Briefpapier stehen neben Deinem Logo auch die Anschrift, alle Kontaktdaten sowie Kontoverbindungen etc. Das ist zwar für einen Werbebrief nicht nötig, gibt dem Ganzen aber meiner Meinung nach mehr Seriosität.“

Die optimale Adressdatei

„Ich habe eine Adressdatei mit den Unternehmern, die ich anschreiben will, greift Lisa die positive Stimmung auf.“

Kurt lächelt sie verschmitzt an. „Wie alt ist die Datei? Leben alle noch? Sind die Firmen noch existent? Ist einer umgezogen oder hat schon der Sohn übernommen?“ Linda schenkt ihm einen bitterbösen Blick. „Dir ist schon klar, dass die Kontrolle eine Heidenarbeit ist?“ „Selbstverständlich! Aber nichts ist peinlicher, als mit einer alten Adresse zu zeigen, dass einem der Adressat im Grunde egal ist.

Ein weiterer Stolperstein ist das Geschlecht. Meine Freundin Andrea hat schon öfter Briefe an Herrn Andreas erhalten. Sogar vom Autohändler, bei dem sie

einen Mittelklassewagen gekauft hat. Da war sie wirklich begeistert. Also pass' gerade da ja auf!"

»Herrn Duden« befragen

Linda überlegt kurz und erkundigt sich nach weiteren Punkten, die sie im Blick behalten muss. Kurt: „Ja. Die persönliche Anrede ist ganz wichtig. Sonst sieht es zu sehr nach Massenbrief aus. Und wer will schon ein Empfänger unter Vielen sein? Stelle außerdem sicher, dass es in Deiner Datei Straßen gibt und keine Strassen. Die falsch geschriebene Variante stößt unangenehm auf. Entgegen einer landläufigen Meinung gibt es nämlich sehr wohl noch den Buchstaben ß. Inzwischen existieren sogar spezielle Schriften, die ein ß als Großbuchstaben haben. Diese werden vor allem in Ämtern eingesetzt. Denn dadurch, dass in Formulare ß immer zu ss wurde, ist die richtige Schreibweise von Namen oft nicht mehr zu erkennen. Aber das nur nebenbei.“

Positiv formulieren

Kurt weiter: „Schreibe alle Texte positiv. Verneinungen jeglicher Form mit »nicht« oder »kein« können negative Folgen haben. Vermeide es auch, Wörter zu wiederholen, verwende schöne Begriffe statt abgedroschener Redewendungen. Übertreibe nur so weit, wie Du selbst es anderen nicht übel nehmen würdest. Die Aussagen müssen eindeutig und verständlich sein. Kurze Sätze kommen dabei dem Leser entgegen. Das Texten selbst sollten übrigens andere übernehmen. Ich wüsste Dir da einen Texter, der früher in einer großen Agentur gearbeitet hat und dort fürs Direktmarketing zuständig war. Das ist genau der richtige Mann für eine solche Aufgabe.“



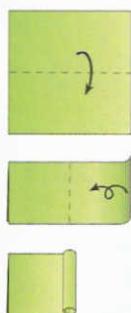
Schon probiert?

Mit der neuen Sommerkollektion von Duni hat das Unternehmen das besondere Feeling dieser Jahreszeit eingefangen. Die »sonnigen« Motive heißen »Mainau« (Foto), »Capri«, »Margarete« und »Mikado« und verwandeln jeden Tisch in ein Meer aus Blüten und Farben.

Die Auswahl lebendiger Motive auf Servietten aus erstklassigen Materialien ermöglicht es den Gastronomen, kleine Kunstwerke für sommerliche Tisch-Arrangements zu fertigen.

Die Zertifizierung der Produkte gemäß FSC (Forest Stewardship Council) gewährleistet außerdem, dass der Waldbau aus denen die Rohstoffe für die Papierprodukte von Duni stammen, den Anforderungen an die Nachhaltigkeit entspricht.

Weitere Informationen zur Umweltverantwortung des Unternehmens gibt es im Internet (www.duni.com).



Faltanleitung für die Serviette

- 1 Ausgebreitete Serviette (falls Motiv vorhanden, nach unten) entlang dem Mittelbruch nach unten falten.
- 2 Die Serviette von rechts bis zur Mitte hin aufrollen.
- 3 Die Form kann nun zum Beispiel auf den Teller gelegt werden.
- 4 Fertige Figur.