

Werbe-Tipp Dezember 2009 / Januar 2010

Von Guido Steimel
Werbetexter aus Hennef
www.textmenues.de

Täuschen Sie Ihre Kunden nicht

Was ich da auf einem Verkaufsschild vor einem Warenhaus sah, löste bei mir ein kräftiges Kopfschütteln aus. In großer, signalroter Schrift war zu lesen: „65%...“. Darunter ging es in kleiner, von der Straße aus kaum zu erkennenden Schrift, dezent grau gedruckt, weiter: „... unserer XY-Produkte sind im Preis bis zu 17% reduziert“.

Da ich die hier angebotenen Produkte suchte, sprach mich der scheinbare Rabatt von 65% zum Jahresschlussverkauf an. Als ich dann vor dem Schild stand, um endlich das Kleingedruckte lesen zu können, war ich zunächst platt, dann sauer... und dann schnell wieder weg – noch bevor ich einen Fuß in den Laden gesetzt hatte.

Wieder zurück im Auto dachte ich: Im Grunde pfiffig, aber mehr noch hinterlistig und irreführend. Mich hat die Werbung in diesem Fall abgeschreckt. Denn wer seine Kunden so arglistig anlockt, der hat vielleicht auch noch andere hinterhältige Sachen auf Lager – so mein Fazit.

Mag sein, dass der eine oder andere Interessent doch in den Laden geht – wenn er schon mal da ist. Der fade Beigeschmack aber bleibt. Sicher auch peinlich für die Mitarbeiter in diesem Geschäft, wenn ein Kunde das Kleingedruckte nicht liest und dann auf die 65% zu sprechen kommt.

Locken Sie Ihre Kunden lieber mit Versprechen, die Sie halten wollen und können. Kehren Sie alles Positive heraus! Keine Bescheidenheit bitte! Aber halten Sie Ihre Kunden nicht für dumm. Der eine oder andere kommt nie wieder, wenn er sich auf den Arm genommen fühlt.

Erstellen Sie Ihre Werbetexte aufmerksamkeitsstark, ohne miese Tricks. Verblüffen Sie! Provozieren Sie! Bringen Sie die Menschen zum Stocken, zum Staunen, zum Lachen oder zum Weinen! Aber bleiben Sie bei der Wahrheit, bitte. Es wird sich langfristig für Sie auszahlen.