

Hallo, hier ist der neue...



das wäre schön!

...Newsletter von Kurz & gut. Darf er "du" sagen? Du bist schließlich sein Schicksal. Binnen Sekunden wird sich entscheiden, ob er bei dir sofort den Entf-Tasten-Tod sterben muss. Oder ob er zukünftig wenigstens das Bildschirmlicht der Welt erblicken darf. Vielleicht schenkst du ihm auch ein spannendes Outlook-Listen-Leben? Vom archiviert werden will er ja gar nicht erst träumen. Nur gelesen werden,

Noch ein Newsletter?

Eins verspreche ich von Anfang an: Ich mach´ s kurz. Und nur alle paar Wochen. Dafür aber appetitlich. Ich serviere hier kleine, feine Häppchen: Knackige Insider-Text-Tipps, Neuigkeiten aus (meiner) Werbewelt und den sozialen Netzwerken, saisonale Text- Supersonderangebote... Und das alles hin und wieder gewürzt mit einem Schuss kräftiger Meinungs-Marinade. Mehr nicht. Aber auch nicht weniger. Bon appetito!

Wer braucht schon Facebook?

Wer die Generation Y zu seiner Zielgruppe zählt, kommt an den sozialen Netzwerken nicht vorbei. Auch ich nicht. Seit Juli 2013 gibt es KURZ & GUT deshalb auf Facebook. Und inzwischen weit über 1000 "Follower" mögen meine abwechslungsreichen Posts. Ich gehe dort z. B. dem spannenden Ursprung von Redewendungen auf den Grund, gebe Einblicke in besonders clevere Werbeideen, neue Kampagnen und alte Werbeklassiker und vieles mehr. Reinschauen lohnt sich ...

[Kurz & gut Werbetext auf Facebook](#)

Gratis: Mit 33 Tricks zum besseren Text

Einige von euch haben es schon, das kostenlose PDF zum Download. Wenn auch du

wissen möchtest, wie du mit einfachen Tricks bessere Texte schreibst, hol dir die 33 Tricks hier:

www.annettejarosch.de

Und einen zusätzlichen Trick gibt es hier dazu: Der Mix macht´s. Ein guter Text braucht Rhythmus. Steige ein mit ein, zwei kurzen, knackigen Sätzen und vermittele dann Ruuuuuhe, in dem du etwas weiter ausholst. Spiele mit Satzlängen und dem Lesetempo ...

Du oder Sie?

Ich habe lange überlegt, ob ich die Leserinnen und Leser dieses Newsletter, die ich nicht persönlich kenne, wirklich duzen darf? Ich habe mich aus drei Gründen dafür entschieden:

- Meine "Du-Ansprache" hat nichts mit mangelndem Respekt zu tun, den ich jedem Menschen im gleichen Maße entgegenbringe.
 - Das "Du" macht die Kommunikation leichter, unförmlicher und auch ein bisschen lockerer. Und von Lockerheit darf es in unserer Welt mehr geben, oder?
 - Weil ich alle Englischsprechenden beneide, die sich diese Frage nie stellen müssen!
-

Projekt des Monats: Hochheim Immobilien

Für die Website einer Top-Maklerin in München-Grünwald durfte ich die Texte schreiben. Es hat super viel Spaß gemacht und das Reinlesen lohnt sich ...

www.christine-hochheim.de

Die Kundin schrieb dazu: "Annette Jarosch gelingt es in erstaunlicher Schnelligkeit, sich in die verschiedensten Themen hineinzusetzen und unsere Botschaften in bestens ausgereifte Formulierungen zu verzaubern. Wir danken ihr für die kreative, nette Zusammenarbeit und ein herausragendes Ergebnis."

www.annettejarosch.de/kundenstimmen/

Wusstest du ...?

...dass Native Ads – also Anzeigen im redaktionellen Gewand – der ganz große Trend sind? 2013 wurden in den USA dafür 2,4 Milliarden Dollar von Unternehmen ausgegeben, 77 % mehr als im Jahr davor. Und auch bei uns fangen Online-Player wie die Huffington Post oder Buzzfeed mit nativen Kampagnen an. Was meinst du: Untergräbt Native Advertising das Vertrauen der User in die Medien? Schreib mir eine Mail, oder einen Kommentar bei Facebook.

Quelle: w&v

Das war's.

Danke fürs Lesen. Fröhliche Grüße



PS: Hier gibt 's zum guten Schluss immer noch eins meiner Werbe-Lieblingsschmankerl:



Jung v. Matt für Porsche, 1992

